

# yeni yüzyıl'da

## iletişim çalışmaları dergisi



T.C. İstanbul  
Yeni Yüzyıl Üniversitesi  
İletişim Fakültesi Dergisi

Yıl: 1 / Sayı: 1  
Haziran 2020



T.C.  
*İstanbul*  
YENİ YÜZYIL  
ÜNİVERSİTESİ



T.C. İstanbul  
Yeni Yüzyıl Üniversitesi  
İletişim Fakültesi Dergisi

Yıl: 1 / Sayı: 1  
Haziran 2020



T.C. İstanbul  
Yeni Yüzyıl Üniversitesi  
İletişim Fakültesi Dergisi

Yıl: 1 / Sayı: 1  
Haziran 2020

**Derginin Adı:** Yeni Yüzyıl'da İletişim Çalışmaları Dergisi

**İçerik:** İstanbul Yeni Yüzyıl İletişim Dergisi içeriği, İletişim ve medya ile ilgili araştırma raporları, özgün makaleler, medya ile ilgili kitap eleştirileri ve incelemelerinden oluşmaktadır.

**Amacı:** Derginin amacı, iletişim ve medya alanında üretilen akademik çalışmaları alan akademisyenleri ile paylaşarak bilim dünyasına katkı sağlamaktır.

**Periyodu:** Yılda 2 kez, 6 aylık dönemler halinde.

**Dili:** Türkçe-İngilizce

**Yayına Başlama Yılı:** 2020 /Haziran / June

**Yayın Tekniği:** Dijital

**Sahibi/Owner**

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Adına  
Prof. Dr. Yaşar Hacısalihoğlu, Rektör

**Sorumlu Yazı İşleri Müdürü/  
Managint Editor**

Prof. Dr. Aysel Aziz, İletişim Fakültesi Dekanı

**Editör/Editor**

Dr. Öğr. Üyesi Cihan Oğuz, Yeni Medya ve İletişim Bölümü Öğretim Üyesi

**Editör Yardımcıları/  
Editor's Assistants**

Araş. Gör. Serkan Karatay  
Araş. Gör. Şükrü Arslan  
Araş. Gör. Gizem Çelik  
Araş. Gör. Deniz Reka

**Tasarım**

Öğr. Gör. Dr. Alim Alper Cesur

**On-line Yayın Sorumlusu/  
Chair For On-line Publication**

Tayfun Güler – İYYÜ Bilgi İşlem Daire Başkanı

**Yayın Kurulu/Editorial Board**

Prof. Dr. Aysel Aziz  
Prof. Dr. Dursun Gökdağ  
Prof. Dr. Jale Sarmaşık  
Doç. Dr. Serra Çelebi  
Dr. Öğr. Üyesi Sevil Bektaş Durmuş  
Dr. Öğr. Üyesi Nimet Ersin  
Dr. Öğr. Üyesi Sevgi Nur Sadedit  
Dr. Öğr. Üyesi Yücel Sarı  
Dr. Öğr. Üyesi Özlem Vargün

**Akademik Danışma Kurulu/  
Academic Advisory Board**

Prof. Dr. Abdülrezak Altun – Ankara Üniversitesi  
Prof. Dr. Özden Cankaya - Marmara Üniversitesi, E. Öğretim Üyesi  
Prof. Dr. Şükran Esen - Marmara Üniversitesi  
Prof. Dr. Süleyman İrvan – Üsküdar Üniversitesi  
Prof. Dr. Levent Kılıç - Anadolu Üniversitesi  
Prof. Dr. Hasip Pektaş – Üsküdar Üniversitesi  
Prof. Dr. Nilüfer Sezer – İstanbul Üniversitesi  
Prof. Dr. Oya Tokgöz – Ankara Üniversitesi  
Prof. Dr. Sacide Vural – İstanbul Gelişim Üniversitesi  
Prof. Dr. Hülya Yenğin - İstanbul Aydın Üniversitesi  
Prof. Dr. Konca Yumlu - Ege Üniversitesi

**Hakem Kurulu/Board of Refree**

Prof. Dr. Fatoş Adiloğlu - Doğu Akdeniz Üniversitesi  
Prof. Dr. Sevdalankuş – İzmir Ekonomi Üniversitesi  
Prof. Dr. Mutlu Binark - Hacettepe Üniversitesi  
Prof. Dr. Nilgün Tural Chevignon - Galatasaray Üniversitesi  
Prof. Dr. Sevimece Karadoğan Doruk – İstanbul Üniversitesi  
Prof. Dr. Senem Duruel Erkilic – Mersin Üniversitesi  
Prof. Dr. Nazife Güngör - Üsküdar Üniversitesi  
Prof. Dr. Neşe Kars - İstanbul Üniversitesi  
Prof. Dr. Fatih Keskin – Ankara Üniversitesi  
Prof. Dr. Levent Kılıç - Anadolu Üniversitesi  
Prof. Dr. Hasip Pektaş – Üsküdar Üniversitesi  
Prof. Dr. Bahire Özad – Doğu Akdeniz Üniversitesi  
Prof. Dr. Ruken Öztürk - Ankara Üniversitesi  
Prof. Dr. Nilüfer Timisi - İstanbul Üniversitesi  
Prof. Dr. Deniz Yenğin - İstanbul Aydın Üniversitesi

**İletişim/Contact**

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Topkapı Dr. Azmi Ofluoğlu Yerleşkesi  
Yeni Doğan Mahallesi Yılanlı Ayazma Caddesi, No: 26 P.K. 34010  
Cevizlibağ / Zeytinburnu / İSTANBUL

Tel : 444 50 01  
Faks : 0 212 481 40 58  
Editör : Dr. Öğr. Üyesi Cihan Oğuz - iletisim.editor@yeniyyuzuil.edu.tr

# Çıkararken...

Uzunca bir hazırlık döneminden sonra “Yeni Yüzyılda İletişim Çalışmaları” dergimizi çevrim-içi olarak çıkarıyoruz. Heyecanlıyız, çünkü bu bizim Yeni Yüzyıl Üniversitesi İletişim Fakültesi olarak çıkardığımız ilk sayımız... İlk sayılar genelde güçlülükle, uzun hazırlık dönemi sonrası çıkarlar; çünkü her şey yenidir: Biçim yenidir, derginin kimliğinde yer alan kişiler yenidir... En önemlisi de derginin içerisinde yer alacak makalelerin bir araya getirilmesi, hakemlerin oluşturulması gibi her şey yenidir.

Dergimizin bu ilk sayısında iletişim olgu ve sürecini farklı boyutlarıyla ele alan özgün makaleler yer aldı. Dergimiz için genel çağrı yapılmış olmasına rağmen, yer alan makaleler özel çağrı ile gelen makalelerdir. Yapmış olduğumuz makale çağrılarımıza cevap veren tüm yazarlarımıza en içten teşekkürlerimizi sunuyoruz, sağ olsunlar, bize destek verdiler, bizleri cesaretlendirdiler!

İlk sayımızda 7 makale ve bir kitap incelemesi yer alıyor...

- Bunların başında, bizleri kırmayarak yazı yazan Türkiye'nin iletişim alanında ilk akademisyenlerinden biri olarak kabul edilen **Prof. Dr. Nermin Abadan Unat**'ın makalesi “Günümüzde İletişim Sorunları”, Türkiye'deki iletişim olgusunu ve eğitimini geniş bir perspektiften inceliyor.

- İkinci makale ise **Prof. Dr. Aysel Aziz**'in “Türkiye’de Yükseköğretimde Kalite Güvencesi ve İletişim Eğitimi Akreditasyonu” başlıklı çalışması... Yükseköğretimde kalite ve akreditasyon konusunu genelde ve Türkiye özelinde irdeleyerek, iletişim eğitimi akreditasyonu konusunda bir durum saptaması yapıyor, gelişmeleri -içinden biri olarak- inceliyor!

- Üçüncü makalemiz, KKTC Doğu Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi **Prof. Dr. Bahire Efe Özad**'ın bilimsel paradigmaları iletişim süreci açısından irdeleyen “İletişim Eğitiminde Değişen Paradigmalar” başlıklı incelemesi...

- Dördüncü makalemiz, yurtdışından bu kez Birleşik Arap Emirlikleri Sharjah Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde görev yapan bir akademisyen hocamız, **Prof. Dr. T. Serra Görpe**'nin “Halka İlişkiler Meslek Örgütlerinin Etik Çalışmaları: Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetimi Küresel Birliği Üzerine Bir İnceleme” başlıklı çalışması...

- Beşinci makalemiz Yeni Yüzyıl Üniversitesi **Mütevelli Heyeti Başkan Yardımcısı Alev Ofluoğlu**'nun master tezinden özetlenerek hazırlanan “Medyanın Referandum Sürecindeki Yeri ve Önemi: 16 Nisan 2017 Referandum ve Yazılı Basın İlişkisi” başlıklı yazısı... Makalede yakın tarihimizin en önemli referandumu olan 2017 Anayasa değişikliğinin yazılı basındaki yansıması irdeleniyor...

- Altıncı makalemiz iki araştırmacının imzasını taşıyor; İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyelerinden **Prof. Dr. Deniz Yengin** ve **Doç. Dr. Okan Ormanlı**'nın hazırladıkları “Dijital Platformlarda Film İçinde Oyun Denemeleri: Black Mirror-Bandersnatch Örneği” adlı makale...

- Yedinci makalemiz ise yine görsel iletişimin oldukça yeni olan alanlarında yapılan bir inceleme... İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri programı doktora öğrencisi **Pınar Karaca**'nın “Video Sanatında Dijital Görsel Kültür: Bill Viola'nın ‘Geçici’ Sergisinden ‘Sal (The Raft)’ Videosu Üzerine İnceleme” adlı makalesi...

Dergimizin, diğer iletişimle ilgili dergilerden ayrılan bir özelliği de, iletişim alanında yayımlanan Türkçe bilimsel araştırma kitaplarının incelemesini yaparak, okuyucuyla buluşturmak... Bu sayımızda, baskısı birkaç yıl önce gerçekleştirilen, ancak yazılı basın alanında ses getiren “Türkiye Sözlü Basın Tarihi” adlı araştırma kitabının incelemesi yapıldı. Sözlü tarih çalışmasına güzel bir örnek olan bu araştırma, **Prof. Dr. Suat Gezgin** başkanlığında bir ekip tarafından yapıldı ve üç kitap halinde yayımlandı. Bu değerlendirmeyi **Prof. Dr. Aysel Aziz** yaptı.

Bu sayımızda yer alan araştırmaları başlıklar halinde vermeye çalıştık. Dergimizin 2. sayısında, siz değerleri iletişim akademisyenleri ve araştırmacılarından, konusu iletişimin genel çerçevesinde kalmak üzere, yazılarımızı ve bu sayımızla ilgili görüşlerinizi bekliyoruz...

Gelecek sayımızda buluşmak üzere...

**Prof. Dr. Aysel AZİZ**



# İçindekiler / Content

Prof. Dr. Nermin Abadan Unat	Günümüzün İletişim Sorunları/ Current Issues of Communication	8
Prof. Dr. Aysel Aziz	Türkiye’de Yükseköğretimde Kalite Güvencesi ve İletişim Eğitimi Akreditasyonu/ Assuring Quality in Higher Education in Turkey and Accreditation of Communication Education	12
Prof. Dr. Bahire Efe Özad	İletişim Eğitiminde Değişen Paradigmalar/ Changing Paradigm in Communication Education	30
Prof. Dr. T. Serra Görpe	Halka İlişkiler Meslek Örgütlerinin Etik Çalışmaları: Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetimi Küresel Birliği Üzerine Bir İnceleme/ Public Relations Professional Associations and Their Work on Ethics: A Study on Global Alliance for Public Relations and Communication Management	48
Alev Ofluoğlu	Medyanın Referandum Sürecindeki Yeri ve Önemi: 16 Nisan 2017 Referandumu ve Yazılı Basın İlişkisi/ The Role of The Media in The Referendum Process: The Relationship Between 16 April 2017 Referendum and Newspapers	64
Prof. Dr. Deniz Yengin Doç. Dr. Okan Ormanlı	Dijital Platformlarda Film İçinde Oyun Denemeleri: “Black Mirror-Bandersnatch Örneği”/ Game Trials in Film in Digital Platforms Black Mirror-Bandersnatch Example	98
Pınar Karaca	Video Sanatında Dijital Görsel Kültür: Bill Viola’nın ‘Geçici’ Sergisinden ‘Sal (The Raft)’ Videosu Üzerine İnceleme/ Digital Visual Culture in Video Art: A Review of “The Raft” Video From Bill Viola’s “Temporary” Exhibition	108
Prof. Dr. Aysel Aziz	Türkiye Sözlü Basın Tarihi (Kitap İncelemesi)	130

# GÜNÜMÜZÜN İLETİŞİM SORUNLARI

Prof. Dr. Nermin Abadan UNAT  
Ankara Üniversitesi Siyaset Bilimi  
Boğaziçi Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü  
Emekli Öğretim Üyesi

## ÖZ

Bu makalede iletişimin evrimsel süreci, insanlığın tarih öncesinden başlayarak iletişim alanında nasıl bir gelişme gösterdiği üzerinde duruldu. Bu uzun süreçte iletişimle ilgili genişleyen odaklar ve alıcılar örneklerle açıklanmaya çalışıldı. Çağımızın iletişim araçlarında en son gelinen nokta olarak adlandırılan ve “sosyal iletişim”in de içerisinde bulunduğu iletişim olgu ve süreci, “kültürel endüstri” kavramının ortaya çıkmasına ve tartışılmasına neden oldu. Bu köklü değişikliklerin etkileri, ulusal ve uluslararası düzeylerde sosyal, siyasal ve ekonomik seviyelerde gözlenmektedir. Batı ülkelerinde de görülmekle birlikte özellikle gelişmekte olan ülkelerde siyasal otorite, bu gelişimi kendi lehine kullanarak, zaman zaman kendi toplumunun bu araçların sunduğu özgür iletişimine kısıtlamalar getirme eğilimi göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** İletişimin genişleyen sınırı, Sosyal iletişim, İnternet ve aktörleri, Kültürel endüstri.





# CURRENT ISSUES OF COMMUNICATION

## **ABSTRACT**

This article's emphasis has been on the evolutionary process of communication and the humanity's development in this area starting from the pre-historic times. Expanding focuses and receivers of this lengthy period have been demonstrated with examples. Communication phenomenon and process, by utilizing this era's communication tools including the "social media" in its current development stage, resulted in origination and discussions of the "cultural industry" concept. Effects of this deep-rooted change have been observed at social, political and economic levels of national and international spheres. Although also exercised by Western countries, the political governments of emerging market countries have shown the tendency to restrict to their benefit, public's right to freely utilize the information offered by these tools.

**Keywords:** Expanding limits of information, social media, Internet and its actors, cultural industry.

## İLETİŞİMİN TARİHSEL GELİŞİMİ

İnsanlık tarih önceki dönemlerden bu yana bir sonraki kuşaklara geçirmiş olduğu deneyleri aktarmaya çalışmıştır. Nitekim güney Fransa'nın dağlık bir bölgesinde "Lascaut" çizimleri olarak adlandırılan bazı mağara resimlerine rastlanmıştır. Bu ilkel çizimlerde mağara insanları bir sonraki kuşaklara nasıl avladıklarını göstermeye çalışmışlardır. Daha sonraki dönemlerde Firavun Mısırında Nil kıyısında yaşayanlar, tanrıların korumasını sağlamak üzere hiyerogliflere dayalı bir alfabe icat etmişler. Bu alfabenin iletileri ancak Napolyon'un Mısırı fethi sırasında ortaya çıkan "Roseta" taşı ile çözülebilmiştir.

İletişim, siyasal gücün en önemli aracını oluşturur. Bu saptama bugüne kadar süregelmektedir. Kuşkusuz büyük dönüşümler olmuştur. Kurulan devletlerde siyasal güç yüzyıllar boyunca alınan kararları bir yazıcı sınıf yardımı ile saptamıştır. Bu yazıcı sınıf önceleri manastırlarda kutsal kitapları parşömenlere geçiren rahipler olmuştur. Başka bir deyimle siyasal güç uzun yüzyıllar boyunca teolojik bir desteğe muhtaçtı. Bu tekelci durum yazının el emeğiyle aktarılan bir ayrıcalık olmaktan çıkıp basım makinesinin icadı ile ortadan kalktı. O tarihe kadar sözlü ve okuma yolu ile aktarılan bilgiler 1452 de Gutenberg matbaasının Kutsal kitabı basmasıyla yaşamsal bir tekel kırıldı; yeni iletilere okuma yolu ile okur - ya-

zar olan herkes erişebiliyordu.

Günümüzde "Gutenberg Galaksisi" yepyeni iletişim araçları ile değişti. Günümüzde günün yirmi dört saatindeki iletiler küreselleşme süreci yardımı ile dünden çok farklı bir dünya ortaya çıkartmıştır.

Bu sürece yol açan etkenlerin başında basılı kelime-den görsel iletiye geçiş, ses ve görüntünün günün yirmidört saatinde erişilebilir olması, zaman ve yerin önemini kaybetmesi, iletilerin her bireyin arzu ve beğenisine bağlı olması gibi etkenler gelmektedir. Böylece iletişim alanındaki yenilikler her çeşit im-gelerle ifadelerini bulmaktadır. Örneğin, emojilerde, şarkılarda, çizimlerde olduğu gibi. İleti kelimesi de içeriğini yitirebilmektedir. Nitekim Kanadalı sosyal bilimci Marshall McLuhan yapıtlarının birine "The message is the media" gibi çarpıcı bir başlık koymuştur.

## MEDYA ENDÜSTRİSİ VE KÜLTÜREL ENDÜSTRİ

Yirminci yüzyılın sonuna doğru iletişim alanındaki yenilikler yepyeni bir ekonomi oluşturan "medya endüstrisi" yardımı ile her müşteriye renkli TV'nin her çeşidini, kaset, video teyp, video teyp alıcısı, videofon, lazer tekniğine dayalı makineler, elektroniğe

dayalı yüksek süratli yüksek baskı, dizgi ile öğrenme makineleri, bilgisayarlar, veri bankaları sunmaya başladı. Bu yeni ürünlere ayrıca telematik uygulamalar yolu ile iki veya daha fazla iletişim uydular arasında kurulan köprüler ve bağlantılar yardımı ile sınırsız ufuklar açılmıştır. Bu alanda çağ açan yenilik yer küremizi 24 saat açık olan “Internet” in herkese karşılıksız açık olmasıdır. Ülkemizde Internet kullanımı 1993, cep telefonunun yaygınlaşması 1994 de başlamıştır.

Bu köklü değişiklikler kuşkusuz kültürel yaşamı her alanda, her ülkede etkilemiştir. Böylece ortaya “kültürel endüstri” kavramı çıkmıştır. Bu endüstrinin çapını devlet ve özel teşebbüs çizmektedir. Toplumlar da siyasal otoriteyi ellerinde bulduranlara konulan engelleme mekanizmalar belirleyici rol oynamaktadır. Örneğin Tunus’taki Arap başkaldırının fitilini tutuşturan işsiz bir sokak satıcısının kendini yakması ilk önce otoriter olmayan ülkelerde yaşayan Tunuslular tarafından izlenmiş ve ancak bir süre sonra başkan Bin Ali’nin istifası ve ülkesinden kaçması ile sonuçlanmıştı. 1990’larda bir yandan Çin’in başkentinde daha geniş haklar isteyen gençler üzerine Tiananmen Meydanı’nda tankların sürülmesini ancak sansürlü dış dünya görebilmiştir. Öbür yandan günümüzde Amerika’da yapılması beklenen başkanlık seçimleri konusunda Amerikan seçmenini aydınlatacak olan adaylar da medyaya verebilecekleri îlanlar ve satın alabilecekleri zaman süresi adayların toplayabilecekleri parasal bağışlara bağlıdır.

Kültür endüstrisinin ürünlerine özgürlüğe yer veren eleştirel bir bakış sağlayabilmek günümüz demokrasisi ilkelerine bağlı kalmak isteyen ülkeler için yaşamsal bir zorunluluktur. Ne var ki medya yoluyla aktarılan programlar ulusların kültür politikalar yerine çokuluslu şirketlerin iletişim alanındaki büyük güce bağlıdır. Ortada açık bir dengesizlik söz konusudur. Gelişme halindeki ülkeler ciddi boyutta birer “kültür işgal”ine uğramaktadırlar. Özellikle video yoluyla yaygınlaştırılan salt pornografi, şiddet, erkek gücünü yücelten ve kadını küçümseyen programlar ölçülemez derecede derin zararlara yol açmaktadır.

## İLETİŞİM PLAN VE POLİTİKALARINDA SAPTAMALAR

Yukarıda özetlemeye çalıştığımız gelişmelerin ışığında şu kısa ve uzun vadeli iletişim plan ve politikalarında aşağıdaki düşüncelere yer vermek bir zorunluluktur.

- İletişim yapıları, yatırımları ve politikaları ulusal gelişmenin ayrılmaz bir parçasıdır. Gerek ulusal, bölgesel, ister kıtaları kapsayan ölçekte olsun özgür iletişim bir var olma şartıdır.
- Türkiye’nin kuruluş felsefesinin yaşayabilmesi için iletişim alanının gereksinme duyduğu fikir özgürlüğü demokratik bir anayasada teminat altına alınmalıdır.
- Benzer kültürel değer ve geleneklere sahip ülkelerle kesintiye uğramayan işbirlikleri özendirilmelidir.
- Reklamcılığın ülkenin kültürel ve kültürel değerlerin algılanmasında nasıl etki yaptığı düzenli aralıklarla ampirik yöntemlerle saptanmalıdır.
- Özellikle sosyal medya alanında kullanılan yeni teknolojilere dayalı kitle iletişim araçlarının toplumun tümü ve nüfusun kesimleri üzerindeki etkisini araştırmak üzere yurtiçi ve yurtdışı kamuoyu araştırma kurumlarıyla işbirliği yapılmalıdır.
- Türkiye’nin kamusal alanında kurumlaşmış bulunan iletişim organlarının – gazete, TV kanalları, reklam şirketleri -ulusal ve çokuluslu sermaye kuruluşlarla olan organik bağlantılarını araştırılmalıdır.
- “Gerçek” ve “yalancı haber”in (fake news) ülkenin dış politikası üzerindeki etkisi araştırılıp aleniye te kavuşturulmalıdır.

UNESCO’nun kurulduğu tarihten itibaren küresel çapta özgür iletişimin yerleşmesi için çaba sarf edenler arasında İLAD’ın kurucusu ve şu anda da onursal başkanı olan Dr. Hıfzı Topuz’un emeklerini kaydetmek şarttır. Aynı doğrultuda İLAD’ın temel felsefesini Türkiye’nin çeşitli üniversitelerinde iletişim kavramının temel öğelerini ders programlarına aktarması ve bu yolda güçlü bir çağdaş iletişim uzmanları kuşağının yetişmesine katkıda bulunan öğrencim Prof. Dr. Aysel Aziz’in rolünü şükranla belirtmek şarttır. İLAD’ın bundan sonraki çalışmalarını bu iki değerli araştırmacının aktaracakları şevk ve enerji ile yeni alanlara ışık vereceklerinden eminim.

# TÜRKİYE'DE YÜKSEKÖĞRETİMDE KALİTE GÜVENCESİ VE İLETİŞİM EĞİTİMİ AKREDİTASYONU

Prof. Dr. Aysel Aziz  
İYYÜ İletişim Fakültesi Dekanı  
e-posta: aysel.aziz@yeniyuzyil.edu.tr

## ÖZ

Yükseköğretimde eğitim kalitesinin yükseltilmesi ve bunun sürdürülebilir olması hususu, 25-30 yıldır, özellikle Batı ülkelerinde ve Türkiye'de üzerinde önemle durulan bir konudur. Önceleri yükseköğretim kurumları, kalite konusunu kendi çabalarıyla çözümlenmeye çalışırken, giderek artan yükseköğrenim kurumlarının sayısı, kalite konusunu ve bunun sürdürülebilir olmasını gündeme getirmiştir. Kaliteli ve yeter sayıda akademisyen olmayışı, alt yapı donanım eksikliği, kurumsallaşma sorunları, öğrenci ve öğretim elemanlarının, özellikle Avrupa ülkelerinde serbest dolaşımında olmaları gibi nedenler kalite konusunun, ulusal ve uluslararası düzeyde ele alınmasını zorunlu kılmıştır. Bu amaçla, Avrupa ülkeleri yükseköğrenim kurumlarında eğitimde ortak kalite konularını düzenleyen Bologna süreci ölçütlerini kabul etmiştir. 2000'li yılların başından beri Avrupa'daki yükseköğrenim kurumlarında uygulanmaya başlayan bu sürecin ölçütlerine uyulması zorunlu duruma getirilmiştir. Bu gelişme ise ulusal ve uluslararası eğitimin değerlendirilmesini yapacak, kalitesini ölçecek çatı örgütlerinin oluşturulmasını zorunlu kılmıştır.

Türk yükseköğreniminde bu sürece erken başlanmasına rağmen tüm yükseköğrenim kurumlarında Bologna süreci ölçütlerinin benimsenmesi ve uygulanması zaman almıştır. Aynı şekilde yükseköğrenimde kalite ve kalite güvencesinin sağlanması için gerekli yapılanmalarda da tam verim alınamamış; çalışmalar 2016 yılına kadar YÖK tarafından ulusal düzeyde bir yapılanmayla yürütülmüştür. YÖKAK'ın (Yükseköğretimde Kalite Kurulu) kurulmasıyla, hem YÖKAK'ın doğrudan üstlendiği "Kurumsal Dış Değerlendirme" süreci başlatılmış, hem de Bologna sürecinde saptanan standartlar ve ölçütlerin uygulanması ile ilgili değerlendirme yapan akreditasyon kuruluşlarının ve akredite ettikleri programların sayısı çoğalmıştır.

İletişim eğitimi yapan yükseköğrenim kurumlarının değerlendirmesini yapacak bir akreditasyon kuruluşu olarak İLAD (İletişim Araştırmaları Derneği) 2018'de bu görevi üstlendi ve kendisine başvuran iletişim fakültelerinin program akreditasyonunu yaptı. İletişim eğitimi yapan programlara, belirlenen standartlara, ilkelere, ölçütlere uyup uymama durumuna göre 2 yıllık (koşullu) ya da 5 yıllık akreditasyon verdi. İLAD'ın koymuş olduğu standartları, ölçütleri karşılamayan programlara da akreditasyon vermeyerek, ölçütlere uygun program değişikliklerini yapmaları ya da ölçütlerdeki diğer hususları karşılamaları istendi. İletişim eğitimi akreditasyon sürecinin başlamasının en önemli sonucu, iletişim eğitimi yapan programların, fakültelerin önemli bir sinerji yakalayarak, programlarını ve olanaklarını gelişen iletişim teknolojilerinin gerektirdiği düzeye getirme çabası içinde olmaları ve kalite kavramını, kalite güvencesini özümseyerek, inanarak gerekli değişim içerisine girmiş olmalarıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Kalite güvencesi, YÖKAK (Yükseköğretim Kalite Kurulu), Program akreditasyonu, İletişim eğitimi, İletişim eğitimi akreditasyonu, İLAD



# ASSURING QUALITY IN HIGHER EDUCATION IN TURKEY AND ACCREDITATION OF COMMUNICATION EDUCATION

## ABSTRACT

Securing quality in education and its sustainability has been an important especially in both western countries and Turkey for the past 25 to 30 years. Previously higher education institutions tried to solve the quality matter by themselves, but the increasing number of higher education such institutions brought the quality issue and its sustainability to the agenda. The quality issue was necessitated to be addressed at both national and international levels due to reasons such as lack of academicians in terms of both quality and quantity, lack of infrastructure equipment, problems with institutionalization, free movement of students and academicians especially in the European countries. For this purpose, the European countries have accepted the principles of Bologna Process that regulates the commonality of quality at higher education institutions. It has become mandatory to comply with principles of this process at higher education institutions, which has been applied since the beginning of 2000s. This situation on the other hand necessitated incorporating of framework associations that will evaluate the national and international education and measure its quality.

Although this process commenced earlier at Turkish higher education institutions, it took some time for the Bologna Process to be adopted and implemented at all of them. Similarly, necessary structures for providing quality at higher education and ensuring quality assurance could not work efficiently; until 2016, this situation was conducted by YÖK (Council of Higher Education) at a national level. With the establishment of YÖKAK (Turkish Higher Education Quality Council), the process for “Institutional External Evaluation” directly undertaken by YÖKAK have started and also the accreditation institutions that evaluate with respect to relevant standards and measures of the Bologna Process and the number of programs they have accredited have increased.

With these developments, İLAD (Association for Communication Researches), being one of the accredited associations to evaluate the higher education institutions that give education in communications, took on this task in 2018 and has hastily completed the accreditation of the applicant communication faculties. İLAD has granted 2 years (conditional) or 5 years accreditations to communication programs, based on compliance with certain set of standards, principles and criteria. The programs that did not meet the standards or principles set by İLAD were not granted accreditations and were required to make amendments to meet the standards or other criteria measures. The most important outcome of commencement of the communication education accreditation is that the programs and faculties giving communication education have developed an important synergy by showing efforts to bring their programs and resources to a level required by the improving communication technologies and have commenced change by believing in the concept of quality and internalizing assurance of quality.

**Keywords:** Quality assurance, THEQC (Turkish Higher Education Quality Council), Program accreditation, Program Accreditation of Communication Education, ACR (Association for Communication Researches)

## GİRİŞ

Üniversitelerin oluşumunda uzun yıllar kabul edilen iki önemli misyonu vardır: Bunlardan ilki eğitim ve öğretim misyonu, diğeri ise araştırma, bilime katkıdır. Günümüzde bu iki temel misyona eklenen bir üçüncü etmen ise toplum yaşamına sunduğu yararadır. Özellikle giderek kalabalıklaşan dünyamızda üniversitelerin toplumdaki çeşitli üretim ve hizmet sektörleriyle sıkı iş birliği içerisinde olması beklenmektedir. Aslında bu üç farklı misyonun iç içe olduğu ve birbirini desteklediği de açıktır.

Çalışmamızda tüm dünyada giderek önem kazanan, üzerinde hassasiyetle durulan “kalite” konusunu Amerika ve Avrupa genelinde inceleyerek Türk yükseköğreniminde kalite ve sürdürülebilir kalite güvencesi için çalışan yükseköğrenim kurumları YÖK ve YÖKAK’ın çalışmaları ele alınacaktır. İkinci kısımda ise Türkiye’de iletişim eğitiminde kalite ve kalite güvence sisteminin kurulması ve işleyişi incelenecektir.

**Araştırmanın Yöntemi:** Araştırma, bir durum saptama ve ilişki araştırma türü bir çalışmadır. Veri toplama tekniği olarak öncelikle birinci kısım (1, 2) için literatür tarama tekniğiyle bilgiler toplanmış ve değerlendirilmiştir. Türkiye’de iletişim eğitiminde kalite ve kalite güvencesi ve akreditasyon konusu ile ilgili ikinci kısımda (3, 4, 5) ise daha çok monografik ça-

lışmalarda uygulanan “katılımcı gözlem” benzeri bir yöntem ve veri toplama tekniği kullanılmıştır. Bunun önemli nedeni ise bu makale yazarının, Türkiye’deki iletişim eğitimi akreditasyonunu başlatan ve sürdüren İLAD’ın başkanı olarak bu sürecin baştan beri içerisinde olması ve tüm bilgi edinme, belge hazırlama ve uygulamaların gözlemcisi hatta bizzat uygulayıcı olmasıdır. Bu bakımdan makale, iletişim eğitimi akreditasyonu konusunda tarihe ışık tutacak niteliktedir ve ilk kez kamuoyuyla paylaşılmaktadır.

## 1. YÜKSEKÖĞRETİMDE KALİTE VE KALİTE GÜVENCESİYLE İLGİLİ KISA TARİHÇE

“Kalite” sözcüğü, dilimize Fransızcadan “qualite” ya da “İngilizce “quality” sözcüklerinden giren bir kavram olmasına karşın her alanda, her hizmette, her üründe aranan daha doğrusu olması gereken bir özelliktir. Sözcüğün tek başına değil, “kalite güvencesi” (quality assurance) olarak bir anlamı vardır; çünkü bir şeyin kaliteli olması anlık bir olgu olabilir, önemli olan bu kalitenin sürdürülebilir bir olgu olması, yani güvencesinin bulunmasıdır.

Yükseköğretimde eğitimin kalitesi ve bunun güvence altına alınması, yani sürdürülebilir ve sürekli olması konusu, 1990’lı yıllardan beri gündeme gelmiş ve bu kalitenin yalnızca içe bağlı bir olgu olmadığı, bunun dıştan da izlenebilir olması, daha doğrusu kalitenin

güvence altına alınması çalışmaları yapılmaya başlanmıştır.

Örgün eğitimde kalite konusunun bir süreç olarak, ilkokuldan üniversiteye kadar bir bütün olarak ele alınması gerekir. Bir zincirin halkaları ya da bir merdivenin basamakları gibi temeldeki eğitimin kalitesinin ileriki basamaklardaki eğitimin kalitesini de etkileyeceği açıktır. İlköğretimde zayıf yetişen bir öğrencinin ortaöğretiminde de bu zayıflık giderilmediği takdirde üniversite eğitim ve öğretiminde de bu zayıflığın etkileri görülecektir. Bu zayıflık kişinin kendi çabaları ya da üniversite eğitiminde giderilmediği zaman da -çoğunlukla böyle olmaktadır- üniversite mezunlarının kalitesi konusunun sık sık gündeme gelmesi kaçınılmazdır. Kuşkusuz yükseköğretimde eğitim ve öğretim kalitesini etkileyen pek çok etmenin yanında bu etmenin de önemi azımsanmamalıdır.

Yükseköğretimde kalite güvencesinin farklı boyutları vardır; eğitim/öğretim elemanın kalitesi, eğitim kurumlarının altyapısı, donanımı; ders programlarının kalitesi, güncelliği ve öğrencilerin önceki eğitimlerinin yeterliliği gibi oldukça çok sayıda bileşeni vardır. Gerçekte bu bileşenlerin de her biri kendi içinde farklı öğeleri barındırır. Özetlemek gerekirse, yükseköğretimde kalite ve kalite güvencesinin pek çok değişkene bağlı olarak incelenmesi gerekir.

### 1.1. ABD’de Kalite Güvencesi ve Kalite Kuruluşları /ABET

Oldukça uzun geçmişi olan yükseköğretim ile ilgili eğitim kurumlarındaki kalite olgusu, yakın tarihlere kadar, eğitim kurumlarının kalitesi, kendi toplumlarında ve dünyadaki tanınırlıkları, itibarları, yetiştirdikleri öğrencilerin başarısı ve topluma ve bilime katkısı olan çalışmalarıyla kendilerini kabul ettirmişlerdir.

ABD’de yükseköğretimdeki kalite konusunun tarihi, uzun yıllar öncesine gider. Gerek devlet, gerek vakıf ve gerekse özel üniversitelerin sayısal çokluğu, üniversitelerin kendi aralarında bir derecelendirmeye gitmelerine neden olmuştur. Akademik mükemmeliyet; eğitimde ve araştırma alanlarında belli bir kaliteyi gösteren 8 ünlü üniversitenin içinde yer aldığı “Ivy League” (Sarmaşık Birliği) kurulmuştur. Bu birliğe dahil üniversiteler toplum önünde, yükseköğretimde belli kalitenin üzerinde eğitim veren üniversiteler

olarak bilinir.<sup>1</sup> Aynı durum Avrupa ülkelerinde de görülür, İngiltere’de, Fransa’da, Almanya’da, İtalya’da, İsveç gibi ülkelerde, ABD’deki üniversitelerden tarihi bakımından daha da eskilere giden ve günümüze kadar kendilerini yenileyerek hem araştırma hem eğitim-öğretim alanında son derece başarılı, akademik yeterliliği kabul edilmiş pek çok üniversite vardır.<sup>2</sup>

Zaman içerisinde ülke nüfuslarının hızla artması, yükseköğrenime olan talebi de artırmış; üniversiteler sayıca çoğalırken, çalışma alanları da, toplumların ihtiyaçlarına ve toplumsal ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak hızla artmıştır. Bu artışın getirdiği sorunlar da olmuş; yeni üniversitelerde eğitimde kalite sorunu gündeme gelirken, bilimsel çalışmaların da kalitesi tartışılır olmaya başlamıştır. Bu durum ise ülkeleri, akademik çevreleri yükseköğretimde kalite konusunda düşünmeye, araştırmaya, çözümler aramaya yöneltmiştir.

Konu ile ilgili ilk çalışmalar ABD’de görülmüş; üniversitelerin yetkili dış kuruluşlar tarafından değerlendirilmesi fikri gelişmiş ve uygulamaya konulmuştur. Bunun için de kâr amacı gütmeyen sivil toplum örgütleri, yükseköğretimle ilgili üst kuruluşlar tarafından yetkilendirilerek, yükseköğretimde kalite değerlendirmesi yapmak üzere çalışmaya başlamışlardır.

ABD’de yükseköğretim kalite konusunda ilk çatı örgütü 1996 yılında CHEA (Council for Higher Education Accreditation), ABD’deki yükseköğretim kuruluşlarının büyük çoğunluğunun desteğini alarak kurulmuştur. CHEA, kendisi doğrudan akreditasyon değerlendirmesi yapmamakta; bu konuda yetki belgesi alan akreditasyon kuruluşları aracılığıyla hem kurumsal hem program akreditasyonu yapmaktadır (Bakioğlu-Baltacı 2017: 53-57).

Bu konudaki milât, kısa adı ABET (Accreditation Board for Engineering and Technology) olarak bilinen bir sivil toplum örgütünün mühendislik alanında yükseköğretim kurumlarında kalite değerlendirmesi yapmak üzere yetkilendirilmesiyle başlamıştır. İlk olarak ABET, ABD’de yükseköğretim kurumlarında kalite konusunda değerlendirmelerde bulunarak program akreditasyonu vermeye başlamıştır. Kısa sürede gelişen ve güçlenen ABET daha sonra ABD dışı ülkelerde de, örneğin Avrupa’da da bağımsız dış değerlendirme kuruluşu olarak çalışmalarını sürdürmüştür.

1 Kuruluş tarihleri en az 300 yıllık üniversiteler şunlardır: Brown Üniversitesi (Providence, Rhode Island), Columbia Üniversitesi (New York, New York), Cornell Üniversitesi (Ithaca, New York), Dartmouth Kolej (Hanover, New Hampshire), Harvard Üniversitesi (Cambridge, Massachusetts), Princeton Üniversitesi (Princeton, New Jersey), Pennsylvania Üniversitesi (Philadelphia, Pennsylvania), Yale Üniversitesi (New Haven, Connecticut) ([https://tr.wikipedia.org/wiki/Ivy\\_League](https://tr.wikipedia.org/wiki/Ivy_League))

2 Avrupa’da her yıl The Times Higher Education tarafından yapılan başarı sıralamasına göre üniversiteler için bkz. <https://www.studybritish.com/tr/siralamalar/dunyanin-en-iyi-universiteleri>

Bu kuruluşun geçmişi mühendislik alanıyla sınırlı olarak 1930'lara kadar gitmekte ise de bugünkü adını alması ve akreditasyon kuruluşu olarak yeniden yapılanması ve uluslararası çalışmalara başlaması 1997 yılında olmuştur.

ABET günümüze kadar 32 ülkede 812 üniversite ve kolejde uygulamalı ve doğa bilimleri, mühendislik, bilgisayar, teknoloji eğitimi konularında 4 bin 144 programın akreditasyonunu yapmıştır (<https://www.abet.org/about-abet/history/>).

ABD'de fen ve doğa bilimleri ile ilgili akreditasyon kuruluşu olarak ABET'in yanında, diğer sosyal bilim ve sanat alanlarında da akreditasyon kuruluşları örgütlenerek hem ABD'de hem diğer ülkelerde yükseköğretimde kalite ve kalite güvencesi ile ilgili çalışmalarını sürdürmüşlerdir. Günümüzde ABD'de yükseköğretim alanlarında eğitim veren kurumların akreditasyonu ile yetkilendirilmiş çok sayıda sivil toplum kuruluşu vardır. Bunlardan iletişim alanıyla ilgili iki önemli akreditasyon kuruluşu ACA (Association of Communication Accreditation) (<http://www.aca.org/>) ve ACEJMC (Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communication) (<http://www.acejmc.org/>) adlı iki akreditasyon kuruluşundan söz edilebilir.

ABD'nin geniş bir ülke olması ve eyalet yönetim sistemine sahip olması nedeniyle akreditasyon örgütleri de sayıca fazladır ve eyaletler/bölgeler düzeyinde faaliyet göstermektedirler.

## 1.2. Avrupa'da Akreditasyon Kuruluşları

Yükseköğretimde kalite değerlendirmesi akreditasyonla ilgili olarak Avrupa'da da İngiltere, Fransa, Almanya, İtalya, İspanya pek çok ülkede sivil toplum örgütleri yetkilendirilerek akreditasyon yapmaya başlamıştır. Daha sonra bu kuruluşlar bir araya gelerek çatı örgütü olarak bir birlik durumuna da gelmişlerdir.

Avrupa'da yükseköğretimde kalite konusunda devletlerin doğrudan önemli adımlar attığı görülmektedir. İlk olarak Avrupa Parlamentosu (48 üye) devletleri eğitim bakanları 18-19 Haziran 1999 tarihinde İtalya'da **Bologna** kentinde bir araya gelerek üniversite eğitiminde kalite konusunda önemli kararların alındığı bir toplantı yapmışlardır. Daha

sonraları yükseköğretimde kalite konusuna damgasını vuracak ve üye ülkelerde uygulanmaya başlanacak ilkeler bu toplantıda kabul edilmiştir. İtalya'nın Bologna kentinde başlayan ve daha sonra farklı ülkelerde devam eden Avrupa ülkeleri Milli Eğitim Bakanları çalışmalarında, yükseköğretimde kalite konusu ele alınarak Bologna sürecinde kararlaştırılan ilkeler gözden geçirilmiş, yeni ölçütler, standartlar getirilmiştir.<sup>3</sup> 2015 yılında Yerivan'da (Ermenistan) yapılan toplantıda ESG'deki standartlarda önemli değişiklikler yapılmıştır. Bakanlar düzeyinde yapılan ve 5. Bologna Forumu olarak adlandırılan toplantı ise 24-25 Mayıs 2018 tarihinde Paris'te yapılmıştır. Paris toplantısı, Avrupa Yükseköğretim Alanı (AYA) / European Higher Education Area (EHEA) delegelerini ve bu alanın dışında olan ülkelerin bir araya geldiği çok geniş katılımı yapılmıştır

Yükseköğretim literatüründe "Bologna Süreci" olarak adlandırılacak olan bu kararların, katılan ülkeler için bağlayıcı gücü neydi? Bu soruların yanıtları "European Standart and Guideline (ESG) / Avrupa Standartları ve Yönergesi'nden (ASY) alınan<sup>4</sup> alıntılarla şöyle açıklanabilir:

"...ASY/ESG, yükseköğretimde iç ve dış kalite güvencesi için bir dizi standartlar ve yönergelerden oluşmaktadır. ASY/ESG kalite için standartlar olmadığı gibi, kalite güvencesi süreçlerinin nasıl uygulanacağını da tanımlamaz; ancak yükseköğretimde başarılı kalite sağlanması ve öğrenme ortamlarının hayati olduğu alanları kapsayarak rehberlik eder. ASY/ESG'nin, (AYA/EHEA) içerisindeki yükseköğretimde karşılıklı güvenin ve şeffaflığın teşvik edilmesini destekleyen yeterlilikler çerçeveleri, Avrupa Kredi Transfer Sistemi (AKTS/ECTS) ve Diploma Eklerini de içine alan daha geniş kapsamda ele alınması gerekir. ASY/ESG'nin odak noktası, öğrenme ortamı ve araştırma ve yenilik ile ilgili bağlantılar da dâhil olmak üzere yükseköğretimde öğrenme ve öğretme ile ilgili kalite güvencesidir (ESG, 2015).<sup>5</sup>

Avrupa Standartları Yönergesi'nin bu hükümleri ülkelere yükseköğretim alanında izlenecek genel politikaları vermekte; ülkelerin ve yükseköğretim kurumlarını araştırma ve yönetim gibi kendilerinin diğer faaliyetlerinin kalitesini sağlamak ve ar-

3 Bologna toplantısından sonra toplantılar genel olarak 2 yılda bir Prag (2001), Berlin (2003), Bergen (2005), Londra (2007), Leuven (2009), Budapeşte / Viyana (2010), Bükreş (2012) gibi Avrupa'nın farklı ülke başkentlerinde yapılmıştır. Gelecek toplantı ise 18-20 Kasım 2020 tarihinde İtalya'nın başkenti Roma'da yapılacaktır.

4 Toplantıda pek çok bildiri sunulmuş, tartışılmış ve Bologna süresine yeni standartlar getirilmiştir. Ayrıntılı bilgi için bkz.<http://www.ehea.info/page-ministerial-conference-paris-2018>.

5 Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education Area (ESG) (2015). Brussels, Belgium. "ESG'nin Türkçe versiyonu, İngilizce orijinalinden yapılan gayri resmi çeviridir.



tırmak için politika ve süreçlere sahip olmalarını da öngörmektedir. Ancak, yönergede yer alan önemli bir düzenlemede ise “...Öğretim şekli veya hizmetin sunum yerine bakılmaksızın *Avrupa Yükseköğrenim Alanı (AYA)* içerisinde sunulan tüm yükseköğrenimde ASY/ESG’ye başvurulur...” denilmektedir.

ASY/ ESG’nin amaçları şöyle belirlenmektedir:

- “*Avrupa düzeyinde, ulusal düzeyde ve kurumsal düzeydeki öğrenme ve öğretmede kalite güvence sistemleri için ortak bir çerçeve oluşturur.*
- *Avrupa yükseköğrenim alanında yükseköğrenimin kalitesinin sağlanmasına ve iyileştirilmesine olanak sağlar.*
- *Karşılıklı güveni destekler ve böylelikle ulusal sınırların dışında ve içerisinde hareketlilik ve tanınmayı kolaylaştırır.*
- *AYA/ESG içerisinde kalite güvencesi hakkında veri sağlar. Bu amaçlar, farklı kurumlar, yetkili kuruluşlar ve ülkeler tarafından farklı şekillerde uygulanan ve kullanılan ASY için bir çerçeve sağlar.*
- *AYA, bölgedeki siyasi sistemlerin, eğitim sistemlerinin, sosyo-kültürel ve eğitim geleneklerinin, dillerin, arzu ve beklentilerinin çeşitliliği ile karakterize edilmiştir. Bu da, yükseköğrenimde kaliteye ve kalite güvencesine tek bir yekpare yaklaşımı uygunsuz hale getirir.*
- *Bütün standartların geniş bir şekilde kabulü, Avrupa’da kalite güvencesinin ortak anlayışını oluşturmanın ön koşuludur. Bu nedenlerden dolayı, ASY’nin her türlü sunum biçimine uygulanabilir olması gereğinden ötürü, makul düzeyde genel seviyede olmalıdır.*
- *ASY, Avrupa düzeyinde, kalite güvencesi ajanslarının ve faaliyetlerinin değerlemeye tabi tutulduğu kriterler sağlar.*
- *Avrupa Yükseköğrenim Alanındaki kalite güvencesi ajanslarının aynı ilkeler setine bağlı kalmalarını ve süreçler ile prosedürlerin kendi bağlamlarının gerekliliklerine ve amaçlarına uygun modellenmelerini sağlar...” (ESG, 2015).*

### 1.3. Avrupa’da Çatı Örgütleri

Avrupa’da yükseköğretimde sık sık yapılan bu toplantılarda öğrenci odaklı eğitim kaliteli eğitim ve bunun sürdürülebilir olması ile standartlar geliştirilirken, ülke yükseköğretim kurumlarında yapılan bu eğitimin

kalitesinin ölçülmesi yanında güvencesinin olmasını sağlama yolları da aranmaya başlandı. Daha önceleri her kurumun kendi iç denetimlerinin yeterli olmadığı Bologna sürecini uygun eğitim yapılıp yapılmadığı konusuna da çözümler üretildi. Bu konuda Avrupa’da ilk ortaya çıkan sivil toplum örgütü ENQA (European National Quality Assurance) adlı kuruluş oldu. Daha sonraları bu çatı akreditasyon örgütünün yanında merkezi Avrupa ülkeleri dışındaki akreditasyon kuruluşlarının içerisinde yer aldığı bölgesel kuruluşlar da kuruldu.<sup>6</sup>

## 2. TÜRK YÜKSEKÖĞRETİMİNDE KALİTE VE AKREDİTASYON ÇALIŞMALARI

Avrupa Konseyi ülkeleri arasında bu gelişmeler olurken, ABD’de daha önceleri çalışmalara başlayan kalite kuruluşları, ABD dışında da üniversite programlarına akreditasyon verme çalışmalarına başlamıştı. Yukarıda da belirtildiği gibi, bu konunun öncü kuruluşu ABET idi.

**2.1. İlk Akreditasyon Çalışmaları** Türkiye’de akreditasyon olgusunu ABET’e başvurarak ilk başlatan üniversite, Orta Doğu Teknik Üniversitesi’dir (ODTÜ). Amerikan sistemine göre kurulan ODTÜ, 2000 yılında program akreditasyonu için ABET’e başvurmuş, onu Boğaziçi Üniversitesi ile Türkiye’nin ilk vakıf üniversitesi olan Bilkent Üniversitesi izlemiştir. Devlet üniversitelerinin uluslararası akreditasyon kuruluşu olarak ABET’e başvurmalarının en önemli nedeni, üniversite diplomalarının uluslararası geçerliliğinin onaylanması; uluslararası prestijli üniversite olarak tescil edilmesinin sağlanması iken, vakıf üniversitelerindeki kaygı ise “uluslararasılaşma” yanında “pazardan pay alma” olarak nitelenebilir.

Bu arada Türkiye’de ilk ulusal akreditasyon kuruluşu çalışmaları da, ABET’in etkisiyle mühendislik alanında oldu. 2004 yılında MÜDEK adı altında mühendislik eğitimi veren yükseköğretim programlarının akreditasyonu yapan bir sivil örgüt (dernek) kuruldu. MÜDEK’in kurulmasının, Türkiye’deki akreditasyon olgu ve sürecinin başlamasına ve giderek yaygınlaşmasına etkisi çok büyük olmuştur. Herhangi bir otorite tarafından tanınmadan mühendislik eğitimi veren fakülte dekanlarının ve sektörün bir araya gelerek oluşturdukları bu kuruluş, Türkiye’de mühendislikle ilgili ilk akreditasyon çalışmalarını 2004 yılından itibaren yapmaya başlamış, ancak dernek statüsüne 2007 yılında gelmiştir (www.mudek.org.tr/tr/). Bu kuruluşu 2009 yılında kurulan FEDEK (Fen, Edebiyat, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakülteleri Öğretim Programları De-

6 Bu kuruluşlardan biri olan CEENQA (Central and East European Countries) Merkezi Doğu Avrupa Ülke akreditasyon ajanslarının üye olduğu bir kalite güvence kuruluşudur ve ENQA’nın üyesidir.

ğerlendirme ve Akreditasyon Derneği) (<http://www.fedek.org.tr/>) ve 2010 yılında kurulan iki akreditasyon derneği TEPCAT (Tıp Eğitimi Programlarını Değerlendirme ve Akreditasyon Derneği) (<http://tepcad.org.tr/>) ve VEDEK (Veteriner Hekimliği Eğitim Kurumları ve Programları Değerlendirme ve Akreditasyon Derneği) (<http://vedek.org.tr/>) kurulması ve akreditasyon faaliyetlerine başlaması izlemiştir.

Bologna Süreci'nde kabul edilen ilkeler doğrultusunda, tüm Avrupa ülkelerinde olduğu gibi Türkiye'de de yükseköğretimde verilen eğitim ve öğretimin ders programlarına nasıl yansıtacağı; ne gibi öğrenim çıktılarının olacağı; vizyon, misyon gibi kavramların ışığında yeniden düzenlenmesi ile ilgili çalışmalara başlandı. Bu konunun en somut olgusu ise ulusal kredi sistemi yanında "Avrupa Kredi Transfer Sistemi"nin (AKTS) / "European Credit Transfer System" (ECTS) kabul edilmesidir. Dört yıllık lisans programları mezuniyeti için 240 AKTS olarak kabul edilen bu sistemin tam olarak uygulanması için bir 10 yıl beklemek gerekmiştir.

## 2.2. YÖK'ün Akreditasyonla İlgili Faaliyetleri

YÖK'ün (Yükseköğretim Kurulu) yükseköğretim kurumlarında kalite konusuyla doğrudan ilgilenmesi 2000'li yıllarında başına, Türkiye'nin yükseköğretimde Bologna sürecindeki standartları benimsemesine kadar uzanır. O zamana kadar üniversitelerdeki denetim faaliyetlerinin ruhunda kalite denetiminin yapılması saklı ise de bu denetimler genel olarak, yükseköğretim kurumlarının genel işleyişi, YÖK'ün koyduğu kurallara uygunluğuyla sınırlı olarak yapılmaktaydı. Bu tür bir denetimin kapsamı zaman içerisinde biraz daha genişletilerek ve değiştirilerek günümüzde de sürdürülmektedir. Bir anlamda denetim ve adı konulmasa da 'kalite değerlendirmesi'nin birlikte yürütüldüğü söylenebilir. Ancak, bu denetleme işi, bilindiği gibi, üniversitenin genelinde yapılmakta, fakülte programlarına inmemekteydi. Bu durum günümüzde de, biraz değişmekle birlikte, aynen sürdürülmektedir. YÖK tarafından yapılan denetimler üniversitelerin idari, mali ve öğrenci işleriyle bir bütün olarak ele alınarak incelenmekte idi. Günümüzde bu uygulama -kapsamı biraz daha genişletilerek- her yıl yapılmaktadır. Kuşkusuz bu denetimlerin içinde "eğitim kalitesi" de aranmakta ise de, ayrıntılı olarak her fakülteye, her bölüme inen bir program denetlemesi ya da değerlendirmesi yapılmamaktaydı. YÖK denetçileri, sınırlı denetim süreleri içerisinde kurumların gönderdikleri raporları inceleyerek ve üniversitelere yaptıkları 4-5 günlük saha ziyaretleri ile belirlenen kriterler çerçevesinde üniversitelerin genel durumunu

denetliyorlardı.

YÖK'ün Türk üniversitelerinin kalite konusunda ve program bazında değerlendirilmesiyle ilgili faaliyetlerinde birkaç etmen rol oynamıştır. Bunlardan ilki ve en önemlisi 1996 yılından başlayarak o zamana kadar tek vakıf üniversitesi olan **Bilkent Üniversitesi**'nin yanında başka vakıf üniversitelerinin kurulmasına izin verilmesidir. Benzer durum, 2002 yılından sonra AK Parti hükümetinin iktidara gelmesiyle, devlet üniversitelerinin sayısının hızla çoğalmasındadır. Hükümet politikası olarak, üniversiteye giremeyen 1 milyona yakın öğrencinin üniversite kapılarında yığılmasını azaltmak ve eritmek için neredeyse her ile bir üniversite, her ilçeye bu üniversitelerin bir fakültesi ya da 2 yıllık Meslek Yüksekokulu açılması politikası sonucu hem devlet hem vakıf üniversitelerinin sayısı hızla artmıştır. Bu durum ise doğal olarak ortaya kalite sorununu çıkarmıştır. Çünkü açılan devlet ve vakıf üniversitelerinin pek çoğu gerekli altyapı donanımı olmadan, özellikle yeterli akademik elemanı olmadan, YÖK'ün koyduğu bölüm açmak için en az doktoralı üç öğretim üyesi koşulunu yerine getiren yeni bölümler, dolayısıyla fakülteler açılmaya başlanmıştır. Üniversite kapılarında yığılan öğrencilere üniversitelere girme fırsatı doğmuş; üniversitelere girmek için bekleyen lise mezunu genç sayısı hızla erimiştir.

Bu yeni durumun en önemli sonucu da yükseköğretimde kalite sorununun ortaya çıkması olmuştur. Gerek altyapı ve donanım eksikliği, gerekse ders verecek hocaların niteliksel ve niceliksel yetersizlikleri, yükseköğretimde hem kurumsal hem de program bazında kalite konusunu gündeme getirmiştir.

Yükseköğretimin en üst yetkilisi olarak Yükseköğretim Kurulu (YÖK), 2002 yılından başlayarak konuya eğilmeye başlamıştır. Bu arada Bologna Süreci'nin devletler ve YÖK tarafından kabul edilmesi de ulusal standartların Avrupa standartlarına uyması zorunluluğu, kalite konusunu daha güncel hale getirmiş; hem devlet hem de vakıf üniversitelerinde kaliteyle ilgili yeni düzenlemelere gidilmesini zorunlu kılmıştır.

YÖK'ün yükseköğretimde kalite konusundaki ilk girişimi, 2002 yılında çıkardığı "Yükseköğretim Kurumlarında Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Yönetmeliği" ile oldu.

Bu yönetmelikle YÖK, bünyesinde kalite ile ilgili bir birim oluşturularak, yükseköğretimde kalite ile ilgili çalışmaları başlattı; Yönetmeliğe dayanılarak "Yükseköğretim Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Komisyonu" (YÖDEK) kuruldu. Ancak "kalite" konusu bu ilk çalışmalarda çok etkili olarak

varlık gösteremedi... Yönetmelik 2006 yılında değiştirilerek yetkiler daha genişletildi (<http://www.yok.gov.tr/yodek>).

Bu değişikliklerden sonra yükseköğretimde kalite konusu ile ilgili çalışmalara hız verildi; konu bir yandan üniversitelerde anlatılırken, benimsetilmeye çalışılırken, diğer yandan uluslararasılaşma kapsamında Avrupa'da kalite güvencesi konusuyula oluşturulan çatı örgüt ENQA (European National Quality Assurance) üyeliği için başvuru yapıldı ve 2007 yılında Türkiye "Gözlemci Üye" (Associate Status) olarak kabul edildi.

Tüm bu gelişmelerin merkezinde birbirine bağlı bir olay vardı; Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne girme çalışmaları ve buna bağlı olarak Türkiye'deki yükseköğretimde kalite konusunun gündeme gelmesi ve bu bağlamda İtalya'nın Bologna kentinde kabul edilen yükseköğretim ilkelerinin Türk yükseköğretim sistemine uyumlanması...

Bu konuda YÖK'ün üniversiteleri ikna etmesi, uygulamaya yöneltmesi zaman aldı. Bazı üniversiteler bu sistemi kabul edip uygularken –Sakarya Üniversitesi bunlardan biridir- özellikle klasikleşmiş yılların üniversiteleri ise Bologna süreci ile getirilmek istenen sisteme hemen uyum sağlayamadılar. Bologna süreci YÖK'ün bu konuda gösterdiği sıkı bir çalışma süreciyle 2013 yılında yaşama geçirildi.

Bologna ilkeleri, öğrenci odaklı olarak kabul edilmişti. Yükseköğretimde derslerin düzenlenmesine, öğrenim çıktıklarına, derslere verilen kredilere kadar pek çok husus yeniden düzenlediğinden, Türk yükseköğretimini yürüten üniversitelerin bu sistemi içselleştirerek, tüm ilkeleriyle uygulamaları uzun zaman aldı. Örneğin ulusal kredi sistemi yerine kabul edilen Avrupa Kredi Sistemi/AKTS'ye (European Credit Transfer System/ECTS) göre ders yüklerinin yeniden hesaplanması, öğrenim çıktıklarının misyon ve vizyon ile uyumlu olması gibi kurallara uyum kolay olmadı.<sup>7</sup>

### 2.3. Yükseköğretim Kalite ve Akreditasyon Kurulu'nun (YÖKAK) Kurulması

YÖK tarafından Bologna kriterleri üniversitelere yaygınlaştırılırken, bu süreçte eleştirilen AYS/ESG standartları giderek üniversiteler tarafından benimsenmeye başlandı. Diğer yandan YÖK içerisinde, üniversitelerde iyileştirmeye yönelik bu çalışmaların

denetlenmesi ya da değerlendirilmesini yapacak özerk bir birimin oluşturulmasına da hız verildi. O zamana kadar YÖK tarafından 2007'de çıkarılan yönetmeliğe göre çalışan YÖDEK (Yükseköğretim Kalite Kurulu) sınırlı sayıda başlayan ve gelişen program akreditasyon işleriyle de görevlendirilmişti. Mühendislik bilimleri eğitimi programlarının akreditasyonu ile uğraşan MÜDEK'in başlattığı ve bir süre tek akreditasyon kuruluşu yanında FEDEK (Fen ve Edebiyat Eğitimi Akreditasyon Kurulu), VEDEK (Veteriner Eğitim Akreditasyon Kurulu) gibi kuruluşlar YÖK'ten program akreditasyon yapmak üzere tescil belgesi alarak kendilerine başvuran programların akreditasyonunu yapmaya başladılar. 2015 yılına gelindiğinde YÖK tarafından tanınan, tescil belgesi verilen sivil toplum örgütlerinin sayısı da 7'e yükselmisti.<sup>8</sup>

2015 yılı Temmuz ayında YÖK, Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne katılma sürecindeki çalışmalar kapsamında yeni bir adım atarak "**Yükseköğretim Kalite ve Akreditasyon Kurulu**"nun (YÖKAK) kurulmasını sağlayan bir yönetmelik çıkardı. 20 üyeden oluşan Kurul, o güne kadar yapılan tüm yükseköğretim kurumlarının hem kurumsal hem de programlar/bölümler bazında kalite konusunu değerlendirmekle görevlendirilmiş ve yetkilendirilmişti. Bu yönetmelikle getirilen önemli değişikliklerden biri yükseköğretimde kalite konusunu hem kurumsal hem de program bazında öngörmesiydi. Yönetmeliğin ilgili maddesinde akreditasyon şöyle tanımlanıyordu:

*"Fakülte/yüksekokul/enstitü gibi bir yükseköğretim kurumu tarafından uygulanmakta olan herhangi bir programın, ulusal veya uluslararası düzeyde kalite, verimlilik, etkinlik gibi belirli performans standartlarına sahip olduğunun kanıtlanmasıdır."* (2015 Yönetmelik tanımı)

YÖKAK kısa bir süre bu yapı içerisinde çalıştıktan sonra 18 Haziran 2017 tarihinde çıkarılan bir torba yasanın 35. maddesi ile mali özerkliği olan bağımsız bir kuruluş olarak YÖK'ten ayrıldı. YÖK'ten ayrılan "**Yükseköğretim Kalite ve Akreditasyon Kurulu**" (YÖKAK) o zamana kadar çalışmakta olan dış değerlendirme akreditasyon kuruluşlarını bünyesinde topladı. 23 Kasım 2017 tarihinde çıkarılan Yönetmelikle YÖKAK'ın yapısı yeniden düzenlendi. 20 olan Kurul'un yeni yapısı 13 üyeden oluşturuldu.

<sup>7</sup> AKTS'nin anlamı, öğrencinin bir dersi dinleme ve çalışma olarak kaç saat ayırması gerektiği temeline dayanıyordu. Örneğin bir öğrencinin 5 AKTS'li bir ders için ders dinlemesi+çalışması için harcaması gereken saat  $24 \times 5 = 120$  saat olarak hesaplanması gerekiyordu...

<sup>8</sup> YÖK tarafından program akreditasyonu yapmak üzere yetkilendirilen kuruluşlar şunlardır. MÜDEK (Mühendislik Bilimleri Programları), FEDEK (Fen - Edebiyat Programları), VEDEK (Veterinerlik Programları), TEBDAD (Tıp Programları), ECZAKDER (Eczacılık Programları), HEPDAT (Hemşirelik Programları), MİAK (Mimarlık Programları), TPD (Psikoloji Programları).

Kurul üyelerinin temsil ettiği kurum ve kuruluşlar şöyledir:

“MADDE 5. 1) Yükseköğretim Kalite Kurulu;

- a) Yükseköğretim Kurulu Genel Kurulu tarafından seçilen üç,
- b) Üniversitelerarası Kurul tarafından seçilen üç,
- c) Millî Eğitim Bakanlığı tarafından seçilen bir,
- ç) Mesleki Yeterlilik Kurumunu temsilen bir,
- d) Türk Akreditasyon Kurumunu temsilen bir,
- e) Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumunu temsilen bir,
- f) Türkiye Sağlık Enstitüleri Başkanlığını temsilen bir,
- g) Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğini temsilen bir,
- ğ) Öğrenci temsilcisi (<https://yokak.gov.tr/mevzuat/ilgili-mevzuat>)

Önemli görev ve yetkiler üstlenen Kurul üyelerinin temsil ettiği kurumların 6'sı akademik, 5'i devlet kurumu, biri sivil toplum örgütü, 1 üye de öğrenci temsilcisidir.

## 2.4. YÖKAK Dönemi

YÖK'ten ayrılarak bağımsız, özerk bir yapıya kavuşan YÖKAK, hızla kadrosunu oluşturarak kalite konusunda çok önemli adımlar attı. Yönetmelik gereği YÖKAK'ın üniversitelerde iki türlü kalite değerlendirme yetkisi vardır:

• **Kurumsal dış değerlendirme:** 5 yıl içerisinde zorunlu olarak tüm üniversitelere yapılan dış değerlendirme faaliyetleri. Bu değerlendirmeler, YÖKAK'ın, eğitici olarak yetiştirdiği üniversite öğretim üyeleri tarafından yapılmaktadır.

• **Program değerlendirmesi:** YÖKAK tarafından yetkilendirilmiş sivil toplum örgütü (dernek statüsün-

de) akreditasyon kuruluşları tarafından bölüm/program değerlendirme faaliyetleri.

Burada kısa bir açıklama yapmakta yarar vardır. Kurumsal Dış Değerlendirme zorunlu iken, program akreditasyonu zorunlu olmayıp, isteğe bağlıdır.

YÖKAK, Türkiye ve KKTC'deki üniversiteleri hem kurumsal doğrudan kendisi, hem de program bazında akreditasyon kuruluşları aracılığıyla değerlendirmeye başladı. Kurumsal dış değerlendirmeler, YÖKAK tarafından eğitimleri yapılan ve yeterlik belgesi alan genelde akademisyen değerlendiriciler tarafından yapılmaktadır. Burada işleyiş, kurum özdeğerlendirme raporlarını (KİDR) hazırlayan üniversiteler YÖKAK'a belgelerle birlikte göndermekte; daha sonra YÖKAK değerlendiricileri aracılığıyla saha ziyaretlerini yaparak özdeğerlendirme raporlarında (KİDR) belirtilen hususları yerinde değerlendirmektedir.<sup>9</sup>

YÖKAK'ın akreditasyon kuruluşları aracılığıyla yaptığı program akreditasyonu ile ilgili faaliyetlerinde de kısa süre içerisinde önemli gelişmeler oldu. YÖKAK kurulmadan önce 7 olan akreditasyon kuruluşları sayısı, YÖKAK'ın 30 Ocak 2018 yılında yapılan ilk toplantısında 4 yeni akreditasyon kuruluşuna belge verilmesiyle 11'e yükseldi.<sup>10</sup> Bu kuruluşlardan biri de Türkiye'de ve KKTC'de iletişim eğitimi ile ilgili program akreditasyon yapmaya yetkili kuruluş olarak İLAD'dır. YÖKAK, başvuru yapan 4 kuruluşa daha akreditasyon yetki belgesi vererek program akreditasyonu yapan kuruluş sayısını 15'e çıkarttı.<sup>11</sup>

## 3. İLETİŞİM EĞİTİMİNDE AKREDİTASYONLA İLGİLİ ÇALIŞMALAR

### 3.1. Hazırlık Çalışmaları

Akreditasyon kuruluşlarının kurulması ve yetki belgesi almasına kadar geçen süreçte, sivil toplum örgütlerinin yapması gereken, sorumluluk üstlenmesi gereken pek çok iş vardır; emek ister, zaman ister, özveri ister. Bundan ötürü de iletişim eğitimiyle ilgili bir sivil toplum örgütü olan İLAD'ın (İletişim Araştırmaları Derneği) bu süreçte nasıl hazırlık yaptığıyla ilgili olarak, tarihe not düşmek amacıyla, yapılan çalışmaları özetle belirtmekte yarar vardır.

9 YÖKAK günümüze kadar (Haziran 2020) 165 üniversiteden 100'den fazlasının kurumsal değerlendirmesini yaptı. 2020 yılı içerisinde ise geri kalan devlet ve vakıf üniversitelerinin kurumsal değerlendirmesini yaparak ilk değerlendirme turunu tamamlama planlamasını yapmış, ancak tüm dünyada ve bu arada Türkiye'de de patlak veren Covid-19 virüs pandemisi nedeniyle, saha ziyaretlerini ertelemek durumunda kalmıştır.

10 Yeni akreditasyon kuruluşları İLAD (İletişim Araştırmaları derneği)'in yanında, EPDAD (Eğitim Programları), SABAK (Sağlık Bilimleri Programları), TURADAK (Turizm Programları).

11 2020 Haziran ayı itibarıyla program akreditasyonu yapma tescil belgesi alan kuruluşlar için bkz.

<https://yokak.gov.tr/akreditasyon-kuruluslari/tescil-suresi-devam-edenler>.

İLAD, bir Sivil Toplum Örgütü olarak 1989 yılında kurulmuş bir meslek örgütüdür.<sup>12</sup> İLAD iletişim eğitimiyle ilgili akreditasyon çalışmalarına 2015 yılı bahar aylarında başladı. Bu konuda deneyimi bulunan kurum ve kuruluşlardan bilgi aldı; sürecin nasıl çalıştığı, neler yapılması gerektiği konusunda hazırlık çalışmaları yaptı.<sup>13</sup> Bu çalışmaların en önemli boyutu ise yapılan çalışmaların içerisinde İLDEK'in (İletişim Dekanları Konseyi) bulunması oldu. İLDEK'in yaptığı 24. Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanlar Konsey toplantısında ilk kez konu gündeme geldi ve iletişime özgü ölçütlerin oluşturulması amacıyla bir hazırlık komisyonu kuruldu.<sup>14</sup> 25. İstanbul Üniversitesi ve 26. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi İLDEK toplantılarında, Hazırlık Komisyonunun hazırladığı akreditasyonda kullanılacak iletişim eğitimine ilişkin özgün ölçütler tartışıldı.

### 3.2. Program Ölçütleri ve Akreditasyon Süreci

Hazırlık çalışmaları kapsamında ilk yapılması gereken en önemli işlerden biri, İLAD'ın tüzüğünün değiştirilmesi oldu. 2015 Haziran ayında yapılan olağanüstü Genel Kurul toplantısında, Dernek Tüzüğüne İLAD'ın "akreditasyon yapma" yetkisi ilave edildi.

Sonraki aşmalarda iki önemli yönetmelik çıkarıldı. İlki, "Çalışma Yönetmeliği", diğeri ise iktisadi bir işletme kurulmasıyla ilgili "Bütçe ve Mali İşler Yönetmeliği" idi. Bu iki yönetmelikten sonra 12 tane yönerge ile iletişim alanının ve programlarının çıktıları hazırlandı. Tüm yönetmelik ve yönergelerin hazırlanmasında rehber olarak, bu işe yıllarını vermiş MÜDEK'in çalışmalarından ve danışmanlıklarından yararlandı. Bu arada farklı üniversite iletişim fakülteleri akademisyenlerinin oluşturduğu hazırlık komisyonu ise önce genel iletişim alan ölçütlerini ve çıktılarını belirledi. Bu hazırlıkta kaynak olarak AYS/ESG'nün kurallarından yararlandı. Kuşkusuz asıl yapılması gereken ise iletişim alanında eğitim veren fakültelerin programlarına özgü program ölçütlerinin hazırlanması oldu. Bu konuda ilk olarak 7 bölüm/program türü seçildi. Bunlar iletişim eğitiminin 4 yıllık olarak başladığı Ankara Üniversitesi, o zamanki

adı ile Basın Yayın Yüksekokulu'nda var olan ve halen de hem o fakültede ve hem de daha sonra kurulan devlet ve vakıf iletişim fakültelerinde yaygın olarak bulunan bölümlerdi: "Gazetecilik ve Habercilik", "Görsel İletişim Tasarımı" "Halkla İlişkiler ve Tanıtım", "İletişim Bilimleri", "Radyo Televizyon Sinema", "Reklamcılık" ve "Yeni Medya ve Dijital Medya" bölümleri/programları idi.

### 3.3. YÖKAK'tan İLAD'a Akreditasyon Tescil Yetkisinin Verilmesi

İLAD'ın, akreditasyon tescil belgesi alması için dosyasını hazırlayarak yeni kurulan YÖK'e sunması 14 Şubat 2017 tarihinde oldu. YÖKAK'tan tescil belgesini alması ise, YÖKAK'ın yapılanması ile ilgili Yasa ve Yönetmeliklerin çıkarılması nedeni ile neredeyse 1 yıl sonra, 30 Ocak 2018 tarihinde gerçekleşti. Bir anlamda YÖKAK'ın bağımsız bir kuruluş olarak kurulmasından sonraki ilk toplantısında akreditasyon yetki belgesi verdiği 4 kuruluştan biri İLAD oldu.

### 4. İLAD'IN AKREDİTASYON İLE İLGİLİ ÇALIŞTAYLARI

İLAD, akreditasyon tescil belgesi için YÖK \YÖKAK'a dosya hazırlarken ve tescil belgesini verilmesini beklerken, bir yandan da değerlendirici ve kurum bilgilendirme çalışmaları düzenledi.

**Değerlendirici Çalışmaları;** İLAD, iletişim eğitimi akreditasyonunda görev alacak değerlendiricilerin eğitimi ile ilgili çalıştaylar düzenleyerek değerlendirici havuzunu oluşturma faaliyetlerinde bulundu. Çünkü akreditasyon konusunda değerlendirici olabilmek için değerlendirici çalıştaylarının yapılması ve değerlendiricilerin "değerlendirici sertifikası" alması zorunluluğu bulunmaktadır. Çoğunluğu akademisyen olan bu katılımcılar için İLAD tarafından bugüne kadar bir tam gün süren 9 tane değerlendirici çalıştay yapıldı.<sup>15</sup> **Kurum Bilgilendirme Çalışmaları;** İLAD, değerlendirici çalıştayları yanında program akreditasyonu konusunda bilgilendirme isteyen kurumlara da "kurum bilgilendirme çalışmaları" düzenledi. Günümüze kadar İLAD tarafından 2'si iletişim fakül-

12 İLAD, 1989 yılında gazeteci, yazar, iletişim duayeni Dr. Hıfzı Topuz başkanlığında, aralarında bu makalenin yazarının da bulunduğu, zamanın gazetecileri ve iletişimci akademisyenlerden oluşan bir grup tarafından kurulmuş bir meslek örgütüdür.

13 Bu bağlamda akreditasyon kuruluş olarak ilk olarak MÜDEK ile görüşüldü. MÜDEK başkanı Doç. Dr. Erbil Payzın'dan sık sık görüşler alındı. FEDEK Başkanı Prof. Şermin Örnektekin ile görüşüldü. Sakarya Üniversitesi eski Rektörü o zaman Bilgi Üniversitesi Rektörü olan Prof. Dr. Mehmet Durman ile ve daha sonra da Sakarya Üniversitesi'ne ziyaret yapılarak Rektör Prof. Dr. Muzaffer Elmas (daha sonra YÖKAK başkanı) ile görüşüldü.

14 Bu hazırlık komisyonu farklı üniversitelerden şu akademisyenlerden oluşmaktaydı; Prof. Dr. Aysel Aziz (İst. Yeni Yüzyıl Üniv.), Prof. Dr. Hülya Yenğin (İst. Aydın Üniv.), Prof. Ruken Öztürk (Ank. Üniv.), Prof. Dr. Sacide Vural (Yeni Yüzyıl Üniv.), Nilüfer Sezer (İstanbul Üniv.), Prof. Dr. Nezih Orhon (Anadolu Üniv.) Doç. Dr. Berrin Yanıkkaya (Yeditepe Üniv.), Yrd. Doç. Nalan Büker (Işık Üniv.), Yrd. Doç. Dr. Müge Demir (Beykent Üniv.), Yrd. Doç. Dr. Diğdem Sezer (İst. Üniv.)

15 Bu çalıştaylardan biri KKTC'de Gazi Mağusa'da Doğu Akdeniz Üniversitesinin ev sahipliğinde yapıldı.

terleri dekanları ya da temsilcilerini katıldığı 3 toplantı olmak üzere 6 kurum bilgilendirme çalışmayı yaptı.<sup>16</sup> Her iki tür çalıştay sonunda katılımcılara, katılımcı sertifikaları verildi.<sup>17</sup>

### 1.1. İletişim Eğitimi Akreditasyon Faaliyetlerinin Başlaması

İLAD, ilk akreditasyon faaliyetlerine, yetki belgesini alır almaz, (2018) yılında başladı. Tüm iletişim fakültelerine duyurular yapıldı. İlk başvuru sayısı 31 idi, ancak bunların bir kısmının kıstasları akreditasyonun genel ölçütlerine biçimsel olarak uymadığı için İLAD tarafından kabul edilmezken, bir kısmı ise özdeğerlendirme raporunun hazırlanmasındaki zorluklar nedeniyle kendileri çekildiler ve saha ziyaretleri ile değerlendirmesi tamamlanan program sayısı 14 olarak kaldı. Burada bir parantez açarak, daha yeni kurulmuş bir akreditasyon kuruluşuna gösterilen bu ilgi, akreditasyon konusunda bu tür ihtiyacın doğduğunu göstermesi açısından önemli olduğunu belirtmek gerekiyor.<sup>18</sup>

İkinci yıl (2019) ise 15 programın akreditasyonu yapıldı. 2020 yılında ise başvuru sayısı 24 oldu, ancak Covid-19 Virüs pandemisi nedeniyle eğitimin uzaktan eğitime dönüşmesi, üniversitelerde yüz yüze çalışmaların kısıtlanması özdeğerlendirme raporunun hazırlanmasını zorlaştırması gibi nedenlerle bu sayı 16 olarak devam etmektedir.

### 4.2. Akreditasyon Süreci

Yükseköğretimde sürdürülebilir kalite sürecinin önemli bir kısmı Program Akreditasyonu ile ilgilidir.

Yukarıda tanımı verilen akreditasyon sürecinin amaçları şöyle özetlenebilir:

- ✓ Eğitim-öğretimin niteliğinin artırılması ve sistematik bir yaklaşımla sürekli geliştirilmesi;
- ✓ Eğitim-öğretimin niteliğinin güvence altına alınması;
- ✓ Bu güvencenin yükseköğretimin hizmet sunduğu kesimlere; tüm iç ve dış tüm paydaşlara (öğrencilere, ailelere, ilgili sektöre ve diğer tüm paydaşlara) eğitim-öğretimin kalitesinin belirli standartlara dayalı olarak yürütüldüğünün güvencesinin verilmesi

### Program akreditasyonu iki aşamalı bir süreçtir:

• **Eğitim kurumlarının özdeğerlendirmesi;** Yükseköğretim kurumunun kendi kendini dönemsel olarak değerlendirmesi; akreditasyon kuruluşlarının hazırladıkları özdeğerlendirme kılavuzuna göre kanıt belgeleriyle rapor hazırlamaları.

• **Akreditasyon kuruluşlarının değerlendirilmesi;** Akreditasyon için başvuran programın, Yükseköğretim Kalite Kurulu'ndan «Kalite Değerlendirme Tescil Belgesi» alan akreditasyon kuruluşlarının değerlendiricileri tarafından önce kurum tarafından hazırlanmış olan Özdeğerlendirme Raporu üzerinden, daha sonra ise saha ziyareti ile değerlendirilmesi.

Başvuru için önemli koşul, o programın/ bölümün mezun vermiş olmasıdır. Bir başka deyişle iletişim eğitimi program akreditasyonu için bu süre, o programın eğitimde 5. yılında olması gerekir.

### 4.3. Akreditasyon Sürecinin İşlemesi

Akreditasyon süreci, zaman alan oldukça uzun bir süreçtir ve birkaç aşamalıdır.

• Süreç, yükseköğretime bağlı iletişim eğitimiyle ilgili bir programın, İLAD'a başvurmasıyla başlar.

• İLAD, genel kurallara uygun olan programların başvurularını kabul eder ve kendilerine hazırlamaları gereken özdeğerlendirme raporunu ve karşılımları gereken iletişim alan ölçütleri ile o programa özgü iletişim ölçütleri ve çıktılarını gönderir. Bu raporun hazırlanması için 3 – 4 aylık bir süre verilir.

• Verilen bu süre içerisinde fakülte ve program Özdeğerlendirme Raporunu hazırlayarak İLAD'a gönderir. İLAD raporları ön değerlendirme için İLEDAK (İletişim Eğitimi Değerlendirme Kurulu)'na gönderir. Bu aşamadan sonra gerek rapor üzerinde değerlendirme ve gerekse alanda yapılacak değerlendirmeleri İLEDAK yürütür.<sup>19</sup>

• İLEDAK ön değerlendirmesini, biçimsel olarak ve belgelerin tam olup olmadığı yönünden yapar. Eksik hususlar varsa, başvuran program yetkililerinden tamamlanmasını ister.

16 Kurum bilgilendirme Çalıştaylarından biri, KKTC'de Lefke Avrupa Üniversitesi'nin ev sahipliğinde Lefke'de yapıldı.

17 Çalıştay faaliyetleri bu makalenin yazarı olan Prof. Dr. Aysel Aziz (eğitici ve kurum çalıştayları) ile Prof. Sacide Vural (eğitim çalıştayları) ve Prof. Dr. Süleyman İrvan (kurum çalıştayları) tarafından yapıldı. Çalıştaylarla ilgili geniş bilgi için bkz. <http://iledak.ildad.org.tr/calistaylar/degerlendirici-egitimi-calistaylari> ve <http://iledak.ildad.org.tr/calistaylar/kurum-egitimi-calistaylari>.

18 Akreditasyona ilk başvuran üniversiteler ve fakülteler şunlardır: Ankara Üniv., Sakarya Üniv. İst. Aydın Üniv., Beykent Üniv., Bahçeşehir Üniv., KKTC'den Uluslararası Kıbrıs Üniv. ve Lefke Avrupa Üniv. iletişim fakülteleri.

19 İLEDAK'ın yapısı şöyledir: 5 iletişim alanında uzman akademisyen, 4 iletişim alanıyla ilgili sektör temsilcisi (TGC, RATEM, TÜHİD ve KAL-DER temsilcisi). Ayrıntılı bilgi için bkz. <http://iledak.ildad.org.tr/>

• Özdeğerlendirme raporlarının ön değerlendirmesinden sonra İLEDAK her program için değerlendirici ekibi kurar. Değerlendirme ekibi her program için bir başkan, bir eş başkan ve iki program değerlendiriciden oluşur. Bu aşamadan sonra sorumluluk ekip başkanındadır; ekip çalışmalarını o yürütür.

• Değerlendirme ekibine özdeğerlendirme raporları gönderilir ve kendilerinin bu raporları İLAD ölçütlerine uyup uymadığının incelenmesi istenir. Eksik belge varsa başvuran programdan, ekip başkanı aracılığıyla istenir.

• Sahaziyareti; sahaziaretinin amacı, özdeğerlendirme raporunda belirtilen hususların yerinde görülmesi; ilgili paydaşlarla konuşulmasıdır.

• Ekip başkanı ve Fakülte/Program yetkilileriyle görüşmeyle belirlenen tarihte saha ziyareti yapılır. Saha ziyareti, ekip başkanının planlamasıyla, genel olarak 3 gün (Pazar-Pazartesi –Salı) içerisinde gerçekleştirilir.<sup>20</sup>

Saha ziyaretinde;

- ✓ Alt yapı ve program olanakları incelenir, görülür.
- ✓ İç paydaşlarla (yöneticiler, idari birim yetkilileri, o programın akademisyen ve öğrencileri) görüşülür.
- ✓ Dış paydaşlarla (mezun, sektör vb.) görüşme yapılır
- ✓ Saha ziyareti bitiminde ekip tarafından hazırlanan rapor, rektörün başkanlığında ilgili yönetici ve akademisyenlerin katıldığı bir toplantıyla ekip başkanı ve değerlendiricileri tarafından okunur ve çıkış bildirimi ilgililere teslim edilir.

Değerlendirme raporlarında değerlendiriciler tarafından o program için saptanan, gözlemlenen hususlar olumlu ve yetersiz yönleriyle ve gerekçeleriyle belirtilir. Raporlar kesin olmayıp, buna karşı haklı gerekçeleri olması durumunda belli bir süre içerisinde ekip başkanına itiraz yapılabilir.

Ekip başkanı, programla ilgili değerlendirme raporunu kesinleştirdikten sonra kendi kanaatini belirten kararı da kapsayan raporunu daha sonra akreditasyon işlemlerinden sorumlu kuruluş olan İLEDAK'a (İletişim Eğitimi Değerlendirme Akreditasyon Kurulu) gönderir. Bu kararlar 3 türde olabilir: 5 yıl akreditasyon, 2 yıl (koşullu) akreditasyon önerilebilir ya da akreditasyon verilmez.

İLEDAK raporu "Tutarlılık Komisyonu"na gönderir, bu komisyonun incelemesi diğer programlar arasında ve yıllar arasında benzer konularda benzer kararların verilmesi yönünde çalışmalarını içerir. Kararlar arasında tutarsızlıklar varsa bunları da belirten raporla ekip raporlarını İLEDAK başkanına gönderir. İLEDAK, kurul toplantısında gelen raporları inceler ve kesinleştirir ve onay için İLAD'a gönderir.

Akreditasyon değerlendirmesi geçiren yükseköğrenim kurumunun akreditasyon alıp almaması, kaç yıllık akreditasyon alacağına ilişkin İLEDAK kararları İLAD Yönetim kurulunda onaylanarak kesinleşir.

#### 4.4. İletişim Eğitim Akreditasyonu ile İlgili Terminoloji

Akreditasyon sürecinde, tüm akreditasyon kuruluşlarının akreditasyonun verileceği karar aşamasında kullandığı terminolojiyi de kısaca görmekte yarar vardır.

Akreditasyonla ilgili olarak değerlendirici raporlarında, İLEDAK'ta ve sonrasında nihai karar mercii olan İLAD Yönetim Kurulunda alınan kararlarda akreditasyon ile ilgili şu terminoloji kullanılmaktadır.

• **Eksiklik:** Bir ölçütün sağlanmadığının, program ilgili ölçüt ile uyum içinde olmadığını gösterir. Kurumca hemen önlem alınmalıdır (bu durumda akreditasyon verilmemektedir).

• **Zayıflık:** Bir ölçütün **kısmen** sağlandığını, ancak bu durumun zorlukla elde edildiğini ve bir sonraki genel değerlendirmeye kadar programın niteliğinde bir bozulma olmayacağı garantisini bulunmadığını gösterir (2 yıl akreditasyon verilir).

• **Kayıp:** Bir ölçütün halen sağlandığını, ancak bu ölçütün ileride sağlanamayabileceğini gösterir. Dolayısıyla ile ölçütün sağlanmasının devamını garanti etmek için kurumca olumlu bir girişim yapılmasında yarar vardır. (2 yıl / 5 yıl akreditasyon verilir)

• **Gözlem:** Ölçütler ile doğrudan ilgili olan ya da olmayabilen bir yorum ya da öneri o programın daha da geliştirilmesi için gösterdiği sürekli çabalara yardımcı olmak üzere tavsiye edilen husustur (5 yıl akreditasyon verilir).

Kuşkusuz buradaki terminoloji de geçen kavramların, farklı ölçütlere göre uygulanması söz konusu olabilmektedir.

Akreditasyon almayan ya da koşullu alan fakülteler/programlar raporda belirtilen hususları yerine getiril-

20 Saha ziyaretlerinin kısaltılarak 2 güne indirilmesi çalışmaları yapılmaktadır. Bu konuda sürenin kısaltılması yönünde haklı yakınmalar vardır. Özellikle Covid-19 virüs pandemisi döneminde pek çok çalışmanın dijital ortamda uzaktan yapılması bu konuda bazı görüşmelerin uzaktan yapılabileceği eğilimini artırmıştır.

dikten sonra akreditasyon için tekrar başvurabilir!

#### 4.5. İletişim Eğitimiyle İlgili Ölçütler:

Program akreditasyonunda: "Özdeğerlendirme" raporunda İLAD tarafından hazırlanan 10 ölçüt bulunmaktadır.<sup>21</sup> Bunlardan programa ilişkin ölçütler, "Avrupa Yüksek Öğretim Kalite Güvencesi Standartları" (European Standart & Guideline) (ESG, 2015) ve TYÇ ve TYYÇ ile uyumlu olarak hazırlanmıştır. Her ölçütün altında alt ölçütler bulunmaktadır<sup>22</sup>– (<http://ileadk.ilad.org.tr/belgeler/degerlendirme-olcutleri>).

Bu ölçütlerden 2., 3. ve 5. ölçütler Bologna sürecindeki ölçütlerin bir kısmını doğrudan kapsamaktadır.

#### Ölçütler:

Her ölçütün altında farklı alt ölçütler bulunmaktadır.

1. Öğrenci ölçütü
2. Programın öğretim amaçları ölçütü
3. Program çıktıları
4. Sürekli iyileştirme
5. Öğretim programı
6. Öğretim kadrosu
7. Programın altyapısı
8. Kurum desteği ve parasal kaynaklar
9. Organizasyon ve karar alma süreçleri
10. Programa özgü ölçütler (akreditasyona başvuran her program/bölüm için farklıdır)

#### Ölçüt 1: Öğrenci Ölçütü

Bu ölçüt **öğrencilerin programlara kayıtlarıyla ilgili yasal düzenlemeleri, uygulamaları değerlendiren bir ölçüttür.** Bu ölçütün uygulanmasında **tüm üniversite için geçerli olan kurallar ve uygulamalar esastır.**

Bu bağlamda şu alt ölçütleri düzenler:

- ✓ Öğrenci kabul ve kayıtlarını yasalarla düzenlenmiş ve sistemli olması;
- ✓ Yatay ve dikey geçişlerde uygulanan sistemin açık, herkes için aynı olması;
- ✓ Ders muafiyetlerin verilmesindeki kriterlerin açık ve herkese uygulanır olması ve bölüm kararıyla alınması;
- ✓ Yandal ve çift anadal programlarıyla ilgili hukuki düzenlemelerin olması ve bu konuda öğrencilerin

bilgilendirilmesi ve teşvik edilmesi;

- ✓ ERASMUS, MEVLANA, FARABİ gibi öğrenci hareketliliğinin sağlanması;
- ✓ Öğrenci danışmanlıkları ve izleme durumu;
- ✓ Mezuniyet koşullarının belirlenmesinde uygulanan sistem (AKTS, kredi, staj vb.);
- ✓ Öğrenci ders ve diğer başarılarının değerlendirilmesi (burs, maddi yardım vb).

#### Ölçüt 2: Programın Öğretim Amaçları Ölçütü

Bu ölçüt programla ilgili olarak aşağıdaki çok önemli alt ölçütleri içermektedir.

- ✓ Programın öğretim amaçları iyi, açık olarak tanımlanmış olması, gözden geçirilmesi;
- ✓ Programın amaçlarının üniversitenin özgörevleriyle tutarlılığının olması, uyuşması;
- ✓ Program öğretim amaçlarının, programın öğretim amaçlarıyla uyumlu olması;
- ✓ Programın öğretim amaçlarını belirlenmesi ve güncellenmesinin değişen koşullar dikkate alınarak ve paydaşlarla birlikte gözden geçirilmesi.

#### Ölçüt 3: Programın Çıktıları

Program akreditasyonunda en önemli ölçütlerden biridir. Temeli, diğer bir kısım ölçütte olduğu gibi, Bologna Sürecindeki kurallara dayanmaktadır. Program çıktılarıyla derslerin **çıktılarının birbirini desteklemesi temeline dayanır.**

- ✓ Program çıktılarını belirleme yöntemlerinin olması
- ✓ Program öğrenim çıktılarının program amacıyla uyuşması
- ✓ Program çıktılarının öğretim amaçlarıyla uyumlu olması
- ✓ Program çıktılarının ders programları tarafından desteklemesi
- ✓ Program çıktılarının ölçme ve değerlendirme sürecinin açık ve net olması
- ✓ Program çıktılarına ulaşmada kullanılan yöntemlerin açık ve somut olması
- ✓ Mezuniyet aşamasındaki öğrencinin program çıktılarına ulaşma düzeyi
- ✓ Dersin amacının program ve öğrenim çıktılarıyla uyuşması
- ✓ Programın öğrenim çıktılarının ve derslerin öğrenim çıktılarının İLAD Alan ve Program ölçütleriyle uyuşması

#### Ölçüt 4: Sürekli İyileştirme ile İlgili Ölçüt

21 2020 yılında bu ölçütler gözden geçirilmiş ve 2. sürümleri hazırlanmıştır.

22 Bu ölçütler ve alt ölçütler tüm akreditasyon kuruluşlarında aynı olan ölçütlerdir. Farklılık 3. ve 10. Ölçütlerdeki alan ve programa özgü ölçütlerdir. Her akreditasyon kuruluşu bu ölçütleri o program özgü olarak hazırlamak durumundadır.



Programda yer alan derslerin statik değil, dinamik; toplumsal, teknolojik değişikliklere uygun olarak yapılıp yapılmadığının değerlendirmesini yapan bir ölçüttür.

- ✓ Ders programlarının gelişen toplumsal ve teknolojik gelişmelere cevap verecek şekilde hazırlanması
- ✓ Bu iyileştirmede **iç paydaşlarla** (öğrenci, öğretim elemanları, yöneticiler vb.) ve **dış paydaşlarla** (sektör, mezunlar, aileler vb. akran kuruluşlar) sürekli iletişim içerisinde olunması; onların isteklerini de dikkate alan iyileştirmelerin yapılması ve bu durumun belgelerle (yazılı, görsel, sessel kanıtlar gibi) kanıtlanması

Akreditasyon sürecinde dikkat edilen, üzerinde önemle durulan bu ölçüt, program değişikliklerin artık bölüm içerisinde, fakülte içerisinde yapılmasını kesinlikle önlemeye yönelik bir ölçüt olarak, programlarda yapılan iyileştirmelerin “paydaş”larla paylaşarak yapılmasını öngörmektedir. Bu ölçüt, **günümüze kadar** yapılan iletişim eğitimi akreditasyon çalışmalarında üzerinde titizlikle durulan bir ölçüt olmuştur.

#### Ölçüt 5: Öğretim Programı ile İlgili Ölçüt

Bu ölçüt de doğrudan uygulanan programla ilgili bir ölçüttür. Kabul edilen programların nasıl uygulanmasına ilişkindir.

- ✓ Öğretim programının /müfredatın hazırlanması
- ✓ Ders içeriklerinin hazırlanması / syllabus
- ✓ Öğrenci transkriptlerinde mezuniyet şartı olan en az **240 AKTS** koşulunun yerine getirilmesi...
- ✓ Ders AKTS’lerinin; **60 AKTS** “Temel Eğitim” dersleri, **90 AKTS** iletişim alanı ilgili dersler, **60 AKTS** ise program alanıyla ilgili “Seçimlik” dersler, 30 AKTS YÖK dersleri /Üniversite seçmeli derslerden oluşması

Bu alt ölçüt, kısaca 60-90-60-30 AKTS olarak da formüle edilmektedir.

2 yıllık iletişim eğitimi akreditasyon uygulamasında en çok bu konuda düzensizlikler, eksiklikler olduğu görüldü. Bazı programlarda iletişimle ilgili temel derslerin azlığı, bazı programlarda ise seçimlik alan derslerin az olması dikkati çekmiştir.

#### Ölçüt 6: Öğretim Kadrosu

Bu ölçüt 3 alt ölçüt içermektedir. Programı uygulayan, gerçekleştiren akademik kadronun belli kriterlere sahip olup olmadığıyla ilgili bir ölçüttür.

- ✓ Akademik personelin sayıca yeterliliği; burada İLAD’ın koyduğu en az 6 öğretim elemanı (öğretim üyesi-öğretim görevlisi) olması koşulu getirilmiştir.<sup>23</sup>
- ✓ Programı uygulayacak akademik elemanın niteliği; o programı uygulayacak akademisyenin dersin çıktılarının karşılayacak donanımda olup olmadığı hususu. Bu konunun değerlendirilmesi amacıyla özdeğerlendirme raporlarında her öğretim elemanının özgeçmişi belge olarak gönderilmesi istenmektedir.
- ✓ Öğretim kadrosunun akademik farklı unvanlarının dağılımı; her program kadrosunda en az bir profesör, bir doçent ve dr. öğretim üyesi ve öğretim görevlisinin bulunması ideal bir kadro için gereklidir.

#### Ölçüt 7: Programın Altyapısı

Bu ölçüt, programın gerektirdiği alt yapı donanımına sahip olup olmadığına değerlendirilmesidir. Bu ölçütün bir kısmı, programın/bölümün sorumluluğunda ya da yetkisinde olmayan Üniversitenin geneliyle ilgili olanaklardır.

- ✓ Programın uygulanmasını sağlayacak yeterli donanımlı derslik, laboratuvar, stüdyo gibi alanların varlığı
- ✓ Öğrencilerin yararlanacakları kütüphane başta olmak üzere kafeterya, yemekhane, spor tesisleri gibi sosyal alanların varlığı

#### Ölçüt 8: Kurum desteği ve parasal kaynaklar

Bu ölçüt de kurumun o programa ne kadar ve nasıl destek verdiğiyle ilgili bir ölçüttür. Burada özellikle fakültenin ve onun içerisinde yer alan programın/bölümün genel bütçeden yeterli pay alıp almadığı; bu desteğin gerek alt yapı donanımı ve akademik personelin gelişimine yeterli katkı sağlayıp sağlamadığını ölçmeyi amaçlayan bir ölçüttür.

#### Ölçüt 9: Organizasyon ve karar alma süreçleri

Bu ölçüt de yine genel olarak, tüm üniversitenin uygulamakta olduğu kurallar bütünüyle ilgilidir. Bu süreç, YÖK’e bağlı kurumlar olarak her yükseköğretim kurumunda olması gereken kurallardır. Ancak bu kuralların ne kadarının, nasıl uygulandığı hususu önem kazanmaktadır.

Akademik ve idari personelin atamaları, görevden alınmaları gibi hususların uygulanıp uygulanmadığının saptanmasında bölüm, fakülte ve üniversite dü-

23 İLAD’ın bu sayıyı koymasının en önemli nedeni, YÖK’ün bir programın / bölümün açılması için getirdiği en az 3 öğretim üyesi olma koşulunun, bölümün ilerleyen yıllarda da aynı şekilde tutulması, özellikle vakıf üniversitelerinin ve Anadolu’da yeni açılan üniversitelerin bir kısmında bu sayının dört yıl boyunca aynı kalması hatta zaman zaman bu sayının da altına düşen durumların ortaya çıkmasıdır.

zeylerinde uygulamaları değerlendirir.

### Ölçüt 10: Programa özgü ölçütler:

Bu ölçüt, her programa göre özel olarak hazırlanmış “bilgi”, “beceri” ve “yetkinlik”lerin programın öğretim çıktılarıyla ne derece karşılandığı ile ilgili ölçüttür.

Bu ölçüt, İLAD tarafından hazırlanmış alana ve programa özgü ölçütlerdir. Bir programın öğrenim çıktılarıyla İLAD’ın bilgi, beceri ve yetkinlik konusundaki kriterlerinin ne kadar karşılandığı hususu değerlendirilir. Bu ölçüt, program akreditasyonuna başvuran her program/bölüm için farklıdır.

Ölçütler, gereksinim duyulduğunda zaman zaman yeniden gözden geçirilmekte uzman bir ekip tarafından yeni sürümleri hazırlanarak uygulanmaktadır. İLAD’ın 2018’den beri uyguladığı ölçütlerin 1.2 ve 1.3 sürümleri yapılmış, 2020 yılında ise için daha köklü değişikliklerle 2.1 ölçütü hazırlanarak uygulamaya konulmuştur.

Programa özgü ölçütler yeni ölçütlerle 11 program ölçütü olarak hazırlanmıştır.<sup>24</sup>

## 5. İLETİŞİM EĞİTİMİ AKREDİTASYON UYGULAMALARININ ALANA ETKİSİ

İletişim eğitimiyle ilgili akreditasyon çalışmalarının henüz 3 yıllık bir geçmişi olmasına rağmen, iletişim eğitiminin kalitesine gözle görülür etkisi olmuştur. Bu husus hem değerlendirme ekiplerinin gözlemleri ve raporları, hem de iletişim akademisyenlerinden gelen geri bildirim ve izlenimlerden anlaşılmaktadır.

Bu olumlu katkılar şöyle özetlenebilir;

- ✓ Ders programları gözden geçirilmek durumunda kalınmıştır; yıllardır çeşitli nedenlerle dokunulmayan ya da dokunulamayan programlar gözden geçirilmiş ve derslerin içerikleri İLAD Program ölçütlerine ve çıktılarına uygun olarak yapılmaya çalışılmıştır.
- ✓ Her dersin çıktılarıyla programın çıktıları ve İLAD’ın o programa özgü çıktıları uyumlanmaya çalışılmıştır. Burada önemli bir hususa da değinmekte yarar vardır; başka bilim dallarında olduğu gibi, iletişim alanında da –özellikle eski devlet fakültelerinde bu konudaki ilgisizlik giderek değişmeye başlamış ve dirençle karşılanan ya da içselleştirilmeyen Bologna Sürecinin gereklerinin uygulanmasını sağlamıştır.
- ✓ İletişim eğitim alanında olması gereken sosyoloji, hukuk, ekonomi, siyaset bilimi, sosyal psikoloji,

felsefe, araştırma yöntemleri gibi 60 AKTS civarında iletişim alanını destekleyen, zenginleştiren temel sosyal bilimler derslerinin olması gerektiği kabul edilmiş; programlar yeniden düzenlenmiştir.

- ✓ Seçimlik dersler, öğrencinin eğiliminde ve isteğine göre yeniden gerek oran olarak (% 25) ve gerekse nitelik olarak yeniden düzenlenmiştir.
- ✓ Uygulamanın, özellikle sektörde uygulamanın son derece önemli olduğu staj konusu yeniden düzenlenmiş ve programlara alınmıştır. Pek çok fakültede eskiden var olan, sonradan çeşitli nedenlerle kaldırılan ya da seçimlik durumuna getirilen stajlar yeniden konulmuştur.
- ✓ Dört yıllık iletişim eğitiminin somut ürünü olan “Mezuniyet Projeleri” ya da “Bitirme Projeleri” yeniden konulmuş; böylece mezunların sektöre giderken uzmanlık alanını belirleyen en önemli belgeleri kendilerine verilmiştir.
- ✓ Öğrencilere uzmanlık alanı eğitimi dışında ilgilendikleri alanla ilgili “Üniversite seçmeli ders” olanağı getirilmiştir.
- ✓ Ders programı değişikliklerinde iç ve dış paydaşlarla iletişim kurma, görüşleri alma ve bunları belgeleme zorunluluğu programların masa başında bölümün kendi görüşleri doğrultusunda değişmesi geleneği kalkmış; özellikle sektörle yakın ilişki içerisinde girilmiştir.
- ✓ Ders programlarında yapılan değişikliklerin ve öğrencilerle ilgili diğer çalışmaların “öğrenci odaklı” olarak yapılma görüşü benimsenmiştir.
- ✓ Öğrencilerin gerek yönetimle ve gerekse danışmanlarıyla daha sıkı ilişki içerisinde olmaları, yönlendirilmeleri sağlanmaya başlamıştır. Burada özellikle yönetmeliklerde olmasına rağmen uygulamada ya hiç ya da sınırlı sayıda olan “çift anadal” ve “yandal” olanağının öğrencilere duyurulmasının yeterli olmadığı, teşvik edilmesi, özendirilmesi konusunda çok eksiklikler olduğu saptanmıştır.

Tüm bu olumlu gelişmelerin yanı sıra iletişim fakülteleri arasında da bir sinerji oluşmuş; değerlendirme ekipleri akreditasyon sürecinde, özellikle saha ziyaretlerinde objektif tutum ve davranışlarıyla o kurumlardaki akademisyen ve yöneticilerle olumlu ilişkiler kurmuşlar ve bu ilişkileri, çoğunlukla sürdürmüşlerdir. Kuşkusuz burada bir başka değinilmesi gereken husus, fakülteler, programlar arasında tatlı bir rekabetin varlığının gözlemlenmesidir. Akreditasyona başvuran ve akredite edilen programlar dikkatle izlenmeye başlanmış; kazanılan deneyimler fakülteler /

24 Yeni sürümlerle ve yeni program ölçütleriyle ilgili olarak bkz. <http://iledak.ilad.org.tr/belgeler/degerlendirme-olcutleri>.

programlar arasında paylaşılmaya başlanmıştır.

## SONUÇ

YÖK tarafından başlatılan ve 2017 yılından itibaren bağımsız bir kurul olan YÖKAK tarafında yürütülen kurumsal ve program değerlendirme ve akreditasyon çalışmaları, Türk yükseköğretim sistemine kalite getirme ve bu kalitenin dönemin sosyal ve teknolojik gelişmelerin ışığında sürdürülebilir nitelikte olması yani güvencesinin bulunması esasına dayanmaktadır.

Daha önce her yükseköğretim kurumunun kendi vizyonu çerçevesinde ve kendi amaçları ve standartları doğrultusunda yürütülen eğitim, YÖKAK ile birlikte, her yükseköğretim kurumunu kendi bilimsel ve yönetsel özgürlüğünü koruyarak, ancak uluslararası ölçütler çerçevesinde uygulanması sürecine girmiştir. Bu sürecin ise tüm yükseköğretim alanlarına yaygınlaşması temel amaç olmalıdır.

İletişim eğitim konusunda üç yıllık uygulamanın bu bakımdan istenilen, beklenen kaliteyi ve kalite güvencesini getireceği umudu doğmuştur. Bu umudun iletişim alanıyla ilgili yöneticilerin, akademisyenlerin ve tüm öğretim elemanlarının isteğiyle, özverili çalışmalarıyla, değişen koşulları yakından izleyerek, iletişim alanıyla ilgili tüm paydaşlarla yakın işbirliği içerisinde ve öğrenci odaklı eğimi yapmaları durumunda yaşama geçirileceği açıktır. Bu bakımdan iletişim eğitimiyle ilgili herkese büyük sorumluluk düşmektedir. Zorluklar özveriyle, azimle, savaşım ile aşılabılır!

## KAYNAKÇA

Bakioğlu, Ayşen, Resul Baltacı (2017). Akreditasyon Eğitimde Kalite, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık (2. basım).

Erođlu, Erhan (2004). Yüksek Öğretimde Hizmet Kalitesi, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

İLAD (2017). İletişim Eğitimi Akreditasyonu Çalışma Yönetmeliği, [http// www.ilad.org.tr](http://www.ilad.org.tr)

İLAD (2020). İletişim Eğitimi Akreditasyonu Program Ölçütleri Sürüm: 2.1 [http// www.ilad.org.tr](http://www.ilad.org.tr) ESG (2015).

Vural, Sacide (2018). Educating of Academics in Turkish Higher Education System and Accreditation (An Analysis of Communication Faculties), Megatrends And Media 2017, organizer Faculty of Mass Media Communication UCM in Trnava-Slovakia: 25-26 April 2017.

Yükseköğretim Kalite Güvencesi Yönetmeliği (2015). T.C. Resmi Gazete, 29423, 23 Temmuz 2015.

İnternet Kaynakları:

[file:///C:/Users/hp/Desktop/Makale%20YÖKAK%202020/yonetmelik\\_dYÖDEK%201.pdf](file:///C:/Users/hp/Desktop/Makale%20YÖKAK%202020/yonetmelik_dYÖDEK%201.pdf)

[http://iledak.ilad.org.tr/img/pages/ilad-tuzuk\\_12.02.2017\\_9dc7eb9](http://iledak.ilad.org.tr/img/pages/ilad-tuzuk_12.02.2017_9dc7eb9).

<http://tepdad.org.tr/>

[http://vedek.org.tr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=48&Itemid=55&lang=tr](http://vedek.org.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=55&lang=tr)

<http://www.mudek.org.tr/tr/mak/mak.shtm#df>

<http://international.bingol.edu.tr/en/bologna-process/>

[http://ec.europa.eu/education/news/doc/openingcom\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/education/news/doc/openingcom_en.pdf)

<http://www.ehea.info/page-ministerial-conference-paris-2018>

<http://uik.mu.edu.tr/tr/blogna-sureci-nedir-495>

<http://www.ilad.org.tr/icerikler.asp?Icerik=5&Kategori=1&Dil=tr>

<https://eric.ed.gov/?id=EJ736190>

<https://fmk.sk/download/konferencie/Megatrends-and-Media-Media-future.pdf>

[https://tr.wikipedia.org/wiki/Ivy\\_League](https://tr.wikipedia.org/wiki/Ivy_League)

<https://www.abet.org/about-abet/history/>

[https://www.researchgate.net/publication/228400121\\_Accreditation\\_of\\_Engineering\\_Programs\\_in\\_Turkey](https://www.researchgate.net/publication/228400121_Accreditation_of_Engineering_Programs_in_Turkey)

<https://www.yokak.gov.tr>

<https://yokak.gov.tr/akreditasyon-kuruluslari/akreditasyon-kuruluslari-nedir> (mayıs 2020)

<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/11/20181123-16.htm>

<https://yokak.gov.tr/mevzuat/ilgili-mevzuat>

[https://ec.europa.eu/education/resources-and-tools/european-credit-transfer-and-accumulation-system-ects\\_en](https://ec.europa.eu/education/resources-and-tools/european-credit-transfer-and-accumulation-system-ects_en)

# İLETİŞİM EĞİTİMİNDE DEĞİŞEN PARADİGMALAR

Prof. Dr. Bahire Efe ÖZAD  
Doğu Akdeniz Üniversitesi  
İletişim Fakültesi  
Sinema ve Televizyon Bölümü  
bahire.ozad@emu.edu.tr

## ÖZ

Bilimsel Devrimlerin Yapısı adlı yapıtında Thomas Kuhn, disiplinlerarası etkileşimin varlığına ve bilim felsefesindeki değişikliklere paralel olarak disiplinlerarası değişime dikkati çeker. Profesyonel yetiştirme modelleri de, bu bağlamda, disiplinlerarası değişime benzerlik gösterir. Eski çağlardan günümüze uzanan, en eski model olan, ustanın yanında izleyerek, yardım ederek öğrenme çıraklık modeli olarak adlandırılır. Matbaanın icadını takip eden, aydınlanma, teknolojinin gelişerek yayılmasının sonucu olarak ortaya çıkan endüstrileşmenin de etkisiyle önce okuryazar sayısı, sonucu olarak da yüksekokul ve üniversitelerin sayısı artmıştır. 19'uncu yüzyılın sonlarına doğru, görgül araştırma sonuçlarına değer veren pozitif paradigma başat paradigma konumuna gelir. Bu gelişmeler sonucunda, 20. yüzyılın başlarında uygulamalı bilim modeli oluşur. Yirminci yüzyılın sonlarında, özellikle de bilgi teknolojilerindeki gelişmeler dünyada bilgi toplumuna geçişe yol açar. Dünyanın birçok ülkesinde halen uygulanmakta olan uygulamalı bilim modeli yumuşak bir geçişle paradigma değişimlerine paralel olarak (pozitif paradigmadan çoklu paradigmaya geçiş) yerini yansıtma modeline bırakmaktadır. Kuramsal olarak tasarlanan bu çalışmada paradigma değişimlerine paralel olarak İletişim ve Medya Çalışmaları alanında profesyonel yetiştirme modelleri özellikle de Türkiye'deki gelişmeler dikkate alınarak tarihsel süreç içinde ele alıp değerlendirmektedir. Çalışmanın sonuçları, Türkiye'de İletişim ve Medya Çalışmaları eğitiminin uygulamalı bilim modelinden yansıtma modeline geçiş aşamasında olduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Paradigma, Çıraklık Modeli, Uygulamalı Bilim Modeli, Yansıtma Modeli, Teori, Türkiye'de Medya Çalışmaları Eğitimi



# CHANGING PARADIGMS IN COMMUNICATION EDUCATION

## ABSTRACT

In his seminal work, *The Structure of Scientific Revolutions*, Thomas Kuhn, draws attention to the presence of interdisciplinary interaction and interdisciplinary changes that takes place parallel to the changes in the philosophy of science. In this context, professional preparation models show similarities to the interdisciplinary changes. The oldest model that has come to today, which suggests learning by observing, helping the master is named as the craft model. Following the invention of the press, enlightenment and industrialization that developed and spread as a result of technological inventions, initially the number of literate people started to increase and as a result number of colleges and universities proliferated. Towards the end of the 19th century, positivist paradigm which values the results of empirical research was established as the dominant paradigm. Based on these developments, at of the beginning of the 20th century, applied science model was developed. Towards the end of the 20th century, developments that took place particularly with respect to information technology showed the way to the transformation into information society in the world. Parallel to the paradigm shifts (transformation from the positivist paradigm to the multiparadigmatic era), the applied science model, that has been in practice in numerous parts of the world is gradually being replaced by the reflective model. In the present study, which has been designed as a theoretical study, developments in professional preparation models in the field of Communication and Media Studies with particular attention to the historical developments in Turkey are evaluated. The conclusions drawn from the study indicate that Communication and Media Studies education in Turkey is in transition from the applied science model to the reflective model.

**Keywords:** Paradigm, Craft Model, Applied Science Model, Reflective Model, Theory, Media Studies Education in Turkey

## PARADİGMA KAVRAMI

Paradigma sözcüğü Yunanca *para* = yoluyla ve *digma* = örgü sözcüklerinin birleşmesinden ortaya çıkar ve genel örgü, genel plan anlamı taşır Şimşek (1997: 9), paradigma sözcüğünü şöyle tanımlamaktadır: 'belli zaman dilimi içinde bir grubun ya da topluluğun düşünme biçimi ve davranışlarını belirleyen bir dünya görüşü, bir algı dayanağı, bir izlen bütünü, bir perspektif, bir model. Paradigma sözcüğü, yirminci yüzyılın sonunda bilim felsefesindeki gelişmelerle ilgili sosyal bilimlerin farklı disiplinlerinde sıkça kullanılmaya başlanmıştır.

Amerikan sosyolog, filozof Thomas Kuhn'un 1970 yılında yayınladığı *Bilimsel Devrimlerin Yapısı* (The Structure of Scientific Revolutions) adlı yapıtı sosyal bilimlerde son yıllarda ciddi bir tartışma tabanı yaratmıştır. Bu eserinde Kuhn, bir paradigma değişimi yaşamakta olduğumuzu ve paradigma değişimlerinin doğrusal bir yapı izlemediklerini, buna göre de geçerli - başat paradigmanın bir başkasıyla yer değiştireceğini ve paradigma değişiminin karmaşıklığından bahseder. Thomas Kuhn'un eserinde öne sürdüğü

'paradigma değişimi yaşıyoruz' savı zaman içinde doğrulanmıştır. Ancak 'gelen yeni paradigma var olan başat paradigmanın yerini alacak ve zaman içinde eski başat paradigma silinip yerini yeni paradigmaya bırakacaktır' savı doğrulanmamış bunun yerine var olan paradigma yerini içinde zamanın başat paradigması olan pozitivist paradigmayı da barındıran çoklu paradigmaya bırakmıştır.

Paradigma yönünden, batı felsefesi kabaca üç safhaya ayrılabilir. Bunlar paradigma öncesi, pozitif paradigma ve çoklu paradigma dönemleri olarak adlandırılabilir (Özad, 1997).

**1. Paradigma öncesi dönem:** Bu dönemde bilgi ve gerçek daha çok antik Yunan filozoflarının düşüncelerine, dinlere (kutsal kitaba) ve insanların deneyimlerinden edindikleri kişisel bilgilere dayanmaktaydı. Bu dönemde teori sözcüğü kişisel görüş, düşünce ile eş anlamlı kullanılmaktaydı.

**2. Pozitif paradigma:** Mekanik, Newton'cu, akılcı olarak da adlandırılan pozitif paradigma 17. yüzyılda pozitif bilimin gelişip kabul görmesi, pozitif



paradigmayı başat (dominant) paradigma statüsüne getirmiştir. Mekanik paradigmaya göre gerçek objektiftir. Gerçek, değer yargısından, izlenen izleyenden, bilinen bilenden ayrıdır. Gerçek ancak matematiksel yollarla kanıtlanabilir. Parçaları bir araya koyarak bütün inşa edilebilir. Ampirik değerlere önem veren bu paradigma, gözle görünen, elle tutulan ve matematik kullanılarak ölçülüp hesaplanan olay ve olguları gerçek olarak kabul eder. Buna bağlı olarak, matematik ve fiziğin ayrıcalıklı üstünlük kazandığı bu dönemde geçerli olan en son matematik ve fizik kuramının insanın düşünce yapısını – başat olan ve o dönemin belirleyici paradigmasını – etkilediği düşüncesi oluşmuştur. Şimşek, pozitif paradigmanın özelliklerini şöyle özetler: pozitif paradigmaya göre gerçek basittir. Hiyerarşi düzenin ilkesidir. Evren mekaniktir. Gerçek ve yön belirlidir. Nedensellik ilişkisi vardır ve değişim niceliksel ve birikim şeklindedir. Nesnelik zorunludur. Pozitif paradigmanın başat paradigma olarak kabul gördüğü dönemlerde – ki sosyal bilimeler için yaklaşık olarak 20. yüzyılın ilk yarısına işaret eder – gerçek, ve teori sözcükleri bilimsel araştırma sonucu matematik kullanılarak elde edilen objektif gerçekle eş anlamlı kullanılmaktadır (Şimşek, 1997: 157).

**3. Çoklu paradigma:** 20. yüzyılda matematik ve kuantum fiziğindeki gelişmelerle başlayan felsefi tartışmalar, pozitif bilimin epistemolojik, ontolojik, ve metodolojik yönlerinin sorgulanmasına yol açtı (Guba ve Lincoln, 1994). Bunun sonucu olarak da sosyal bilimlerde önce post ön-eki alınarak post-pozitivist (pozitivist sonrası) olarak değerlendirilen değişiklikler sonra yerini çoklu paradigmaların varlığının kabul görmeye başlamasına bırakmıştır. Bu geçiş ile ilgili Prigogine ve Stengers yaşanan değişiklikleri şöyle ifade eder: ‘Görüşümüz çoğul, geçici ve karmaşığa doğru radikal bir değişim geçirmektedir’ (1984: XX-VII).

Şimşek, pozitivist ötesi, yorumlayıcı paradigmanın

özelliklerini özetlerken şu noktalara değinmektedir: Gerçek karmaşıktır. Hiyerarşi düzendir. Evren holografiktir. Gelecek ve yön belirsizdir. İlişkiler doğrusal (lineer) değildir. Karşılıklı nedensellik vardır. Değişim morfogenetiktir. Gözlemci belli bir perspektife sahip katılımcıdır. (Şimşek, 1997: 157).

Capra (1992) *Evrene Ait Olmak* (Belonging to the Universe) adlı eserinde, bilimdeki yeni paradigma görüşünü ele alır. Yeni paradigmayı bütüncül, ekolojik ve sistematik olarak nitelendirir. Ancak bu tanımların hiç birinin yeni paradigmayı iyi ve yeterli bir şekilde yansıtmadığını da belirtir. Yeni paradigma ile ilgili özellikleri şöyle sıralar:

1. *Parçadan bütüne geçiş:* Dekara göre karmaşık bütün sistemlerin özellikleri anlaşılabilir. Parçaları inceleyerek ve bir araya getirerek bütünü oluşturabiliriz. Oysa yeni paradigmaya göre parçaların özellikleri ancak bütünün dinamikleri ele alındığında anlaşılır. Aslında parça yoktur. Ancak ayrıştırılamayan ilişkiler ağının parçalarından söz edilebilir.

2. *Yapıdan sürece geçiş:* Pozitif ya da Kartezyen paradigmaya göre yapıların, güçlerin ve mekanizmaların etkileşiminin sürece yol açtığını belirtir. Oysa yeni paradigma, tüm ilişkiler ağının içsel olarak ilintili olduğunu ve sürecin bir dışa vurumu olduğunu öne sürer.

3. *Objektif bilimden epistemik (kavramsal) bilime geçiş:* Pozitif bilime göre bilimsel betimlemeler objektif olmalıdır. Başka bir deyişle araştırmacıdan bağımsız ve salt incelenen şeyle ilgili olmalıdır. Oysa yeni paradigma bilgiyi anlamada olayın bütününe betimlenmesinin gerekliliğine dikkati çeker.

4. *Bilginin yapılanması ile ilgili inşa etmek benzetmesinden ağ (network) benzetmesine geçiş:* Pozitif paradigmada bilim inşa etme benzetmesine göre ilerler. Yeni paradigma ağ benzetmesine dayanır. İlişkiler ağının olayın bütününe temsil ettiğini ve bunun gerçeğin tespitine daha yakın olduğunu ileri sürer.

5. Gerçekten yaklaşık betimlemelere geçiş: Pozitif paradigma bilimsel bilginin kesin gerçek/katıyet sağladığı varsayımından yola çıkar. Yeni paradigma ise bulguların gerçeği yaklaşık ve sınırlı ölçüde yansıttığını, bilimin gerçeği hiçbir zaman tam ve kesin anlamamıza yol açmadığını iddia eder.

Yukarıda belirtilen özellikler, bilimde artık parçaların bütünü oluşturduğundan ziyade bütünün parçaların toplamından daha fazlası olduğu görüşünü ortaya çıkarmaktadır. Bir paradigmadan diğerine geçiş yerine çoklu paradigma döneminde halen pozitif paradigma varlığını sürdürmektedir. Pozitif paradigma varlığını sürdürürken, paradigma değişimi ile ilgili ilk farklılıklar post-ön-eki olarak post-pozitivist olarak adlandırılmışlardır. Ancak zaman içinde şekillenen farklı paradigmlar, pozitivist paradigmaya alternatifler olarak kendi isimlerine kavuşmaya başlamışlardır. Bunlar arasında feminist, Marksist, oluşturmacı (constructivist) gibi paradigmlar vardır (Guba ve Lincoln, 1994: 109).

Paradigmaların ontolojik, epistemolojik ve metodolojik farklılıkları vardır (Guba ve Lincoln, 1994). Paradigma değişimindeki ontolojik ve epistemolojik değişimler salt bilgi nedir ve bilmenin ötesindedir. Var oluş ve bilmenin ötesinde bunlara ulaşmakta kullanılan yöntem ve değer yargılarını da içerir (Guba and Lincoln, 1994, Baran ve Davies, 2011). Heshusius (1989: 407) paradigmlarla kuramların farklı seviyede olduklarını ve farklı noktalara odaklandıklarını öne sürer. Paradigma olaydan bağımsız 'nasıl bildiğimiz' ile de ilgilidir. Teori/kuram ise belli bir olay/fenomen ile ilgilidir (Heshusius, 1989: 407). Bu çalışmada farklı paradigmalarda 'teori' kavramı özellikle de epistemolojik olarak ele alınacaktır.

Teori sözcüğü Yunanca theoria = görmek, izlemekten gelir. Yunanca aklın ürettiği kuram, düşünüp taşınmak ve yansıtmaktan meydana gelir. Tarih içinde teori sözcüğü farklı anlamlar üstlenmiştir. Eski Yunanda kullanılan anlamı ideal soyut durum ile ilgili mantık yürütmektir. Bu insanın düşünmesi sonucu ortaya

çıkır. Başka deyişle, filozofların spekülasyonu için kullanılmıştır. Teori sözcüğü, paradigma öncesi dönemde filozof Aristo ile ilişkilendirilmiştir. Pozitif paradigma döneminde, ampirik araştırma sonuçlarından elde edilen kuramlar için kullanılmıştır. Çoklu paradigma döneminde, paradigma öncesi dönemin değer verdiği kişisel düşünceden oluşan teorinin yanı sıra pozitif bilimle ortaya çıkan bilimsel araştırma sonuçlarından oluşan teorilere ek olarak farklı bilgi türleri ve teoriler/bilme biçimleri (örneğin nitel araştırma ve eleştirel çalışma sonuçlarından ortaya çıkan) de kabul görmeye başlamıştır.

Aristo tamamlamadığı eseri *Politike'de*, politikanın eğitimin de bir bölümünü oluşturduğu pratik bir bilim ya da normatif bir disiplin olduğunu öne sürer. Aristo meslekler ve teori ile ilgili 3 temel alan belirler (Frankena, 1959: 18):

1. *Teorik olan (theoretical science)*: Teorik bilim mantığımızın dünya hakkında öne sürdükleri; bilmek için bildiklerimizdir. Matematik, fizik (Aristo'ya göre fizik biyoloji ve psikolojiyi de içerir) ve teoloji ya da başka bir deyişle metafizik bu alana girer.
2. *Üretken olan (productive science)*: Üretken olan bilim ya da sanat mantığımızın belirgin (deliberative) olan kısmıyla üretilir. Bir tür bilgiyle üretilir ama amacı işe yarayan ya da güzel bir şey yapmaktır. Örneğin gemi yapma ya da trajedi yazma.
3. *Pratik olan (practical science)*: Pratik bilim de üretken bilim gibi mantığımızın belirgin kısmıyla çalışır ve bir tür bilgiye gereksinim duyar, ancak sonuçta bir hareket, bir edimdir.

Frankena (1959: 20) Aristo'ya göre insan ruhunun katıldığı 2 tür aktivite olduğuna dikkati çeker. Praxis – uygulama, tatbikat ve poiesis – üretim, oluşum. Bunlarda ruhun belirgin ve arzu verici yönleri eşgüdüllü çalışabilir. Praxis - pratik hareket ve yapmayla ilgi-

lidir. Poiesis ise üretken edim ile ilgilidir. Sanattaki, hatta tıptaki edimler için kullanılır. Hedef kendinin ötesinde güzel veya yararlı birşeyler yapmaktır; örneğin, şiir, bir ev, vs. Ortaya çıkan eser, yapma edimi bittikten sonra bile var olmaya devam edecektir.

Aristo'ya göre insanı tatmin eden, iyi ve mutlu yaşam, içsel olarak entelektüel ve ahlaki aktiviteleri içerir. En entelektüel aktiviteler gerçeği yaratanlardır veya derin derin düşünüp tasavvur edilendir. Ahlaki olarak en iyi aktivite Pratik zeka gerektirir. Entelektüel aktivite, ahlaki aktiviteden daha yüksektir/prestijlidir, daha fazla mutluluk verir. Sonuç olarak, tüm aktiviteler ahlaki ya da entellektüel yaşama katkıları *ölçüsünde* iyidir.

Antik Yunanda, özellikle de Aristo'nun çalışmalarında yer bulan teori – kuram ve pratikle ilgili düşüncelerinin şekillendirdiği görüş günümüze kadar uzanmaktadır. Bu görüşe göre, teorik bilgi akıl kullanarak, düşünerek üretilir ve gerçek mutluluk kaynağıdır. Bilgi bilmek içindir, pratikle pek ilişkisi yoktur. Buna dayanarak Aristo teorinin gerçek mutluluk kaynağı olduğu görüşünden yola çıkarak kuramsal alanların (örneğin şiirin) değerli olduğunu pratik alanların aynı ölçüde değerli olmadığını öne sürer. Soyut düşünmenin ürünü olan matematik ve felsefe gibi alanlar, derin soyut düşünmeyi, akıl kullanmayı gerektirir; bu alanlarda çalışmak prestijlidir. Sırf pratik gerektirenlerin yeni bilimsel birikime gereksinim duymayan meslekler ise prestijli sayılmamaktadır.

Özetle, teori sözcüğü paradigma değişimlerine paralel olarak farklı anlamlar yüklenmiştir. Paradigma öncesi dönemde Aristo'nun görüşü teori kavramını şekillendirmiştir. Teori sözcüğü, pozitif bilimin dominant olduğu dönemde, bilimsel araştırma sonucu ortaya çıkan teoriler için kullanılmıştır. Çoklu paradigma döneminde, kişisel düşünme sonucu elde edilen teori ve görgül çalışma sonucu elde edilen teorilere ek olarak farklı teoriler, örneğin eleştirel, nitel çalışmalardan elde edilen teorilerin varlığı da kabul görmektedir.

## Profesyonel Yetiştirme Modelleri

Paradigma değişimi disiplinlerarası bir nitelik taşıdığından her alanı etkilemiştir. Buna yüksek öğrenimde profesyonel yetiştirme modelleri de dahildir. Tarih içinde izlenebilen disiplinlerarası profesyonel yetiştirme modelleri üç ana grupta ele alınır. Bunlar, çıraklık modeli, uygulamalı bilim modeli ve yansıtma modelleridir (Wallace, 1991).

### 1. Çıraklık Modeli

Mesleklerin oluşumunda yer alan en eski model çıraklık modelidir (Wallace, 1991). Okuyazarın çok az olduğu 20 yüzyıl öncesi dönemde, eğitim sınırlı bir gruba – burjuva veya din adamı - verilmekteydi. Bu dönemde, Aristo'nun düşüncelerine dayanan 'bilmek için bilgi' kavramı yaygındı. Eğitim sisteminde çoğunlukla edebi eserler ve matematik yer almaktaydı. Bu konular öğrencinin soyut düşünsel kapasitesini/bilgisini geliştirmek içindi. Eğitimde verilen bilgiler uygulaması olan bir mesleğe yönelik değildi. Aristo'ya göre uygulamalı meslekler prestijli değildi. Aristo, pratik uygulaması olduğu için tıbbi teorik meslek sınıfına almaz (Frankena, 1959: 20).

Paradigma öncesi dönemde imtiyazlı bir okur-yazar kitle dışındaki çoğunluk pratik/uygulaması olan mesleklere yönelmekteydi. Bu tür mesleklerde çalışmak isteyenler çıraklık modeline göre eğitilmekteydiler. Öğrenme bu modele göre ustayı izleme ve taklit etme yoluyla gerçekleşir. Yani, çırak ustanın yanında, izleyerek, yardım ederek taklit ederek pratik bilgi elde eder. Zamanla zanaatı uygulamaya başlar ve uzmanlaşır (Wallace, 1991).

Çıraklık modelinin uygulamasının paradigma öncesi dönemde başlamasına karşın günümüzde halen kullanıldığı alanlar vardır. Daha önemlisi, bu dönemde Aristo'nun ortaya attığı soyut düşünmeye dayalı mesleklerin pratik mesleklere göre daha prestijli olduğu görüşü günümüzde de geçerlidir. Özetle, çıraklık

modelinde pratik önemlidir ve bilgi deneyimden gelen bilgidir.



Şekil 1: Çıraklık Modeli (Wallace, 1991)

Günümüze bazı alanlarda halen kullanılan bu model daha çok dünyanın sosyo-politik durağanlık dönemlerinde yaygındı. Bilginin ve bilgiye erişimin çok kısıtlı bir tabakaya (soylu veya din adamı) mahsus olduğu dönemlerde, dünyada en yaygın disiplinlerarası profesyonel yetiştirme model idi. Bu model kuramsal bilgiden yoksundur. Ustanın pratiğini taklide dayanan, durağan zamanlarda, o dönemin şartların göre ortaya çıktığı için, bu sistemin mezunları günümüzün hızlı değişen koşullarına ayak uydurmakta güçlük çeker. İletişim ve Medya Çalışmaları alanında özellikle de gazetecilik alanında yaygın olan ‘alaylı’ terimi bu modele göre meslekte yetişen gazeteciler için kullanılmaktadır.

## 2. Uygulamalı Bilim Modeli

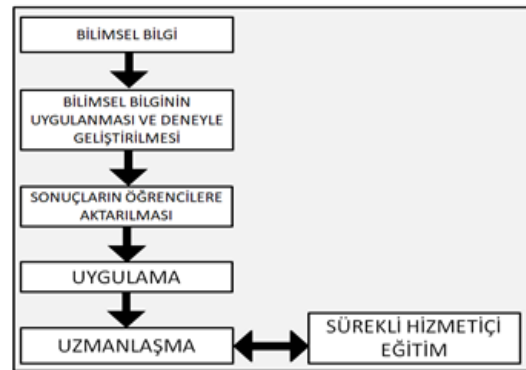
19. yüzyılın ortalarında başlayıp 20. yüzyılın ortasına kadar devam eden bilimsel gelişmeler ve sanayileşme, pozitif paradigmanın ontolojik ve epistemolojik özellikleriyle başat paradigma olarak kabul görmesine yol açmıştır. Araştırma sonuçlarından elde edilen bilgi birikimi mesleğe hazırlamada kullanılmaya başladı. Bu bilgilerin aktarıldığı yer olarak üniversiteler profesyonel yetiştirmedeki yerlerini ve prestijli statüyü elde etti.

Halen ülkemizde de birçok alanda geçerli olan bu modelde öğrenciler uzmanlaşmak için üniversitelere giderler ve orada alanla ilgili daha çok kuramsal bilgiye dayalı bir eğitim alırlar. Üniversite eğitiminin sonuna doğru aldıkları kuramsal eğitime ek olarak yetiştirildikleri alana yönelik bir kurumda kısa süreli

staj yaparlar. Kuramsal bilgiye sahip olmaları, o alanda uzmanlaşıp mesleği icra edecek donanıma sahip oldukları anlamına gelir. Sonraki meslek yaşamlarında sürekli eğitimle kendilerini geliştirmeleri beklenir.

Uygulamalı bilim modeli, pozitif bilimin kabul görüp yaygınlaşması, dünyada okuryazar sayısının artması, pozitif bilime verilen önem ve üniversitelerin çoğalması ve üniversite hocalarının bilim insanı olarak bilime katkı yapması ve bu bilgileri derslerinde öğrencilerine aktarmaları üzerine gelişmiştir. Bu modelde bilimsel araştırmalar sonucu ortaya çıkan kuram önemlidir. Pratik ikinci plandadır. Genellikle eğitimin sonunda kısa bir stajla geçitirilir. Bilgi, alanda yapılan bilimsel çalışmalardan ortaya çıkan kuramları bilmekle eşanlamlıdır. Kuramları iyi bilen bir şekilde pratiği yapar görüşü hakimdir. Bu model günümüzde halen birçok ülkede ve alanda uygulanmaktadır.

Evrensel tek doğruyu bulmaya yönelik bilimsel çalışmalar, eğitimde müfredat kavramının yerleşmesine neden olmuştur. Eğitim, endüstride olduğu gibi tek tip ürün, tek tip mezun vermeyi hedefler. Bu profesyonel yetiştirme modeline göre eğitim almış kişiler daha çok kuramsal bilgiyle donatılmışlardır ve pratik deneyimleri sınırlıdır. Mesleğe atıldıklarında sınırlı pratik bilgi yoksunluğundan dolayı zorlanırlar. Çoğu zaman el yordamıyla ve deneme yanılma yoluyla mesleğe atıldıktan sonra uygulamadaki gelişmelerini sağlarlar. Sürekli hizmet içi eğitim ile pratiklerini geliştirirler.



Şekil 2: Uygulamalı Bilim Modeli (Wallace, 1991'den)

uyarlanmıştır)

Uygulamalı bilim modeli akademisyenlerin kuramsal bilgi sahibi olup pratikten yoksun olmalarından dolayı onları sırça köşkte, alanın gerçeklerinden habersiz gösterip akademisyenler ile pratisyenler arasında kopukluk yaratmakta, kuramla pratiğin gerektiği gibi etkileşime girmesini güçleştirmektedir. Pratisyenler, enerjilerini bilime katkı yapmaya çalışan akademisyenlerin uygulamadakilerin karşılaştığı güncel sorunları anlamaya ve çözüm üretmeye katkıda bulunmaya uzak olduklarından yakınırlar. Sherman (1983), Swan ve Hoy (1983), Batı’da iletişim fakülteleri müfredatları ve medya endüstrisi gereksinimleri arasındaki uyumsuzluğa dikkati çekerler.

İletişim ve Medya Çalışmaları alanında Türkiye’de yaygın olarak kullanılan model uygulamalı bilim modelidir. Soyut düşünmenin ürünü olan sosyoloji, hukuk ve felsefe gibi alanların öğrencilere ‘geniş’ perspektif vereceği, salt İletişim ve Medya Çalışmaları alanı ile ilgili kuramların öğrencilere ‘dar’ uzmanlaşmaya yol açacağı alandaki tartışma konularından biridir (Taşbaşı, 2015). Zamanla kitle iletişim kuramları alanla ilgili kuramsal altyapıyı oluşturmaya başlasa da kuram ile uygulama arasındaki kopukluk sıkıntısı halen tartışma konusudur. Alanda çalışan, özellikle de gazeteciler arasında kullanılan ‘mektepli’ terimi bu modele göre eğitim alanlar için kullanılmaktadır. Bu modelin yaygınlaşması kuramsal bilgi konusunda güçlü ancak sınırlı pratik bilgiye sahip mezunların iş hayatına atılması sonucu ‘mektepli’ ve ‘alaylı’ tartışmasının başlamasına yol açmış, üniversitelerin alanın gereksinimlerini ne ölçüde yerine getirdiği sorgulanmıştır.

### 3. Yansıtma Modeli

Günümüzde, kuram ve uygulama kopukluğu özellikle sosyal bilimlerin içinde olduğu en ciddi sıkıntılarından birini oluşturmaktadır. Yansıtma modeli, çıraklık modeli ve uygulamalı bilim modellerini de içine alan

ve geliştiren bir modeldir. Yani hem pratikten gelen bilgiyi hem de kuramdan gelen bilgiyi yansıtma çemberinde yoğuran model farklı teorilere - bilme biçimlerine yer verir. Çeşitli bilgiyle donanan öğrenci, eğitimi süresince problem çözme edimlerinde deneyim kazandığı için meslek yaşamında karşısına çıkacak zorluklara çözüm bulabilecek kapasiteye sahip olur.

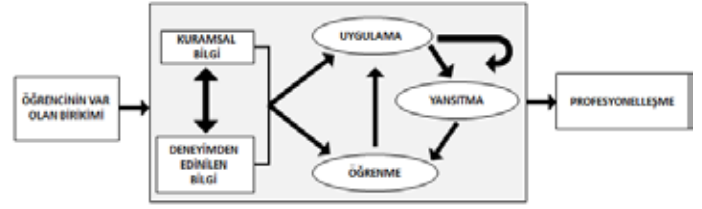
Yansıtma modeli, Amerikalı sosyolog ve filozof Donald Schön’ün *Yansıtma Pratisyeni* (Reflective Practitioner, 1983) ve *Yansıtma Pratisyeni Eğitmek* (Educating the Reflective Practitioner, 1987) eserlerinden sonra popüler olmuştur. Schön (1987), üniversiteye giden gençlerin çalışacakları alanla ilgili kuramsal bilgi ve uygulamayı izleme yoluyla elde edilen pasif pratik bilgiye ek olarak alanda uzman pratiğe sahip bir hocanın denetiminde uygulama ve yansıtma yapmasının önemine dikkati çeker.

Schön, meslekleri üç grupta inceler: 1. Temel bilimler; 2. Uygulamalı bilimler; 3. Temel ve uygulamalı bilim üzerine kurulan beceri ve tavır belirleyen bilimler. Schön günümüzde üçüncü tip bilimin gerekliliği üzerinde durur ve temel bilimlerin durağan olduğunu, hareketin bilgiyi inşa ettiğini belirtir. Profesyonellerin hareket halindeyken öğrendiğini ve yansıtmanın öğrenmeyi kolaylaştırdığını anlatır. Başka bir deyişle akıllı hareket mesleğin uygulamasıyla ilgili gerekli olan kuramın pratikle yoğrulduğu bilgiyi inşa eder (Schön, 1983).

Yansıtma modeli her şeyden önce programa giren öğrencilerin tamamen bilgisiz değil alanla ilgili birtakım bilgiye sahip olduklarını var saymaktadır. Programda hem kuramsal bilgi hem de pasif izlemeden/deneyimden gelen bilgi elde edeceklerdir. Profesyoneller dahil herkesin hareket halindeyken (edim sürecinde), eş zamanlı olarak bunu yansıtınca, edimin öğrenme (bilme) ile sonuçlandığını ve dolayısıyla bunun hareket kuramı olduğunu belirtir. Pozitivist bilime göre gerçek ve kuram durgundur. Diğer taraftan hareket ise dinamiktir. Akıllı hareket bilgiyi inşa eder. Gün-

müzde oluşan bilgi birikimini kullanarak uygulamada problem çözmek, işi sırf pratiğe dökmek değil, kuramı uygulamadaki sorunları çözmeye kullanmak, ve bunu bir uzman eşliğinde/denetiminde yapmak öğrencinin alanda uzmanlık kazanmasına yol açacaktır. Öğrenci, ileride, hızlı değişen dünyada, meslek yaşamında karşısına çıkacak sorunlarla baş edebilecektir.

Schön (1987:35) pratisyenlerin hareket sırasındaki yansıtmasını, gerçeğin yaratılması veya inşa olarak adlandırır. Schön (1983:52) görüşünü, Polanyi'nin 1967 yılında ortaya attığı 'sessiz bilme' üzerine inşa etmiştir ve bunu "uygulamadaki bilme" olarak adlandırmıştır. Uygulamadaki bilme – yani edim sırasında ne yapacağını bilme – profesyoneli o alandan olmayanlardan ayırt eden en önde gelen özelliktir. Bir uzman, eğitim süresince soru sorarak, yol göstererek öğrenciye ne bilmesi gerektiğini, neyi nasıl yapması gerektiğini düşünmesine yardımcı olur. Bu yol gösterme değişik şekillerde (soru sorarak, sorgulamasına yardımcı olarak, dikkatini çekerek vs.) olabilir. Bu tür öğrenme deneme yanılma, el yordamıyla yapmanın ötesinde problem çözmeye yönelik bir öğrenmedir. Bu tip öğrenme, meslek yaşamındaki sorunları çözmeye yardımcı olur. Pratisyen burada pratiğini nasıl yarattığını, salt kendi profesyonel sanatının ötesinde profesyonel yeterliliğin altında yatanı da ifade eder. Oluşturmacı/Yaratıcı görüşe göre algıladıklarımız, takdir ettiklerimiz, inançlarımız, günlük yaşantımızı ve gerçek kabul ettiklerimizi yaratmakta geçerlidir. Kuramsal ve pratik bilgi edindikten sonra öğrenciler elde ettikleri bilgiyi deneyimlerken konuda uzman hocalarının yardımıyla verilen projelerde karşılaştıkları sorunları çözerlerken uzmanlık kazanırlar. Başka bir deyişle, öğrenciler kuramsal bilginin yanı sıra pratikten edindikleri bilgiyi verilen mesleki uygulamayla ilgili üretim projelerinde kullanırlar (Schön, 1983:52, 1987:35).



Şekil 3: Yansıtma Modeli (Wallace, 1991'den uyarlanmıştır)

Bu model dünyamızda sürekli yeni sorunlarla karşılaşan gençlere meslekle ilgili problem çözmeyi öğrenmesinin (edim sürecinde ne yapacağını bilmeyi ve yansıtmayı) önemini vurgular. Yansıtma modelinde, öğrencinin eğitime başlamadan önceki birikimi göz önünde tutularak bunun üzerine kuramsal ve uygulamaya yönelik bilgiler inşa edilir. Buraya kadarki öğrenme tumdengelimdir. Sonraki aşamada ise uygulama, yansıtma, kuramsallaştırma döngüsü yoluyla tümevarım ilkesine dayalı bireysel teoriler doğar. Yansıtma ve uygulama sürekli bir döngüdür. Buna bağlı olarak, uzmanlaşma sonu gelmeyen bir uğraştır.

Günümüzde İletişim ve Medya Çalışmaları eğitimi veren fakülteler, bölümlerine göre (Gazetecilik, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Radyo, Televizyon ve Sinema) gazete/online gazete, reklam ajansı, radyo, televizyon stüdyosu/dijital radyo, televizyon kurarak öğrencilerine pratik yapabilmeleri için olanak tanımaktadırlar. Bu uygulama alanları öğretim görevlilerinin denetiminde öğrencilere pratik yapma şansı tanımaktadır. Fakülte bünyelerinde sağlanan alt yapı sayesinde öğrenciler üretim sürecinin her aşamasına katılmakta ve problem çözmeye yönelik yaratıcılıklarını ortaya koymaktadırlar.

Modele uymak adına olmasa da var olan paradigmaya uyum çekiminden dolayı İletişim ve Medya Çalışmaları alanındaki fakülteler müfredat değişiklikleriyle bu modele uyum sağlama konusunda adım atmaktadırlar. Günümüzde farklı bilme biçimlerini müfredatlar içerse de yansıtma çemberine halen uygulamada hak ettiği yeri almamıştır. Geleceğe daha emin adımlarla yürüyecek medya uzmanları yetiştirmek için eğitim süresinde yansıtmanın önemi daha ön

plana çıkarılabilir ve yansıtma çemberi daha bilinçli hale getirilebilir.

Özetle, sürekli değişim içindeki dünyamızda, gittikçe daha da artan değişim ivmesine ayak uydurabilecek, çıkan sorunlarla baş edebilecek uzmanlar yetiştirme gereği her geçen gün salt kuram bilen uzmanlar yerine hem kuram hem de uygulamada güçlü profesyonel yetiştirmeye, yani yansıtma modeline doğru yönelimle yansıtma modeline eğitim sistemimizde yer vermeye doğru evrilmektedir. Ancak başarılı olmak için modelin tümünü, yani yansıtma çemberini de uygulamaya koymak gerekmektedir.

## TÜRKİYE'DE İLETİŞİM VE MEDYA ÇALIŞMALARI

20. yüzyılın başlarında, Avrupa ve Amerika'da sanayileşme ve onun sosyal yaşama etkileri sonucu köylerden kent banliyölerine taşınan işçileri işe giderken biraz meşgul etmek biraz da haberdar etmek amacıyla yaygınlaşan, o günlerde tek taşınılabılır haber kaynağı (zamanın radyoları elektrige bağlı büyük aygıtlar) olduğundan gazetelerin önemleri artmış ve daha yaygın kullanılır hale gelmiştir (Crowley ve Heyer, 2015).

Türkiye'de de, dünyada olduğu gibi, kitle iletişim gazetelerle başlamıştır. Türkiye'de gazeteler Osmanlı İmparatorluğu döneminde çıkmaya başlamasına karşın gazeteciliğin ve gazetecilerin önemi 1946'da Türkiye'de çoklu parti sistemine geçiş ve İkinci Dünya Savaşı sonrasında fark edilmeye başlar (Abadan-Unat, 1972: 67). İlk başlarda gazeteciler çiraklık modeline göre yetiştirilmekteydiler. Uygulamalı bilim modeline geçiş için ilk teşebbüsler İstanbul'da yapılmıştır. Türkiye Cumhuriyetinde gazeteler ve gazeteciler ağırlıklı olarak Babıali - Cağaloğlu – İstanbul'da olduklarından gazetecilerin eğitim alması ve bu eğitimin kurumsallaşması atılımı ilk başlarda İstanbul'da olmuştur. Türkiye'de ilk özel gazetecilik okulu İstanbul'da Ahmet Rasim'in gazetecilik mesleği ile ilgili özel meslek derslerinin okutulduğu okullara gereksinim olduğunu belirten makalelerinin etkisi

ile Müderris Fehmi Yahya Tuna tarafından açılmıştır (Topuz, 1973: 115). Başka bir deyişle, Ahmet Rasim gazetecilik konusunda eğitime gereksinim olduğu konusundaki öngörüsü ile Müderris Fehmi Yahya Tuna da bu konuyu ilk kez yaşama geçiren kişi olarak Türk iletişim tarihinde yerlerini almışlardır (İnuğur, 1988: 155).

Zamanın İstanbul Gazeteciler Cemiyeti'nin atılımı sonucunda, 24 Kasım 1949 tarihinde İstanbul Üniversitesi Senatosu İktisat Fakültesine bağlı iki yıllık Gazetecilik Enstitüsü kurulmasını karara bağlamıştır (Abadan-Unat, 1972: 68). 1950 yılının Güz döneminde öğrenci kabul etmeye başlayan İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Gazetecilik Enstitüsü hem lise mezunlarını hem de 2 yıl ve üzeri gazetecilik yapmış adayları kabul etmekteydi (Uzun, 2007: 121). Gazetecilik Enstitüsünde hem İktisat Fakültesi öğretim üyeleri hem de gazetecilerin ders vermiş olmaları da dikkat çekmektedir. Gazetecilik Enstitüsü 2 yıllık eğitimle başlamış, eğitim süresi sonra 3 ve daha sonra 4 yıla çıkmıştır. İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesine bağlı Gazetecilik Enstitüsü 1982 yılında YÖK yasası gereği isim değiştirerek İstanbul Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu olmuş ve Rektörlüğe bağlanmıştır (Tokgöz, 2003: 13).

Ankara'da da benzer gelişmeler olmuştur. Ankara Gazeteciler Cemiyeti'nin isteği üzerine Ankara Üniversitesi çalışmalarına başlamıştır. 1962 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'ne bağlı gazeteci yetiştiren bir enstitü kurmayı hedeflemiş, yapılan çalışmalar sonucunda 1964'de Basın Yayın Yüksek Okulu'nun kurulmasına karar verilmiştir. Siyasal Bilgiler Fakültesi çatısı altında Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu 7 Kasım 1965'de eğitime başlamıştır (Tokgöz, 2003: 14). 1982 yılında, YÖK yasası gereği, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Siyasal Bilgiler Fakültesi'nden ayrılıp Ankara Üniversitesi Rektörlüğü'ne bağlanmıştır.

İstanbul ve Ankara'dan sonra İzmir'de de Özel Gazetecilik Yüksek Okulları açılmıştır. 1982'de YÖK idari

olarak üniversite rektörlüklerine bağladığı Basın Yayın Yüksekokullarında tek tip eğitim önermiştir.

1992'de 3837 sayılı yasayla o dönemde aktif olan beş Basın Yayın Yüksekokulu İletişim Fakültesi statüsüne kavuşmuş, aynı zamanda Eskişehir Anadolu Üniversitesinde ve Konya Selçuk Üniversitesinde İletişim Bilimleri Fakülteleri kurulmuştur (Tokgöz, 2003). Böylece Türkiye'de İletişim alanında Uygulamalı Bilim Modeline geçilmiş oldu. İletişim Fakülteleri üç bölümden (Gazetecilik, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Radyo, Televizyon ve Sinema) oluşmaktaydı. Günümüzde bölüm isimlerinde ve bölüm sayısında farklılıklar olabilmektedir.

Bu dönemde, Türkiye'de İletişim ve Medya Çalışmaları alanı ile ilgili yeterli kuramsal bilgi birikimi olmadığından sosyal bilimlerin farklı alanlarından destek alındı. Bu da İletişim ve Medya Çalışmalarının disiplinlerarası bir alan olduğu görüşünü pekiştirdi. Zamanla, başta alanda lokomotif görevi gören Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu, sonra İletişim Fakültelerinde daha çok Amerika'da ortaya atılan kitlerle iletişim kuramları okutulmaya başlandı.

Bu kuramsal alt yapıyı, Lazarsfeld geleneği çerçevesi olarak adlandıran Erol Mutlu konuyla ilgili şu açıklamayı yapmaktadır:

“...Ne var ki endüstriyle Basın ve Yayın Yüksekokulları arasındaki ilişki başlangıcından bugüne kadar Lazarsfeld'in Amerika için amaçladığı verimlilik ve işbirliği düzeyine ulaşamamıştır. Basın endüstrisinin sık sık bu okullardaki mesleki eğitimi yetersizlikle eleştirmesi bu durumun somut bir göstergesidir. İlginçtir ki, okullar da bu eleştiriler karşısında, ne açık bir karşı eleştiri geliştirmekte, ne de kuruluşlarındaki gerekçeyi tartışıp kendileri için yeni bir zemin arama çabası göstermektedirler...” (Mutlu 2005: 71).

Türkiye'de yaşanan diğer bir sıkıntı da İletişim ve Medya Çalışmalarının üniversite çatısı altında çalışılmaya başlandığı dönemde, dünyada postpozitivist paradigmalardan Marksist paradigmanın yansımaları olan eleştirel düşüncenin popüler/trend olmaya başlamasıdır. Pozitif bilimin parçadan bütüne gitme eğilimine karşı eleştirel paradigma bütünü ele alıp daha

çok ekonomi-politik yönüyle eleştirme yoluna gitmektedir. Eleştirel paradigma, Türkiye'de İletişim ve Medya Çalışmaları alanında 1970 ve 1980'lerde Ankara Üniversitesi'nde önemli yer tutmaktadır. Alanda, Ünsal Oskay eleştirel düşüncenin Türkiye'de yayılmasında etkin rol oynamıştır. Ünsal Oskay anısına, Beybin Kejanlıoğlu'nun editörlüğünde *Zamanın Tozu Frankfurt Okulu'nun Türkiye'deki İzleri*, Türkiye'de İletişim ve Medya Çalışmaları alanında yapılan eleştirel çalışmaları ve çalışanlarla röportajları bir kitapta toplamıştır. Karl Marx'ın görüşüne dayanarak medya endüstrisini eleştiren, Marksist paradigmaya dayalı yapılan yayınlar birbirine ters düşen hedeflere yoğunlaştıklarından, akademi ile medyanın birbirine ters düşen tutum almalarına yol açmıştır.

Dahası, İletişim Fakültelerinde ağırlıklı verilen kuramsal bilgiye ek olarak eğitimin sonuna doğru öğrencilerin bir medya kurumunda staj görmeleri beklenmektedir. Kuramın ağır bastığı üniversite eğitiminin medyanın gereksinimlerine yanıt vermemesi, medya çalışanları arasında 'alaylı', 'mektepli' tartışması başlatmıştır. Alanda iletişim eğitimini eleştiren yayınlar yapıldı. Ezber ve Sayar (2016) *Türkiye'de Akademi Dışı Medya ve İletişim Eğitimi* konulu makalelerinde iletişimin farklı alanlarında üniversite haricinde daha çok uygulamaya yönelik eğitim veren özel ve devlet kurumlarını incelemektedirler. Nicelik ve nitelik olarak akademi dışı kurumların varlığı, sayısı gün geçtikçe artan İletişim ve Medya Çalışmaları alanında eğitim veren üniversite mezunlarının uzmanlıkta uygulamaya yönelik eksikliğin bir tür yansımasıdır. Başka bir deyişle uygulamalı bilim modeline göre yetiştirilenlerin sürekli hizmet içi eğitim ile kendilerini yenileme gereksinimlerinin yansımasıdır.

Aziz (2012) Türkiye'de İletişim ve Medya Çalışmaları alanındaki araştırmaların ilkin siyasal iktidar – medya ilişkisini araştıran Prof. Dr. Muammer Aksoy'un radyo ve siyasal iktidarla ilgili çalışması olduğunu belirtmektedir. Bunu 1971 yılında Ünsal Oskay'ın Ankara Üniversitesi, Basın Yayın Yüksek Okulunda tamamladığı 'Gelişim Açısından Kültür Değişimi' konulu



doktora tezi izlemiştir. Bunu, Tokgöz'ün (1972) kitle iletişim araçlarının seçmen davranışları üzerindeki etkisini araştıran doktora çalışması ve Aziz'in (1974) TRT Ankara TV yayınlarının yetişkinler üzerindeki etkisini araştıran doktora çalışması izlemiştir (Tokgöz, 2014). Aziz'in çalışması Türkiye'de İletişim ve Medya Çalışmaları alanında ilk görgül araştırmadır.

Kitle iletişim araçlarının etkilerini araştıran çalışmaları, 1980'lerde UNESCO destekli kadın araştırmaları sonra da içerik analizi çalışmaları izlemiştir. İletişim ve Medya Çalışmaları alanında Türkiye'de çok az sayıda finansal destek gören araştırma projesi yapılmıştır. Alandaki bilimsel çalışmalar ağırlıklı olarak, finansal destek almamış, Doçentlik, Doçentlik ve Profesörlük başvuruları için yapılan çalışmalarla alandaki doktora ve yüksek lisans tezleri ile yürütülmektedir (Tokgöz, 2003). Bazılarının kitap olarak da yayımlandığı bu tür temel araştırmalar alana 'yerel' katkının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır.

Türkiye'de İletişim ve Medya Çalışmaları alanında daha çok Amerika'da yapılan araştırmalar sonucu ortaya çıkan kuramlar 'kitle iletişim kuramları' olarak alanın temel kuramsal temelini oluşturmaktadırlar. Alemdar (2018: 10) bu konuyla ilgili olarak alanın 'çocukluk hastalıkları' olarak nitelendirdiği gelinen noktayı şöyle özetler:

*"...İletişim alanı başlangıcından itibaren Batı'da özellikle ABD'de gelişen düşünce ve araştırmaların etkisinde kaldı. Sosyal bilimlerin de böyle bir gelişme çizgisi izlediği dikkate alınır, bu bağımlılığın iletişim gibi yeni bir alan için şaşırtıcı olmadığı söylenebilir. Batı'da yazılanları anladığımız kadarıyla gelişmeleri açıklamada kullandık. Sahip olduğumuz tarihin, edebiyatın, toplumsal gelişmelere ilişkin araştırmaların peşinden gitmek, keşfetmek, iletişimi açıklamak yerine Batı'da üretilen düşüncelerin yol göstericiliği ile uzun yıllar geçirdik. Bunları öğrendik, öğrenmeyi sürdürüyoruz ama artık kendi kaynaklarımızın bizi özgün ve bağımsız düşünce üretmeye götürebileceğini dikkate almak zorundayız. Teknolojik gelişmenin dayattığı bağımlılığı bir kenara bırakıp, özgün işler yapmanın yollarını aramalıyız..."* (Alemdar, 2018: 10).

Alemdar, kuram ve pratiğin birbirine zıt olmadığı, alandaki gereksinimin sosyal pratiğin neden ve sonuçlarının sistemli, güvenli ve geçerli açıklaması olarak ortaya çıkan kuramlarla desteklenmesi gerektiğinin altını çizmektedir (2018: 13).

50 yıllık bir akademik geçmişe sahip alanda artık Türkiye'de alana yapılan katkıların da programlarda yer alması gerekmektedir.

2016 yılı itibariyle Türkiye'de İletişim Bilimleri alanında 154 doktora tezi tamamlanmış, İletişim Bilimleri çatısı altında, sinema ve gazetecilik en sık çalışılan alanlar olmuştur. Bu bilgiler, Türkiye'de İletişim ve Medya Çalışmaları alanıyla ilgili dikkate değer bir bilgi birikiminin göstergesidir (Karataş, 2016: 223).

Batıyı takip etme eğilimindeki alan, Batıda yazılanları Türkçeye çevirip ders ve ders kitabı olarak aktarmanın yanı sıra Türkiye'deki gelişmeleri de müfredata eklenmelidir. Böylece, Türkiye bu alanda daha başarılı olacak, küresel eksene yerel eksen eklenecektir. Şüphesiz bu meşakkatli bir iştir. Ancak Amerika'da daha çok da Yahudilerin öne çıktığı Medya ve İletişim Çalışmaları alanına küresel bilginin yanı sıra yerel bulgular ve gelişmeler de eklenirse hem alandaki varlığımız öne çıkacak hem de alanı Türkiye'nin gereksinim ve koşullarına göre evirmek alanın daha hızlı ve emin adımlarla ilerlemesine yol açacaktır.

Türkiye'de İletişim ve Medya Çalışmalarına ilgi her geçen gün artmaktadır. Geleceğin toplumunun bilincini şekillendirecek medya çalışanlarını yetiştirirken, Türkiye'deki toplumun medya kullanımına duyarlı ve bu konuda bilinçli uzmanlar yetiştirmeliyiz. Bunun için de araştırmalar yapılmalı, kuramlar geliştirilmeli ve İletişim Fakültelerinde okutulmalıdır. Türkiye'de 50 yılı aşkın geçmişi olan İletişim ve Medya Çalışmaları alanı küresel eksende üretilen kuramlara ek olarak 1970'lerden bu yana daha çok akademik ilerleme (Yüksek Lisans, Doktora ve Doçentlik) için yapılan görgül araştırmaların sonuçlarından oluşan bulguların toparlanmasından oluşacak yerel kuramlarla

yoluna devam etmelidir. Aziz (2012, 2006) Türkiye'de yapılan İletişim ve Medya Çalışmaları alanındaki araştırmaların önceleri etki araştırması sonra da içerik çözümlemesi yöntemlerine yoğunlaştığını belirtmektedir. Nicel araştırmalar yanında günümüzde nitel araştırmalar yapılmaya da başlanmıştır. Farklı araştırma yöntemleri farklı tür bilgi üretmeye yol açacaktır. İleride, üniversiteler yanında İLAD (İletişim Araştırmaları Derneği) gibi sivil toplum örgütleri farklı araştırma yöntemlerini gündeme getirebilir ve de yapılan araştırmaları ve sonuçlarını toparlamaya öncülük edebilir.

Son olarak, Türkiye'de her geçen gün sayısı artan İletişim Fakültelerinde eğitim veren akademisyenlerin halen çıraklık modeline göre yetiştirildikleri gözlemlenmektedir. Akademisyenlerin, kendi hocalarından gördüklerini taklit ederek, esas görevlerini eğitim sürecini kolaylaştıran süreç ve aktivitelere yoğunlaşmak yerine akademik ilerlemelerine yoğunlaşmak olarak algılayan kadrolarca verilmesi, İletişim Fakültelerine artan talebe karşın, bu noktanın halen dokunulmamış bir alan olması ilginçtir. Her şeyden önce, İletişim Fakültelerinde ders veren akademisyenler konuya hâkim eğitimcilerdir. Hızlı değişen dünyamıza uzman yetiştirecek olan bu kadroların program hedefleri belirleme, program oluşturma, müfredat, sınıf aktiviteleri düzenleme ve değerlendirme – sınav yapma konusundaki güncel gelişmelerden haberdar olmaları ve yansıtmanın önemini kavramaları gerekmektedir.

Atabek ve Atabek (2014), iyi bir iletişim eğitimi nasıl olmalıdır sorusunu konuyla ilgili paydaşlara (öğrenci, akademisyen, meslek grupları) sorup temel iletişim eğitimi konusunda tutum araştırması yapmışlardır. Bulgular öğrencilerin alan dışı derslere olumsuz tutum sergilediklerini öne çıkarmaktadır. Paydaşlar arasında bazı paradoksal sonuçlar ortaya çıkan araştırmada çıkan sorunların paydaşların katıldığı tartışmalarla aşılabileceği yönündedir.

## SONUÇ

Günümüzde medya araçlarında yöndeşme yaşanırken medya mesajları transmedya olarak birden farklı medyada dolaşmaktadır. Bilgi toplumu olarak adlandırılan günümüzde yenilik süreklidir ve kaçınılmazdır. Bilgiye erişim kolaylaşmıştır. Bilgi kirliliğinin farkında, üretken olurken kendinden de bir şeyler katabilen, sürekli yenilenen teknolojiye ayak uydurabilecek profesyoneller yetiştirmek gerekmektedir.

Paradigma değişimleri disiplinlerarasıdır. İletişim ve Medya Çalışmaları da paradigma değişimlerinden etkilenmektedir. Çoklu paradigma döneminde çoklu bilme de önem kazanmaktadır. Günümüzde, çoklu paradigma dönemi yaşanmaktadır. Farklı paradigmalardan (Marxist, Feminist, Oluşturmacı vs.) kabul gördüğü pozitif paradigma halen varlığını sürdürmektedir. Özellikle de sosyal bilimlerde ortaya çıkan yeni paradigmlar pozitif paradigmanın yerini almaktan ziyade pozitif paradigmaya alternatifler olarak kabul görmektedirler.

Profesyonel yetiştirme modellerinde de diğer alanlarda olduğu gibi bir değişim yaşanmaktadır. Bu değişimin neden ve nasılını anlamak, eğitim sistemini en iyi şekilde yönlendirip uygulamak için önemlidir. Bilgi toplumu olarak adlandırılan çağımızda değişim zamanın olmazsa olmazıdır. Bu değişime ayak uyduracak gençler yetiştirmek gerekmektedir. Yansıtma modeli daha önceki iki modeli içerip alanla ilgili problem çözmeyi öğrettiğinden günümüzde farklı disiplinlerde uygulanmaktadır. Türkiye'de İletişim ve Medya Çalışmaları eğitimi alanında bir paradigma değişimi yaşanmaktadır. Bu değişimin en verimli biçimde uygulanması için yansıtma modelini iyice kavramamız gerekmektedir.

Paradigmaların ontolojik, epistemolojik ve metodolojik imaları vardır. Bu çalışmada epistemolojik yönden teori/kuram kavramının Aristo'dan beri var olan bir kavram olarak farklı dönemlerde farklı paradigmalara göre anlamlar farklı anlamlar yüklediği

konusu irdelenmiştir. Aristo'nun ortaya attığı, aklın ürünü, metafizik, sırf soyut/düşünsel olarak üretilenin prestijli olduğu görüşü günümüze dek uzanmaktadır. Kejanlıoğlu (2005), Mutlu'nun mektuplarından alıntılarla desteklediği makalesinde Mutlu'nun 'Akademiklik insanın kendisiyle olan kavga. Onun için bir şey öğrendiğinde haz alıyorsun' sözlerine yer vererek, Aristo'nun soyut düşüncenin mutluluk verdiği görüşünün günümüzde de yer bulduğuna işaret etmektedir.

Pozitif paradigmanın başat/tek doğru olarak kabul gördüğü dönemde teori kavramı bilimsel/görgül araştırma sonuçlarına atfen kullanılmıştır. Çoklu paradigma döneminde önceki iki anlama ek olarak yapmaktan gelen bilmenin (oluşumcu) ürettiği mesleki edimlerle ilgili yapmaktan oluşan sessiz kişisel kuramlar da eklendi. Başka bir deyişle, uzmanın mesleğini icra ederken edim sırasında ürettiği sessiz düşünmekten oluşan kişisel 'hareket' kuramlardır. Bu teoriler kişiseldir ve mesleki edim sırasında elde edilir. Aynı zamanda bu kişisel teoriler karşılaşılan problemleri çözmekte kullanılırlar. Bu tip teori, Aristo'nun pratik mesleklerle atfen yaptığı açıklamalardan çok farklıdır. Çünkü günümüzdeki bilgi birikimi ve hızlı değişim salt taklit ederek öğrenmeden, bilmeden çok karmaşıktır.

Yansıtma modeli, önceki iki modeli de içeren ve öğrencinin uzman eşliğinde kendi mesleki edimiyle ilgili teorilerini oluşturmasına yer vermektedir. Yansıtma modeli, öğrenciyi sürekli ve hızlı değişen dünyada ucu açık, sonu gelmeyen profesyonelleşmeye hazırlayan bütünlükçü bir model olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'de İletişim ve Medya Çalışmaları alanında ders programlarında alanla ilgili uygulamalı derslerin artması yansıtma modeline doğru atılan bir adımdır. Ancak halen modelin yansıtma çemberi bölümü hak ettiği ilgiyi görmemektedir. Bu konuda yansıtmayı öne çıkaran, kişisel kuramların elde edilmesine yönelik bilinçli bir adım halen atılmamıştır. Paradigmaların disiplinlerarası özelliğinden dolayı el yordamıyla, bir ölçüde uygulamada olsa da öğretim kadrosunun yansıtma çemberi konusunda bilinçli ve öğrencilere

yol gösterme konusunda donanımlı olmalıdır.

İletişim ve Medya Çalışmaları alanı Türkiye'de Sosyal Bilimler alanındaki kuramsal çerçeve ile başlamıştır ve halen -özellikle de Kitle İletişim konusundaki-Amerika'da ortaya atılan kuramlara dayanmaktadır. Alanda Türkiye'de artık yeterli birikim vardır. Bu coğrafyadaki toplumun gereksinimlerini ön plana çıkarıp araştırmalar yapılmalı ve küresel gelişmelerin yanı sıra kendi toplumumuzla ilgili kuramlar üreterek yola devam edilmelidir.

## KAYNAKÇA

- Abadan-Unat, N. (1972). *Batı Avrupa ve Türkiye’de Basın Yayın Öğretimi*, Ankara: Sevinç Matbaası.
- Abadan-Unat, N. (2018). “From Journalism to Communication Studies”, Hıfzı Topuz’a Armağan, İletişimin Devrim Yılları, İstanbul: İLAD – Hiperlink ortak yayının. (s. 211-215).
- Alemdar, K. (2018). “Türkiye’de İletişim Bilimleri: Batı Düşüncesinin Egemenliğinden Özgünlüğe”, Etkileşim: Üsküdar Üniversitesi, İletişim Fakültesi Akademik Dergisi. 1:1. s. 8-28.
- Atabek, Ü., ve Atabek, G. (2014). “İletişim Eğitiminde Farklı perspektifler: Öğrenciler, Akademisyenler, ve Meslek Mensuplarının İletişim Eğitimi Hakkındaki Tutumları”, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi. 38, Bahar, s.148-163.
- Ateş, E. K. (2016). “Bir Bilim Dalı Olarak İletişim Bilimleri Alanının Türkiye’deki Konusal Kapsam Analizi”, International Journal of Social Science 51:3. s. 217-228.
- Aziz, A. (1974). *Televizyonun Yetişkin Eğitimindeki Yeri ve Önemi*. Siyasal Bilgiler Fakültesi, Ankara Üniversitesi Yayınları.
- Aziz, A. (2006). *Dünyada ve Türkiye’de İletişim Araştırmaları*, Kültür ve İletişim. 9: 1. s. 9-31.
- Aziz, A. (2018). *İletişime Giriş*, İstanbul: Hiperlink Yayınları. (gen. 5. basım).
- Baran, S., Davies, D. (2011). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Cengage Learning.
- Capra, F. (1992). *Belonging to Universe*, London: Penguin.
- Crowley, D., Heyer, P. (2015). *Communication in History: Technology, Culture, Society*. Taylor and Francis (5th edition).
- Ezber, B., Sayar, T. E. (2016). “Türkiye’de Akademi Dışı Medya ve İletişim Eğitimi”, Marmara İletişim Dergisi. 26. s. 71-83.
- Frankena, A.M. (1959). (ed.). *Three Historical Philosophies of Education*, Scott: Foresman and Company.
- Guba, E. G., Lincoln, Y. (1994). “Competing Paradigms in Qualitative Research”,
- Denzin, N.K., Lincoln, Y. *Handbook of Qualitative Research*, Thousand Oaks: Sage.

- Heshusius, L. (1989). "The Newtonian Mechanistic Paradigm, Special Education and Contours of Alternatives", An Overview. *Journal of Learning Disabilities*. 22:7. Pp. 403-45.
- İnuğur, N. (1988). *Türk Basınında İz Bırakanlar*, İstanbul: Nadir Kitap, Der Yayınları.
- Kejanlıoğlu, B. (2005). "Malumat Dünyasına Gitmek... Mektuplar: Erol Mutlu", *Kültür ve İletişim Dergisi*. s. 9-15.
- Kejanlıoğlu, B. (ed.) (2011). *Zamanın Tozu, Frankfurt Okulu'nun Türkiye'deki İzleri*, Ankara: De Ki Basım Yazım ltd..
- Kuhn, T. (1970). *The Structure of Scientific Revolution*, Chicago: Chicago University Press (2. ed.).
- Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya, Ütopya*.
- Özad, B. E. (1997). *The Reflecive Model of Teacher Education; Its Influence on Novice EFL Teachers, Manchester Üniversitesi (yayınlanmamış doktora tezi)*.
- Polanyi, M. (1967). *The Tacit Dimension*, New York: Doubleday.
- Prigogine, I. & Stengers, I. (1984). *Order Out of Chaos; Man's New Dialogue with Nature*, New York: Bontam Books.
- Şimşek, H. (1997). *21. Yüzyılın Eşiğinde Paradigma Savaşları, Kaostaki Türkiye*, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Schön, D. (1983). *Reflective Practitioner. How Professionals Think in Action*, USA: Basic Books.
- Schön, D. (1987). *Educating the Reflective Practitioner*, USA: Jossey-Bass, A Wiley Imprint.
- Sherman, B. (1983). *Curriculum Development in Broadcasting: A Five-Point Plan. Dcasting: A Five-Point Plan, Communication Education*. 32:2. s: 247-251.
- Swan, S., Hoy, C. (1983). *Broadcast Education and the Needs of the Industry. Feed back*. 24:4. s. 17-19.
- Taşbaşı, K. (2015). "Üniversitenin Dönüşüm Sürecinde Yitirilen Bütünsellik: Ünsal Oskay'ın Çalışmaları Üzerinden İletişim Bilimlerine ve İletişim Eğitime Bakış", *Marmara İletişim Dergisi*. 23. s. 1-11.

- Tokgöz, O. (1972). Türkiye ve Ortadoğu Ülkelerinde Radyo ve Televizyon Sistemleri: Mukayeseli Bir Araştırma, Ankara: Ankara Üniv. Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Tokgöz, O. (2003). “Türkiye’de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirilmesi” (www.Turkoloji.cu.edu.tr)
- Tokgöz, O. (2014). Türkiye’de İletişim Araştırmaları içinde 1970’li Yıllarda Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesinde İletişim Konusundaki Doktora Tezlerinin Rolü ve Konumu. İlef Dergisi, 1:1. s.115-142.
- Topuz, H. (1973). 100 Soruda Türk Basın Tarihi, İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Uzun, R. (2007). İstihdam Sorunu Bağlamında Türkiye’de İletişim Eğitimi ve Öğrenci Yerleştirme, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 25 Güz. s. 117-134.
- Wallace, M. (1991). Training Foreign Language Teachers, A Reflective Approach, Cambridge: Cambridge University Press.



# HALKLA İLİŞKİLER ETİĞİ VE MESLEK ÖRGÜTLERİNİN ETİK ANLAYIŞA YÖNELİK ÇALIŞMALARI: HALKLA İLİŞKİLER VE İLETİŞİM YÖNETİMİ KÜRESEL BİRLİĞİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Dr. Tevhide Serra Görpe, APR  
Sharjah Üniversitesi  
İletişim Fakültesi, Kitle İletişimi Programı  
Birleşik Arap Emirlikleri  
tgorpe@sharjah.ac.ae

## ÖZ

Bu yazının amacı halkla ilişkiler ve etik konusuna halkla ilişkiler öğrencileri, eğitimcileri ve halkla ilişkiler profesyonellerini ilgilendirecek şekilde genel bir değerlendirme yapmak ve meslek örgütlerinin halkla ilişkiler etiğine yönelik bilinçlendirme çalışmalarını incelemektir. Çalışma uluslararası bir meslek örgütü olan Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetimi Küresel Birliği'nin bu bağlamdaki çalışmalarının da bir özetini verecektir. Halkla ilişkiler etiği bir çok farklı alandan yaklaşılabilir kapsamlı bir konu olsa da, halkla ilişkiler meslek örgütlerinin bu konuda öncülüğü önem taşımaktadır. Ayrıca iletişim akademisyenleri için etik ve halkla ilişkilerin cazip bir araştırma alanı haline gelmesi, halkla ilişkiler ders programlarında halkla ilişkiler ve etik konusunun daha fazla yer edinmesi ve siyah beyaz gibi net olmayan halkla ilişkiler etiği konusunu düşünme ve tartışma halkla ilişkiler mesleğinin geleceği için yararlı olacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Halkla İlişkiler Etiği, Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetimi Küresel Birliği, Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TUHİD), Profesyonellik





# **PUBLIC RELATIONS PROFESSIONAL ASSOCIATIONS AND THEIR WORK ON ETHICS: A STUDY ON GLOBAL ALLIANCE FOR PUBLIC RELATIONS AND COMMUNICATION MANAGEMENT**

## **ABSTRACT**

The purpose of this article is to make an overall review of the concept of public relations ethics and its importance to public relations students, educators, and public relations professionals. The paper also examines the role of the public relations professional organizations in creating awareness on public relations ethics. The study specifically examines the contributions of the Global Alliance for Public Relations and Communication Management, an international professional organization, in promoting public relations ethics. The topic of public relations ethics is a comprehensive subject that can be studied from different perspectives, but the role of the public relations professional/leader is a key component in establishing public relations ethics within the organization. Moreover, public relations ethics must become more prominent for scholars and researchers in the field of public relations. Ethics subject must be more present in public relations curricula and more discussions on dealing with ethical issues in public relations which are not straightforward. All this will support the public relations profession in building its reputation.

**Keywords:** Public Relations Ethics, Global Alliance for Public Relations and Communication Management, Turkish Public Relations Association (TUHID), Professionalism

## GİRİŞ

Halkla ilişkiler ve etik halkla ilişkilerin diğer alanları kadar irdelenen, tartışılan bir konu olma özelliğini ne yazık ki taşımamaktadır. Etik, halkla ilişkiler çalışmalarının gerekliliğine yüksek düzeyde bir inanç olsa da halkla ilişkiler alanının etik algısı yüksek değildir. Halkla ilişkiler etiği çeşitli açılardan önem taşımaktadır. Halkla İlişkiler Eğitimi Komisyonu'nun (*Professional Bond*, 2006) raporunda halkla ilişkiler etiği dersi, halkla ilişkiler lisans eğitimi temel konular içinde olup, alınması gereken minimum beş ders içinde yer almaktadır. Komisyonun halkla ilişkiler sektörü çalışanları ve halkla ilişkiler akademisyenleri ile gerçekleştirdikleri "Sektör-Eğitimci Halkla İlişkiler Eğitimi Zirvesi" (Mayıs 2015) raporunda ise mesleğe yeni başlayanların taşınması gereken kişisel özellikler içinde dürüstlük ve etik en başa konularak, bu özelliklerin hesapverebilir olmayı da beraberinde getirdiği belirtilmektedir (Summary Report, 2015). Profesyonellik kriterlerine baktığımızda ise etik kod-

ları bu kriterlerin içinde görmekteyiz (Görpe, 2013). Halkla ilişkiler meslek örgütleri için de halkla ilişkileri bir uğraş yerine bir meslek olarak konumlandırmak önem taşımaktadır. Ülke halkla ilişkiler meslek örgütlerinin üye olduğu Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetimi Küresel Birliği (Global Alliance for Communication Management and Public Relations- GA) etik davranış ve güven arasında doğrudan bir ilişki olduğunu belirterek rehber ilkelerini, mesleği meslek yapan özellikleri şu şekilde açıklamaktadır:

- Eğitim (yüksek eğitim) ve yaşam boyu devam eden eğitimle kazanılan bilgi,
- Sadece müşteri ve işverene değil, topluma yönelik sorumluluk bilinci,
- Tarafsızlık,
- Yüksek düzeyde davranış ve performans (GA Code 2018).

Bu bağlamda profesyonellik ve etik birbirleriyle ilişkilidir. Etik kodlar profesyonelleşme çabaları içinde görülmekte, mesleğe güvenirlilik ve inanırılık

sağlayan standartları oluşturmakta ve meslek itibarını da artırmaktadır.

Ancak çoğunlukla iletişim fakültelerinin halkla ilişkiler ders programlarında halkla ilişkiler etiği genel bir etik dersinin ya da halkla ilişkilere giriş dersinin içinde yer almaktadır. Bunun nedenleri ayrı bir tartışma konusu olmakla birlikte bu ilgisizliğin ve halkla ilişkiler etiğine kuşkuca yaklaşımın iletişim öğrencileri açısından da olduğunu söyleyebiliriz. “Halkla ilişkiler ve etik” denildiğinde, öğrencilerin “etik, halkla ilişkiler?” diyerek gülümsediklerini ve o noktadan başlayarak etik ve halkla ilişkiler işlevinin tartışıldığını hatırlıyorum. Tartışmalarda tanıklık ettiğim diğer bir konu da, halkla ilişkilerde etik algılayışın çoğunlukla sadece bir alan -medya ilişkileri- için olması ve etik sorunların yaşanabileceği diğer alanların pek bilinmemesidir. Sadece medya değil, müşteriler/işverenler, halkla ilişkiler sektörü ve toplum da etik standartlar içinde dikkate alınması gereken diğer taraflardır. Halkla ilişkiler uzmanları toplumu doğru bilgilendirmeli, iletişim kanallarını tıkamamalı, faaliyetlerinin destekçilerini gizlemelidir. Müşterilerinin/işverenlerinin özel bilgilerini gizli tutmalı, onlara en yüksek düzeyde hizmet sunmalı, çıkar çatışmalarını önlemelidir. Halkla ilişkiler uzmanlarından sektörleri için beklenen mesleğin itibarını ona güven getirerek korumak, meslektaşlarına adil bir rekabet çerçevesinde yaklaşmak, kişisel ve profesyonel çıkar çatışmalarını önlemek ve halkla ilişkilerin ne sağlayacağı konusunda gerçekçi olmaktır. Bu konular meslek örgütlerinin etik kodlarında profesyonel standartlar içinde detaylı olarak yer almaktadır (Han vd., 2012).

Halka ilişkilerin itibar sorunu ve hatta itibar kaybı olduğu bilinmekte, halkla ilişkilere olumsuzluk yüklü adlar takılmakta, hatta halkla ilişkiler yerine geçecek yeni adlar üretilmesinin nedenleri arasında da bu olumsuz algılayış yer almaktadır. ERA Araştırma ve Danışmanlık tarafından yapılan bir araştırma 17 sektör arasında halkla ilişkileri itibar açısından on dördüncü sıraya (% 48) oturtmaktadır (İlhan, 2013).

Halkla ilişkilerde etik anlayışın olmadığına yönelik yaygın bir bakış açısı vardır. Bunun nedenleri içinde etik ikilimlerin çeşitliliği ve dolayısıyla karar verme zorluğunun bulunması yatar. Ruder-Finn halkla ilişkiler ajansından David Finn etik karar vermenin birbiriyle çatışan iki iyi arasında karar vermek olduğunun altını çizer. Sanıldığı gibi bir iyi ve bir kötü arasında seçim yapmak yoktur (Smith, 2017). Gerek medyanın halkla ilişkileri sunuş biçimi, gerekse etik bakış açısı derin ve hassas olmayan bazı halkla ilişkiler profesyonelleriyle beraber sistemin diğer oyuncularını da düşündüğümüzde halkla ilişkiler öğrencilerinin etik- halkla ilişkiler konusundaki yorumları çok şaşırtıcı olmamalıdır.

Bu çalışmada halkla ilişkiler mesleğine etik açıdan gelen eleştiriler ortaya konulmaya çalışılmıştır. Ayrıca etik konusunda meslek örgütlerine düşen görevler ekseninde uluslararası meslek örgütlerinden Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetimi Küresel Birliği'nin etik çalışmaları incelenerek değerlendirmeye sunulmuştur.

## 1. ETİK DEĞERLER, YAKLAŞIMLAR VE HALKLA İLİŞKİLER

Halkla ilişkilerin tertemiz bir tarihe sahip olduğunu söylemek doğru olmaz. Örneğin, halkla ilişkiler tarihsel gelişimini özetleyen “Halkla İlişkiler Modelleri,” “Basın Ajansı” döneminin (19. yüzyıl) özellikle bir çok etik sorun içerdiğini çünkü bu dönemin çoğunlukla yarı gerçekler, abartı ve sansasyon dolu halkla ilişkiler uygulamalarıyla dolu olduğunu örneklerle sunmaktadır. O dönemde ne pahasına olursa olsun haber olmak halka ilişkilerin temel amacıdır (Wilcox vd., 2016).

Çağdaş halkla ilişkiler anlayışına etik konusu 1906 yılında Ivy Lee'nin “İlkeler Deklarasyonu” ile girmiştir. Ivy Lee “Kamuoyunu Bilgilendirme Modeli”nin temsilcisidir. Bu deklarasyonun özünde gerçeği söylemek, doğruları gizlememek ve hedef kitlelerin bilgilendirme hakkı yatar. A.B.D. halkla ilişkiler tarihinde Ivy Lee dışında etik konuda halk-

la ilişkilere hizmet vermiş başka halkla ilişkiler üst düzey yöneticileri vardır. Örneğin, John W. Hill yönetime etik konusunda danışmanlık yapmış, gelişmiş bir sosyal sorumluluk anlayışa sahip ve gündem yönetimini bilen bir kişi olarak meslekte iz bırakmıştır. 1960'lı yıllarla birlikte ABD'de gerek hükümet gerekse iş dünyasından daha yüksek derecede hesapverirlik, açıklık, etik ve sosyal sorumluluk anlayışı içeren halkla ilişkiler uygulamaları talep edilmeye başlamıştır (Bowen, 2007. "İki Yönlü Asimetrik" modelin temsilcisi ve halkla ilişkilerin "babası" diye adlandırılan Edward Bernays *Propaganda* adlı bir kitap yazmıştır. Amerika'da kadınları sigaraya teşvik eden kampanyalar gerçekleştirmiştir. Ancak sigaranın sağlığa zararlarının bilimsel olarak kanıtlanmasıyla birlikte yaşamının geri kalan kısmında sigara karşıtı kampanyalarda görev almıştır (<https://www.prmuseum.org/video-and-audio>). Ayrıca, Bernays'in halkla ilişkilerin lisanslı bir alan olması ve yetki belgesi almayanların bu alanda çalışmamalarını istemesi de halkla ilişkiler alanını etik olarak çalışmayacak kişilerden korumaya yönelik bir hareket olarak yorumlanmaktadır.

Bu bağlamda halkla ilişkiler "yönetimin vicdanı" olarak tanımlanmaktadır. "Vicdan" rolü halkla ilişkilere örgütün tüm hedef kitlelerine yönelik bir sorumluluk taşıdığını vurgulamaktadır (Newsom vd., 2013). Ancak halkla ilişkiler profesyonellerinin hizmet verdikleri kurumlarda etik anlayışı oluşturmada etkin bir rol üstlenemediği, bir başka deyişle "yönetimin vicdanı" olamayarak sadece taktiksel olarak yararlanıldığı durumlar da söz konusudur. Halkla ilişkilerin "Mükemmellik Teorisi" mükemmel halkla ilişkiler için temel/jenerik ilkeler arasında halkla ilişkiler uzmanlarının üst yönetime danışmanlık yapma sorumluluğu olduğunu vurgulamaktadır. Bu ilke halkla ilişkiler uzmanlarına stratejik yönetimin bir parçası olmayı ve bu işlevi iletişim teknisyeni gibi günlük iletişim işlevlerini yürüten biri olarak değil, stratejik yönetici olarak yürütmeyi önermektedir. İlkeyi başka şekilde yorumladığımızda halkla ilişkiler uzman-

larının işverenlerine yön vermesi beklenmekte ve etik dışı davranışlar karşısında ise örgüt karşısında durma cesareti sunmaktadır. Temel/jenerik ilkeler içinde "İki yönlü ve Simetrik İletişim" anlayışı da bulunmaktadır. Bu ilke dürüst ve dengeli karar verme sürecinde stratejik hedef kitleleri dinlemeyi, araştırarak beklentilerini anlamayı ve diyalog çerçevesinde sorunları çözmeyi kapsar. "Etik" ilkesi halkla ilişkiler bölümlerinin etik uygulamalar içinde bulunmasını ve etik ve sosyal sorumluluk anlayışı çerçevesinde örgütsel kararları da bulunmalıdır (Görpe, 2005).

Etik, değerlerin eyleme dönüşmüş halidir. Etik, bir değerler sistemi sunar ve bu sisteme bireyler bir şeyin doğru/yanlış, yasal/yasalara aykırı ve adil/adaletsiz olup olmadığını anlamak için dayanır ve güvenirlir (Han, vd., 2012). Etik ve değerler birbirlerinin parçalarıdır: Değerler etik kodların içine entegre edilmiştir ve iş yaşantısında karşılaşılan özel durumlarda bireyler bu temel değerleri yorumlayarak o özel durum karşısında ne yapacaklarına karar verirler. Halkla ilişkiler akademisyeni Bowen, etik halkla ilişkiler uzmanının değerleri içine dürüstlük, açıklık, sadakat, tarafsızlık, ahlaklılık ve açık iletişim olarak belirlenecektir (Wilcox vd., 2016). İdeal olarak öncelikle değerlerimizin ne olduğuna karar verir, ardından bu değerlere ulaşmamızı sağlayacak davranış ilkelerine bakarız. Değerler etik kodların içine girer ve bu ilkeler bizim etik kodumuz olur (Guth ve Marsh, 2012; Wilcox vd., 2016).

Etik sadece sektörde kabul görmüş uygulamaları içermez. Yanlış bir şeyin yıllar boyunca tekrarlanması onu doğru kılmaz. Örneğin, gerçek gündemlerini saklayarak paravan gruplar kurmak geçmişte kabul edilebilir bir halkla ilişkiler uygulaması olsa da, günümüzde durum farklıdır. Ayrıca, etik sadece yasaları takip etmek değildir. Yasal olan her şeyin ahlaki olarak da doğru olduğunu varsaymak yanlıştır. Yasa ve ahlaka uygunluk birbiri ile ilişkili olsa da aynı şey değildirler (Parsons, 2016). Meslek kodlarının temelinde yasal ilkelerin olduğu genelde düşünülse de yasalar bazı durumlarda bize etik davranışı haklandıracak

zemini sağlamada yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle etik karar verme sürecinde yasalar ve tüzükler dışına da çıkabilmeliyiz. Etiğin içinde isteğe bağlı, takdire bağlı bir durum vardır. Yasalar ise bize ne yapmaya zorunlu olduğumuzu söyler.

Halkla ilişkiler etik ikilimlerin sıkça yaşandığı bir alandır. İkilem, önemli değerlerin çarpıştığı ve alınacak her bir kararın aslında sorun yaratabileceği anlamına gelir. İkilemler bağlılık ve sorumlulukların çatıştığı durumları kapsar ancak yine de bir kararın seçilerek verilmesi gerekir. Her bir seçenek için hem iyi, hem de kötü nedenler bulunabilir (Guth ve Marsh, 2012: 165 ve Fitzpatrick ve Gauthier, 2001: 207). Halkla ilişkiler uzmanlarının sorumluluk taşıdıkları gruplara baktığımızda ikilimlerin ne denli fazla olabileceğini görebiliriz. Müşteriler, medya, tüketiciler, ortaklar, yakın çevre, rakipler, meslektaşlar, işverenler, hükümet yetkilileri gibi. Bir ikilemden siz istemseniz bile hedef kitlelerden biri ya da birden fazlası zarar görebilir. Etik ikilimlerle karşılaşıldığında karar vermek sanıldığı kadar kolay değildir ve hatta bazı durumlarda doğru ve yanlış sınırı kesin olmamaktadır. Bu gibi durumlarda meslek gruplarının kendi etik ilkelerine yönelmesi çatışan sorumlulukları çözmede destek olmaktadır. Halkla ilişkiler için üç ilkenin bir temel oluşturabileceği söylenir. Bunlar:

- 1) Zarar ve yarar karşılaştırması: Zarar vermekten kaçınılmalıdır ya da bu durum en aza indirgenmelidir. Yarar ise en az zararı verecek şekilde sağlanmalıdır.
- 2) İnsana saygı: Bireylere saygı gösterilmeli ve değer verilmelidir.
- 3) Adaletin paylaşılması: Herhangi bir eylem ya da politikanın yarar ya da zararı olabildiğince eşit dağıtılmalıdır.

Etik ikilemlerin ilkeler arasında bir çatışma yarattığı durumlarda ise halkla ilişkiler uzmanı kendi değerlerine, sezilerine de bakarak o durum için en önemli ilkenin ne olması gerektiği kararını vermelidir (Fitzpatrick ve Gauthier, 2001: 207).

Etik ile ilgili diğer bir tartışma da neyin etik neyin

etik olmadığına toplumun karar verici oluşudur. Örneğin, halkla ilişkiler uzmanlarının gazetecilere hediye vermesi bazı ülkelerde kabul edilir bir uygulama sayılırken, bazı yerlerde bu etik dışı görülmektedir. Kruckeberg (1996: 188) “Halkla İlişkiler Etiğine Küresel Bakış Açısı: Orta Doğu” başlıklı makalesinde konuya değerler açısından ele almış ve Batı değerlerinden farklı değerlerin egemen olduğu toplumlarda Batı’nın uyguladığı şekilde halkla ilişkiler uygulamalarının geçerli olamayacağını ve bunun beklenmemesi gerektiğini belirtmiştir. Ahlaki görecelilik, ahlakiliğin büyük oranda kültürel bazlı olduğunu, gerçekte mutlak doğru ya da yanlışların bulunmadığını savunan felsefi bir yaklaşımdır. Gazetecilere hediye vermek örneğinden gidersek, bunun bazı toplumlarda oldukça etik dışı görüldüğü gibi, başka bölgelerde de kabul gören ve hatta beklenen bir uygulama olduğunu söyleyebiliriz. (Newsom vd., 2013)

Bu bağlamda etik felsefeler konusunda bilgi sahibi olmanın karar vermede yol gösterici özelliği bulunmaktadır. Bu anlayışların farklı varsayımları vardır ve her biri de tartışmaya açıktır. En sıkça rastlanan teleolojik ve deontolojik yaklaşımlardır. Teleolojik yaklaşım davranışın ahlakiliğine davranışın sonuçlarına bakarak karar verilmesi gerektiğini söyler. Eğer olumlu sonuç verecekse, gerekirse etik dışı hareket ederek yasa çiğnenebilir. Faydacı teleolojik yaklaşım ise tercih edilmesi gereken davranışın en fazla sayıda insan için en iyi sonuçları getirmesidir der. Bir başka deyişle davranış en fazla kişiye yarar getiriyorsa ahlakidir. Deontolojik etik ise ahlaki eylemin doğruluğu üzerinde yoğunlaşır. Bazı şeylerin ilkeye dayandırılarak yapılması gerektiğini savunur. Gruplar, örgütler, ya da taraflar arasındaki yükümlülüklerden bahseder. Meslek örgütlerinin etik kodları deontolojik etik yaklaşımını yansıtmaktadır (Coombs ve Holladay, 2007). Karar verirken temel alınacak bir yaklaşım ise durumsal etikdir. Durumsal etik temel ilkeleri rehber olarak kullanırken, duruma özgü özel şartları da dikkate alır. Ancak sıkıntılı sonuçlar yaratacak bazı ayrıntıları saklı tutmakla ilgili taraflardan bir ya da daha

fazlası (toplum, çalışan, müşteri) açısından en fazla yarar sağlanabilir. Kısaca durumsal etik anlayışında etik standartlar özel durumlara göre değişebilir (Parsons, 2016).

Halkla ilişkiler meslek örgütlerinin etik kodlarına baktığımızda hepsinde “gerçeği söyleme”nin önemini görmekteyiz. Örneğin, Arthur Page Topluluğu'nun yönetime karar vermede yardımcı olacak “Page İlkeleri” içinde “gerçeği söyleme” ilk sırada yer almaktadır. Page İlkeleri iletişim danışmanlarına şunu der:

- 1) Gerçeği söyle: Kamuoyuna ne olduğunu anlat ve kurumun kişiliği, amaçları ve uygulamaları ile ilgili doğru bir resim çiz.
- 2) Eylemle ispatla, göster.
- 3) Müşteriyi dinle.
- 4) Geleceği dikkate alarak bugünü yönet.
- 5) Halkla ilişkileri tüm kurumun geleceği ona dayanır gibi uygula.
- 6) Bir kurumun gerçek karakterinin çalışanları tarafından ifade edildiğini bil.
- 7) Sakin, sabırlı güler yüzlü ol (The Page Principles)

Aslında etik bir kişinin gerçekleri söyleyeceğini düşünürüz. Ancak kişisel dünya görüşümüz neyi nasıl gördüğümüzü ve davranışımızı etkiler. İnançlarımız ve kişisel değerlerimiz de gerçeğin tanımlanmasını etkiler (Newsom vd., 2016.). Ancak nihai sorumluluğumuz toplumdur. Gerçeği söylerken bunun sonuçlarını düşünmeksizin hareket etmememiz gerekir. Örneğin, bir kuruluşun tüm hedef kitlelerinin her gerçeği bilmesi bazı durumlarda (yasal ya da rekabeti içeren durumlarda) sakıncalı olabilir.(Guth ve Marsh, 2012). Halkla ilişkiler uzmanının bu durumlarda bir değerlendirme yapması ve bunun ışığında karar vermesi gerekir.

Bu kapsamda etik, bir ilke olarak *gerçeği söylemek* (dürüstlük) etik davranışın temel varsayımlarından biridir. Halkla ilişkiler uygulaması açısından diğer önemli varsayımlar, başka bir ifadeyle halka ilişkilerin temel dayanakları *başkalarına zarar vermeme*, (kötülük yapmama) *yararlı olma* (iyi şeyler yapma)

*gizlilik* (özele saygı) ve *adil* (adil ve sosyal sorumluluk sahibi) olmaktadır (Parsons, 2004: 21).

Etik ve halkla ilişkiler konusunda karşımıza çıkan diğer iki tartışmalı konu da halkla ilişkilerin “savunuculuk” rolü ve “ikna” üzerinedir. Savunuculuk ve ikna birbiri ile ilişkilidir çünkü savunuculuk içinde ikna yer alır. Halkla ilişkilerde savunuculuk rolü hizmet verdiğimiz kuruluş adına hareket etmeyi, onun görüşünü bildirmeyi içerir. Bu hizmet karşılığında halkla ilişkiler uzmanına ödeme yapılır. Başkalarının gözünde savunuculuk rolü para aldığımız kuruma hizmet vermeyi ve kuruluşun çıkarlarını korumayı kapsadığı için beraberinde doğal olarak ön yargılı olmayı getirir.

Halkla ilişkiler savunuculuğu sorumluluk taşımalıdır: bu rol, elinde olan gücü dengesizce oluşturan ve kullanılan bir taraf olmak yerine, yaptıkları işlerle toplumdaki diğer seslerin de duyulmasına katkıyı içermelidir. Fitzpatrick bu saptama ile ilgili üç soru sorar:

- 1) Halkla ilişkiler uzmanları “gözükmeyen, sesini duyuramayanların iletişim kanallarını açmalı mıdır?”
- 2) Halkla ilişkiler uzmanlarının “kiralanan silahlar” gibi sadece finansal varlığı olan müşteri ve işverenlere hizmet etmesi ahlaki açıdan ne ölçüde doğrudur?”
- 3) “Halkla ilişkiler uzmanının bireysel etik sorun yaşadığı durumlarda müşterilerinin görüş ve gündemini kabul etmesi etik olarak hoşgörülebilir mi?” (Fitzpatrick, 2006: 9-10). Bu sorulara yanıtlar kolay değildir.

Halkla ilişkiler mesleğinin en önemli işlevinin avukatlık olduğu, onlardan iknaya yönelik iletişim beklenildiği bir ölçüde hepimize açık görülse halkla ilişkilerin avukatlık rolü ile ilgili çeşitli görüşler vardır. Avukatlık modeline getirilen temel eleştiri içinde her iki meslek grubu üyelerinin benzer çalışma koşulları ve ilkeleri olmasına rağmen, eşit şekillerde çalışmamalarıdır. Avukatlık hukuk bilimine dayanır oysa halkla ilişkiler için bu söz konusu değildir. İstenildiğinde karşıt fikirleri bastırmaya yönelik

çalışmalar, maddi olanağı olan tarafın sesini daha iyi duyurma şansı olması, ya da halkla ilişkiler uzmanlarının konunun tek tarafını yansıtan bilgileri sunması gibi durumlar düşünüldüğünde avukat modeline getirilen eleştiri haklı olmaktadır (Sayımer, 2006).

Halkla ilişkilerin savunuculuk rolü içinde bulunan iknaya yönelik iletişimin yanlış, aldatıcı ve yanıltıcı olmaması gerekmektedir. Ayrıca halkla ilişkiler uygulayıcıları çeşitli ve birbirinden farklı görüşleri tartışmaya açmaya yönelik bir sorumluluk taşımalarıdır (Wilcox vd., 2016 ve Fitzpatrick, 2006).

İkna görüldüğü gibi içinde etik tartışmaları barındırır. Halkla ilişkiler tanımlarına baktığımızda halkla ilişkilerin amaçlar doğrultusunda yapıldığını görürüz. Bir başka deyişle çeşitli iletişim amaçlarımız vardır. Kurumun bilinirliğini artırmak, benimsenmesini sağlamak, olumlu tutumlar geliştirmek, davranışa geçirmek gibi. Modern halkla ilişkilerin tanımları içinde etik anlayışı yansıtan anahtar sözcükler de bulunur. Kamu yararı gözetmenin altı çizilir, halkla ilişkilerin hem hizmet verdiği örgüte hem de topluma karşılıklı yararlı olması beklenir.

İkna bilgilendirmeyi içerir ve arzu edilen davranışa ulaşmak için tutumları ve görüşleri değiştirmeyi hedefler (Wilson ve Ogden, 2008). Hem ikna hem de propaganda kamuoyunun tutum ve görüşlerini değiştirmeyi amaçlasa da, propagandacılar bunu yalnızca propagandacının gereksinimlerini karşılamak için yaparlar. İkna ise hem ikna edenin, hem de ikna edilenin karşılıklı yararını göz önünde bulundurur (Parsons, 2016).

İkna kamu yararı gözetilerek ve ilkeler çerçevesinde yapıldığında etik olabilir (Wilson ve Ogden, 2008). Etik ikna için şu öneriler sunulmaktadır:

- Görüş açınızı desteklemek için yanlış, uydurma, saptırılmış, çarpıtılmış veya ilgisi olmayan deliller kullanmayın.
- Bilinçli olarak aldatıcı, desteği bulunmayan ya da

mantıksız yargılamalardan kaçının.

- Çamur atma kampanyaları gibi yaklaşımlarla ve aşırı duygusallık yaratarak toplumu dikkatini başka yöne çekmeye çalışmayın.
- Kamuoyundan fikrinizi ilgisi olmayan duygu yüklü değerler, amaçlar veya hedeflerle ilişkilendirmelerini istemeyin.
- Gerçek amacınızı ve amacınızın gerçek destekçilerini gizlemeyin.
- Karmaşık durumları basit, ya da iki kutuplu görüş veya seçimlere indirgemeyin (Parsons, 2004: 108).

## 2. MESLEK ÖRGÜTLERİ ETİK KODLARI VE HALKLA İLİŞKİLER VE İLETİŞİM YÖNETİMİ KÜRESEL BİRLİĞİ ETİK ÇALIŞMALARINA BAKIŞ

Halkla ilişkiler etiği çoğunlukla meslek örgütlerinin etik kodları ile ilişkilendirilmektedir. Meslek örgütlerine üyelik ise isteğe bağlıdır. Kodlar hem şimdi hem de gelecek davranışlar için bir rehber niteliği taşır; etik değerleri ve gerek çalışanların, gerekse o mesleğin üyelerinin değişik paydaş gruplarına sorumluluklarını açıklar (Han vd., 2012). Profesyonel kodların o meslek altında çalışanları bağlayıcı bir özelliği vardır; ancak halkla ilişkilere baktığımızda, doktorluk ve avukatlık mesleklerinde olduğu gibi lisanlanma söz konusu olmadığı için halkla ilişkileri bütünleştiren bir kod bulunmamaktadır.

Bu bağlamda etik ikilemlere yanıt arayışlarında etik kodlar yararlı olsa da, genel anlamda mesleki etik kodların gerekliliğine yönelik olarak farklı görüşler de bulunmaktadır. Mesleki etik kodlar karşısındaki temel tartışma noktası, toplumda geçerli olan temel ahlaki rehberler dışında başka bir özel koda gereksinim olmadığı üzerinedir. Bu görüş herhangi bir meslek grubu üyelerinin toplumdaki diğer kişilerden daha özel ya da farklı olmadığı için olağandışı herhangi bir görev, sorumluluk ve hatta hakka sahip ol-

madıklarını öne sürmektedir (Parsons, 2016).

Parkinson (2001) ve Wright (1993) gibi halkla ilişkiler akademisyenleri kodlara başka bir açıdan eleştirir getirmektedir. Kodları desteklenen amaçlar açısından eksik ve yetersiz görmektedirler. Ayrıca halkla ilişkiler uygulamacıları çoğunlukla etik kodların iş yaşamlarında kendilerine yararlı olamayacak kadar genel kaldığını ya da yol göstericilik yapamayacak kadar olgunlaşmamış olduğunu belirtmektedirler. Mesleki kodlara karşı bir diğer nokta daha vardır. Bazı uygulayıcılar etik kararlar verebilmek için tek yapmalarının kodları harfi harfine yorumlayarak, uymaları gerektiğini düşünmektedirler. Oysa kodlar minimum standartlar dikkate alınarak hazırlanmıştır (Parsons, 2016). Halkla ilişkiler uzmanının hem topluma hem de müşterisi/işverene hizmet sorumluluğu vardır. Belirtildiği gibi, zaman zaman bu sorumlulukların çatıştığı durumlar söz konusudur ve olacaktır. Varolan kodlar bu ikilemleri çözmek için her yöntemi sunmasa da genelde kodların hepsi toplum yararına hizmeti müşteriye- işverene hizmetten daha öncelikli olarak sunmaktadır (Coombs ve Holladay, 2007).

Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetimi Küresel Birliği'nin etik konusunda kuruluşunda günümüze kadar çeşitli çalışmaları vardır. Kısaca bu uluslararası meslek örgütüne baktığımızda: 2002'de altı yıllık bir ön hazırlık sonrası resmi olarak kurulmuştur. 280.000'den fazla halkla ilişkiler profesyoneli ve akademisyeni temsil eden, ve dünyanın belli başlı meslek örgütü ve derneklerinin üye olduğu uluslararası şemsiye bir dernektir.

Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetimi Küresel Birliği dünya çapında bir etik kodun oluşturulmasının yararlarını görerek bu konuda çalışmalar yapmış öncü meslek kuruluşlarından biridir. 2003 yılında uluslararası bir konferansta paylaştıkları Küresel Etik Kod (Global Code of Ethics) kendisine üye ulusal ve diğer meslek örgütlerine kodlarını gözden geçirme ve revize etmeleri için bir ölçüt olarak sunulmuştur. Daha sonra 2018 yılında bu Kod yeniden gözden geçiril-

miştir (Global Principles of Ethical Practice in Public Relations and Communication Management).

Revize edilen 2018 GA Kod'u Birliğin web sitesinde yer almaktadır. Bu belgenin "Profesyonel Uygulama İlkeleri" halkla ilişkiler ve iletişim için önemli altı ana değeri açıklamaktadır. Ayrıca "Kişisel Sorumluluk" altında derneklerin ve dernek üyelerinin sorumlulukları belirtilmektedir. "Profesyonel Uygulama İlkeleri" *savunuculuk, açıklık, dürüstlük, bütünlük, uzmanlık ve sadakat* olarak sıralanmıştır. *Savunuculuk*, müşteri ya da işverene sorumluluk sahibi savunucular olarak hizmet etmeyi ve fikirler, gerçekler ve farklı görüşlerin duyulmasına imkan yaratarak bilinçli bir tartışma ortamı sağlamayı kapsamaktadır. *Açıklık* herhangi bir çıkar çatışması durumunda şeffaf davranmaktır. Yanıltıcı olmaksızın, fikir ve görüşlerin sponsorlarını açıklamayı içerir. *Dürüstlük* değeri en yüksek düzeyde doğruluk ve gerçekliğe bağlı kalarak işverenlerin ve müşterilerin çıkarlarını korumaktır. *Bütünlük* değeri her eylemin Kod'un ruhunu ve ilkelerini kapsayarak yapılmasının altını çizirken, bireysel, işveren- müşteri ve meslek itibarını korumayı önerir. Bu madde altında en yüksek ahlaki düzeyde iş yapma ve kodun ilkelerini ve ruhunu izleme yatar, *Uzmanlık* değeri iki ayrı sorumluluğu kapsar. Biri, üyelerin özel bilgi ve deneyimlerini artırarak müşteri/işveren güveni sağlamaya yöneliktir. Diğeri ise mesleği düzenli profesyonel gelişim, araştırma ve eğitimle ilerletmeyi ve geliştirmeyi içerir. *Sadakat* değeri üyelerin temsil ettiklerine bağlılıkları dışında toplum çıkarlarına hizmet etme ve ifade özgürlüğü hakkını destekleme yükümlülüğünü kapsar (Global principles and code of ethics for professional public relations and communications practitioners (GA code 2018).

GA tüm dünyada meslek liderleri ve meslek örgütlerinin etik kodlarını inceleyerek halkla ilişkiler ve iletişim yönetiminin özünde yer alması gereken 16 evrensel ilkeyi, "Rehber İlkeler" ve "Mesleki Uygulama İlkeleri" olarak ikiye ayırmaktadır. Rehber İlkeler: 1) Kamu yararı 2) Yasalara uymak, çeşitliliğe ve genelleğe saygı göstermek 3) İfade özgürlüğü 4) Top-



lanma özgürlüğü 5) Medya Özgürlüğü 6) Dürüstlük, gerçek ve gerçeklere dayalı iletişim 7) Bütünlük 8) Şeffaflık ve açıklık 9) Gizlilik. “Mesleki Uygulama İlkeleri“ 1) Sürekli öğrenme ve eğitime bağlılık 2) Çıkar çatışmalarından kaçınma 3) Mesleği koruma 4) Hedef kitlelerle saygı ve adalet içinde iletişim 5) Yapılabileceklerin ötesindeki sonuçların garantisini vermeyen uzmanlık anlayışı 6) Mesleği geliştiren davranışlar 7) Mesleki davranış (Declaration of Principles).

2018 GA Küresel ilkelerinin meslek örgütlerinin etik kodlarının yerine geçmeyeceği belirtilmiştir.

Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetimi Küresel Birliği'nin daha eski tarihli çalışmaları içinde “Stockholm Accords“ ve “Melbourne Mandate“ bulunmaktadır. 2010 yılında tamamladıkları “Stockholm Anlaşması” (Stockholm Accords) bir halkla ilişkiler uygulayıcısının sürdürülebilirlik, kurumsal yönetim, yönetim, iç ve dış iletişimde sorumluluklarını açıklayan bir rapordur (Global Alliance Stockholm Anlaşması, Haziran 2010) “Melbourne Talimatı ise (Melbourne Mandate) Stockholm'dan sonra Avustralya'da gerçekleştirdikleri Dünya Halkla İlişkiler Forumu'nda dünyanın çeşitli ülkelerinden gelen katılımcıların destekleriyle oluşturulan bir çalışmadır. “Melbourne Talimat”ı halkla ilişkiler ve iletişim profesyonellerinin üç rolü üzerinden hareket eder. Bu roller birbirleri ile ilişkili olup, başarı ile uygulandığında gerek hizmet verilen örgüte gerekse topluma katkı sağlayacağı belirtilir. Bir halkla ilişkiler ve iletişim uzmanı;

- 1) Örgütün karakterini ve değerlerini tanımlar
- 2) Dinleyen ve katılımı destekleyen bir kültür oluşturur
- 3) Toplumsal, örgütsel, profesyonel, ve bireysel düzeylerde sorumluluk aşılır.

Altı sayfalık “Melbourne Talimat”ı bu bir rol altında iletişim içinde bulunan örgütün bunu nasıl yapması gerektiğini açıklar ve bir halkla ilişkiler ve iletişim uzmanının bu rol altındaki sorumluluklarını özetler

(The Melbourne Mandate, November 2012).

Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetimi Küresel Birliği 2001 Şubat ayında kendisine üye meslek örgütü ve ulusal meslek örgütlerinden etik kodlarını talep etmiş ve bu kodlardaki ortak alanları saptamaya çalışmıştır. Çalışmanın ikinci aşaması (2002) etik kodların herhangi bir yaptırım olup olmadığı, gelen şikayetlerin sayısı, niteliği ve neler yapıldığı üzerinedir. Yapılan değerlendirmede meslek örgütlerine gelen şikayetlerin sayısının az olduğu ve ülkelerin yaptırım uygulamalarının kodlarının içine entegre edildiği belirtilmiştir. Bir çok ülkede meslek örgütlerine üyelik isteğe bağlı olduğu için kınama ya da ceza vermenin zor olduğu belirtilmiştir. Ancak az sayıda meslek örgütü verdikleri en yüksek cezanın söz konusu üyeyi dernekten çıkarmak olduğunu belirtmiştir (Benchmarking of codes of ethics In Public Relations- Phase 2, Şubat 2002).

Tablo 1, çalışmaya katılan ulusal ve uluslararası meslek örgütlerinin etik kodlarını karşılaştırmalı göstermektedir:

Örgüt	Değerler	Dürüstlük	Şeffaflık	Bağlılık	Davranış
CERP	+	+	+	+	
E s t o n - ya Halk- la İlişkiler Derneği	+	+	+	+	+
IPRA	+	+	+	+	+
İtalya Halk- la İlişkiler Derneği	+	+	+	+	+
Yeni Zelan- da Halkla İlişkiler En- stitüsü	+	+	+	+	+
Porto Riko H a l k l a İ l i ş k i l e r Derneği	+	+	+	+	+
A m e r i - ka Halk- la İlişkiler Derneği	+	+	+	+	
İsveç Halk- la İlişkiler Derneği	+	+	+	+	+
H a l k l a İlişkiler En- stitüsü	+	+	+	+	+
İ r l a n d a H a l k l a İlişkiler En- stitüsü	Söz konu- su değil	Söz konusu değil	+	+	+
Güney Af- rika Halk- la İlişkiler Derneği	+	+	+	+	+
İ s p a n y a İ l e t i Ő i m Yöneticileri Derneği	2002 için hazırlıyor				
S l o v e n - ya Halk- la İlişkiler Derneği	+	+	+	+	
K a n a - da Halk- la İlişkiler Derneği	+	+	+	+	+

Avustralya Halkla İlişkiler Derneği	+	+	+	+	+
Macaristan Halkla İlişkiler Derneği	+	+	+	+	+
Uganda Halkla İlişkiler Derneği	+	+	+	+	+

Birlik, ayrıca Arthur Page Topluluğu, Ajanslar Konseyi (Council of Firms), kendi birliği, İş İletişimcileri Derneği (IABC) Ulusal Yatırımcılar Derneği (NIRI) ve Amerika Halkla İlişkiler Derneği'ni (PRSA) dürüstlük, savunuculuk/uzmanlık, bağımsızlık, sadakat, bağlılık, tarafsızlık, özgür bilgi akışı, rekabet, bilginin açıklanması, gizlilik, çıkar çatışmaları, mesleği geliştirme, koda uyma zorunluluğu açılarından karşılaştırmıştır. Bu değerlendirme Küresel İletişim Birliği web sitesinde sunulmaktadır (Comparison of Selected PR Codes). Çalışma her bir meslek örgütünün o değere özgü açıklamaları ve o değeri uygulamak için yapılması gerekenleri özetlemektedir.

Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetimi Küresel Birliği, "Etik ve Davranış Kodları'nı meslek örgütlerinin zorunlu tutup tutmadığına yönelik çalışmasında ise çalışmaya katılan altı meslek örgütünün (Amerika Halkla İlişkiler Derneği, Avustralya Halkla İlişkiler Enstitüsü, Güney Afrika Halkla İlişkiler Derneği, İngiltere Halkla İlişkiler Derneği, İtalya Halkla İlişkiler Derneği ve Porto Riko Halkla İlişkiler Derneği);

- Kodu nasıl uyguladıkları (örneğin disiplin komitesi, etik ve profesyonel standartlar komitesi gibi komiteler aracılığıyla),
- Bu sürecin nasıl işlediği (örneğin, şikayetlerin nasıl ulaştığı, değerlendirildiği gibi),
- Şikayetlerin türleri ve gelen şikayet sayıları, çalışmaya katılan meslek örgütleri yetkililerinin yorumlarıyla sunulmaktadır.

Genel bir değerlendirme yaptığımızda, bu süre-

cin içinde bir komitenin yer aldığını görmekteyiz. Ancak komite üyelerinin sorumlulukları, seçilme biçimleri, hizmet süreleri ve işleyişleri arasında farklılıklar bulunmaktadır. Çalışmada yer alan her dernekler, şikayetlerin türleri ve özellikle sayılarının az olduğunu bildirmektedir. Şikayetlerin türlerine baktığımızda Amerika Halkla İlişkiler Derneği, iş yapma biçimi ve bireysel ahlak konuları ek-sindeki şikayetleri belirtmiştir. Avustralya Halkla İlişkiler Enstitüsü bunu; çalışanlara haksız davranış, diğer üyelere adil olmayan davranış ve mesleği ve derneği itibarsız hale getirecek şikayetler olarak özetlemektedir. Güney Afrika Halkla İlişkiler Derneği kendilerine gelen tek şikayetin üyenin profesyonel davranışı üzerine olduğunu söylemektedir. İngiltere Halkla İlişkiler Derneği'ne gelen şikayet türleri ise daha çeşitlidir. Bunlar: Çalışanlar, işverenler ve tedarikçiler arasındaki sözleşmeler, e-postalarda iftira sayılacak suçlamalar, uygun olmayan konunun desteklenmesi, kayırma, iletişim bağlantılarının kötü kullanılması ve advertoryellerle ilgili şikayetler söz konusudur. İtalya Halkla İlişkiler Derneği ise hem profesyonel, hem iş bağlamında rekabet şikayetlerini değerlendirmiştir (Benchmarking of codes of ethics In Public Relations- Phase 2, Şubat 2002).

Birliğin etik konusundaki en eski çalışmalarından en günceline geldiğimizde Şubat 2020 Etik ayı çalışmalarını görürüz (Ethics Month February 2020). Bu bağlamda birlik Şubat ayını etik ayı olarak tanımlayarak kendisine üye meslek örgütlerine etik temalı

projeler yapma konusunda öncülük yapmıştır. Ulusal meslek örgütleri etik ayı içinde yapacaklarını planlayarak birliğe bilgi akışında bulunmuşlardır.

## SONUÇ

Halkla ilişkiler ve etik konusunun akademik ve profesyonel iletişim dünyasının gündemine girmesi mesleğin itibarına yönelik çalışmanın bir parçası olarak da görülmelidir. Profesyonellik standartlarının ve etik kodların varlığı halkla ilişkilerin uğraş değil, meslek olarak tanımlanmasına yardımcı olacaktır. Ancak artık bu kodların sadece ders kitaplarında ve meslek örgütlerinin websitelerinde gözükmemesinin ötesinde bu konuda adımlar atılmasına gerek vardır. Etik kodların ve profesyonellik standartlarının halkla ilişkiler sektörü ve akademik dünyanın gündemine girebilmesi için yapılacak çalışmalarda halkla ilişkiler meslek örgütlerine önemli bir görev düşmektedir. Görüldüğü gibi gerek uluslararası gerekse ulusal meslek örgütlerinin hepsinin etik çalışmaları bulunmaktadır. Bu çalışmaların değişen koşullarla revize edildiğini, halkla ilişkiler ve iletişim dünyasındaki gelişmelere paralel uyarlandığı görülmektedir. Meslek örgütlerinin bu ilkeleri oluştururken birbirlerini izlediğini, takip ettiğini; gerek ortak çalışmalarından, gerekse etik kodlardaki benzerliklerden anlamaktayız. Aralarında farklılıklar olsa da bunların en az düzeyde olduğunu söylememiz yanlış olmaz. Günümüzde bir halkla ilişkiler küresel etiğinden bahsetmek mümkün olsa da, bu noktaya getirilen çalışmaların daha yaygınlaştırılması ve içselleştirilmesi gerekmektedir. Etik kodlar ve profesyonellik standartlarına yönelik çalışmalar sistemli bir biçimde akademisyenler, sektör çalışanları ve iletişim öğrencilerinin gündemini oluşturmalıdır. Halkla ilişkiler etiği konusu sadece bu ünvanı taşıyan ya da bunun eğitimini alan öğrencileri değil, bu disiplinin ilişki içinde olduğu diğer disiplinleri ve paydaşları da ilgilendirmektedir. Duyarlılık tüm paydaşlar tarafından hissedilmelidir. Bu nedenle halkla ilişkilerin gerçek anlamda neyi içerdiği ve

taşıması gereken etik anlayışı, profesyonellik standartları halkla ilişkiler sektörü dışındaki paydaşlarla da uygun yöntemlerle paylaşılmalıdır. Halkla ilişkilerin diğer alanlarında akademik çalışmalarıyla öncülük eden akademisyenler ve uzmanlıklarını yaşama geçirdikleri projelerle kanıtlayan halkla ilişkiler ve iletişim profesyonellerinden halkla ilişkiler ve etik alanında da liderlik- fazlaca sayıda liderlik- beklenmelidir. Ülkemiz meslek örgütü Türkiye Halkla İlişkiler Derneği'nin (TÜHİD) 2020 yılında yeniden Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetimi Küresel Birliği'ne üye olması sadece etik alanında değil GA'nın yapacağı diğer çalışmalara da katkı sağlayacağı konusunda umut vermektedir.

## KAYNAKÇA

- Bowen, S. (2007 Ekim 30). Ethics and public relations. <https://instituteforpr.org/ethics-and-public-relations/> 10.10.2019
- Coombs, W.T. & Holladay, S. J. (2007). It is not just PR. MA: Blackwell Publishing.
- Benchmarking of codes of ethics In Public Relations- Phase 2, (Şubat 2002) <https://static1.squarespace.com/static/561d0274e4b0601b7c814ca9/t/56c20345c2ea510748cb2768/1455555401036/ethics-Benchmarking.pdf> 20.03.2020
- Comparison of Selected PR Codes  
[https://static1.squarespace.com/static/561d0274e4b0601b7c814ca9/t/56c20323c2ea510748cb2503/1455555363749/ethics\\_codes\\_comparison.pdf](https://static1.squarespace.com/static/561d0274e4b0601b7c814ca9/t/56c20323c2ea510748cb2503/1455555363749/ethics_codes_comparison.pdf)  
24.03.2020
- Declaration of Principles Global Principles of Ethical Practice in Public Relations and Communication Management <https://www.globalalliancepr.org/code-of-ethics> 24.03.2020
- Edward L. Bernays, approached in 1929 to attract a new audience to tobacco, orchestrates a “Torches of Freedom“ march from coast to coast. <https://www.prmuseum.org/video-and-audio> the Museum of Public Relations
- Ethics Month (February 2020) <https://www.globalalliancepr.org/global-alliance-ethics-month> 24.03.2020
- Fitzpatrick, K. & Bronstein, C. (2006). ‘Baselines for ethical advocacy in the market place of ideas.’ ss. 1-19. ‘Ethics in public relations: responsible advocacy (ed. K. Fitzpatrick & C. Bronstein). Thousand Oaks, California: Sage.
- Fitzpatrick, K., & Gauthier, C. (2001). Toward a Professional Responsibility Theory of Public Relations Ethics. *Journal of Mass Media Ethics*, 16(2), 193–212. doi: 10.1207/s15327728jmme1602&3\_8
- GA Code 2018. Global principles and code of ethics for professional public relations and communications practitioners  
<https://static1.squarespace.com/static/561d0274e4b0601b7c814ca9/t/5b7bfb00575d1f429a239b6e/1534851841972/2018-GA-new-code-of-ethics.pdf>  
19.11.2019
- Global Alliance Stockholm Anlaşması (Haziran 2010)  
[http://www.tuhid.org/pdf/stockholm-anlasmasi\\_1381390030.pdf](http://www.tuhid.org/pdf/stockholm-anlasmasi_1381390030.pdf) 24.03.2020

- Global principles and code of ethics for professional public relations and communications practitioners (GA code 2018) <https://static1.squarespace.com/static/561d0274e4b0601b7c814ca9/t/5b7bfb00575d1f429a239b6e/1534851841972/2018-GA-new-code-of-ethics.pdf> 24.03.2020
- Global principles of ethical practice in public relations and communication Management) <https://www.globalalliancepr.org/code-of-ethics> 20.03.2020.
- Görpe, S. (2013). ‘Bir Meslek olarak halkla ilişkilerin değerlendirilmesi ve halkla ilişkilerde profesyonellik anlayışı: meslek örgütlerinin mesleğe ve profesyonelliğe katkısı’ ss. 283-334. Halkla İlişkilerin Kazancı Geçmiş Eğilimler, Yeni Yönelimler (ed. Dr. Pınar Özdemir ve Dr.Melike Aktaş Yamanoglu). Ankara: De Ki Basım.
- Görpe, Serra (ed. 2005) Excellence in public relations and communication management, ed. J.E. Grunig, 2002 Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Halkla ilişkiler ve iletişim yönetimde mükemmellik. İstanbul: Rota Yayınları.
- Guth, D. W & Marsh, C. (2012) Public Relations values- driven approach Upper Saddle River: Pearson.
- Han, J. Y., Park, H. S., & Jeong, H. (2012). Individual and organizational antecedents of professional ethics of public relations practitioners in Korea. *Journal of Business Ethics*, 116(3), 553–566. doi: 10.1007/s10551-012-1480-6
- İlhan, A.C. (2013) “Bu meslekte kolay ve hızlı başarılar yok”[www.tribeca.com.tr/ali-cem-ilhan-bu-meslekte-kolay-ve-hizli-basari-lar-yok/](http://www.tribeca.com.tr/ali-cem-ilhan-bu-meslekte-kolay-ve-hizli-basari-lar-yok/) 14.11.2019
- Kruckeberg, D. (1996). A global perspective on public relations ethics: The Middle East. *Public Relations Review*, 22(2), 181–189. doi: 10.1016/s0363-8111(96)90006-5
- Newsom, D., Turk, J. V. S., & Kruckeberg, D. (2013). *This is PR: the realities of public relations*. Belmont, CA: Wadsworth Cengage Learning.
- Parkinson, M. (Güz 2001) The PRSA code of professional standards and member code of ethics: Why they are neither professional nor ethical *Public Relations Quarterly*; 46 (3) 27-31.
- Parsons, P. (2004). *Ethics in public relations: a guide to best practice*. London, United Kingdom: Kogan Page Limited.

- Smith, R. D. (2017). Strategic planning for public relations. New York, NY: Routledge.
- Summary Report: Commission on Public Relations Education's (CPRE) Industry-Educator Summit on Public Relations Education (2015, Temmuz 13)  
<http://www.commissionpred.org/2015/07/summary-report-commission-on-public-relations-educations-cpre-industry-educator-summit-on-public-relations-education/19.10.2019>
- The Melbourne Mandate: A call to action for new areas of value in public relations and communication management World Public Relations Forum (Kasım, 2012) <https://static1.squarespace.com/static/561d0274e4b0601b7814ca9/t/5e1dc148210a4e03880d811b/1579008334310/Melbourne-Mandate-Text-final.pdf> 22.03.2020
- The Page Principles <https://page.org/site/the-page-principles> 18.12.2019
- The Professional Bond (Kasım 2006) Executive Summary: The Report on the Commission of Public Relations Education, 2006  
[http://www.commpred.org/\\_uploads/report2-executiveSummary.pdf](http://www.commpred.org/_uploads/report2-executiveSummary.pdf)  
 19.10.2019.
- Who we are <https://www.globalalliancepr.org/who-we-are> 18. 03.2020
- Wilcox, D. L., Cameron, G. T., & Reber, B. H. (2016). Public relations: strategies and tactics. Boston: Pearson.
- Wilson, L. J., & Ogden, J. D. (2008). Strategic communications planning: for effective public relations and marketing. Dubuque (USA): Kendall-Hunt.
- Wright, D. (Spring 1993) Enforcement dilemma: Voluntary nature of public relations codes Public Relations Review 19 (1) 13-20.

# MEDYANIN REFERANDUM SÜRECİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ: 16 NİSAN 2017 REFERANDUMU VE YAZILI BASIN İLİŞKİSİ

Alev OFLUOĞLU

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi  
Mütevelli Heyeti Başkan Yardımcısı  
alev.ofluoglu@yeniyuzyil.edu.tr

## ÖZ

Bu çalışmada Türkiye’de medya ve siyaset ilişkisi bağlamında yazılı basın, 16 Nisan 2017 Anayasa Değişikliği Referandumu sürecinde izlediği yaklaşımın ortaya konması amaçlanmıştır. Çalışmada öncelikli olarak, medyanın siyaset ile olan ilişkisi ele alınmış, farklı ülkelerde bu konuda geliştirilen kuramlara değinilmiştir. Alan çalışmasına temel teşkil etmek amacıyla iki konuda açıklama yapılmıştır. İlk olarak, siyasal kampanyalarda medyanın ve özellikle yazılı basının siyasal haberleri ve kampanyaları ele alışıyla ilgili kuramlara ve yaklaşımlara yer verilmiş; tutum ve davranışları incelenmiştir. İkincil olarak ise referandumla ilgili tanım, tür ve uygulamalar incelenmiştir.

Alan araştırması kapsamında ise 16 Nisan 2017 Anayasa değişikliğiyle ilgili referandum kampanyasında yer alan siyasal kampanya haberlerinin Hürriyet, Sabah ve Sözcü gazetelerinin ilk sayfalarında yer alışıyla ilgili fiziksel ve içerik/mesaj çözümlenmeleri yapılmış ve çıkan veriler sonuçlar SPSS programıyla analiz edilmiştir.

Alan araştırması sonucunda Hürriyet, Sözcü ve Sabah gazetelerinin birinci sayfasında yer almış olan Anayasa değişikliği haberlerinin fiziksel ve mesaj çözümlenmesinde, referandum ile ilgili haber ve görsellerin verilmesinde tarafsız davranılmadığı; gazetelerin ideolojik, siyasal ya da farklı yakınlıklarının, haberlerin verilmesinde belirleyici olduğu sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Medya, Siyaset, Siyasal kampanyalar, Referandum, 2017 Anayasa Değişikliği.





# **THE ROLE OF THE MEDIA IN THE REFERENDUM PROCESS: THE RELATIONSHIP BETWEEN 16 APRIL 2017 REFERENDUM AND NEWS PAPERS**

## **ABSTRACT**

In this study, in the context of media and politics in Turkey, is aimed to set out the approach followed by the printed press in the process April 16, 2017 Constitutional Amendment Referendum. In this study, firstly, the information that will form the basis of the relationship between media and politics were explained. In this context, The relationships between media and politics in its historical development. In this study, two issues were explained before starting the field study. Firstly, the theories and approaches related to the handling of political news and campaigns of the media and especially the printed media were included in the political campaigns; attitudes and behaviors were examined. Secondly, the definitions, types and practices related to the referendum were examined.

As the field research, the physical and content / message analysis of the news coverage of the tree national newspapers on the April 16, 2017 constitutional amendment were carried out. In this context, the first page news of Hürriyet, Sözcü and Sabah were examined through the questionnaire and the results were analyzed with SPSS program.

The findings of the physical and message analyses of the news on the first pages of Hürriyet, Sözcü and Sabah newspapers about the constitutional change showed that there was no objectivity in providing the relevant news and visual material; on the contrary the ideological, political or different affinity of the newspapers were the determinant in this context.

**Keywords:** Media; Politics; Referendum; Content Analysis; Constitutional Amendment.

## GİRİŞ

Medyanın seçim kampanyaları esnasında, siyasal partilere yer verme biçimlerinin ve sıklıklarının medyanın tarafsızlık ve dengelilik ilkesi ile doğrudan ilişkili olduğu ve etik tartışmalarına yol açtığı bilinmektedir. Çoğulcu-liberal demokrasilerde medyanın siyasal oluşumlar bağlamındaki konumunu ve misyonunu anlamak önemlidir.-

Seçim kampanyalarında medyadan beklenen, seçime dahil olan her siyasi partiyi “nesnel”, “tarafsız” ve “eşit” bir biçimde, belirlenmiş kısıtlı zaman içerisinde temsil etmesi; siyasi partilerin kampanya süresince tanıtılması, buldukları vaatlerin aktarılması ve bu bağlamda oy kullanacak seçmenlerin kendileri için doğru olanı bulmalarına yardımcı olunması medyadan beklenendir (İnal, 2010).

Gazeteler, dergi gibi yazılı basının, radyo televizyon gibi elektronik basının ve son yılların en popüler siyasal iletişim aracı haline gelen sosyal medyanın adaylar, siyasal partiler ve ülke sorunları hakkında siyasal bilgilenmede yararlanılan ana siyasal bilgi

kaynaklarıdır. Dünyada olduğu gibi, Türkiye’de oy kullanma yaşına gelen ve oy verme hakkını kazanan seçmenler için de yazılı basın içerisinde özellikle gazetelerde yayınlanan haber ve yorumların önemli olduğu ve seçmenlerin siyasi kararlarını etkilediği bilinmektedir. Bu bağlamda genel olarak Türkiye’de gazete baskı sayılarının (tirajlarının) giderek düştüğü gözlemleniyorsa da gazetelerin yine de önemli bir siyasal kampanya aracı olduğunu belirtmek ve medyayı genel hatlarıyla siyasal mekanizmaları kamu adına gözetleyen ve çıktıkları kamuya aktaran bir yapı olarak tanımlamak olasıdır. Medya, kamu adına “gözetim işlevi” görmektedir. Bu gözetimin ve kamuya çıktılarının aktarılmasında medyanın tarafsızlığı etik bağlamda değerlendirilmelidir (Gölcü, 2009).

Bu çalışmada da, genelde medyanın, özelde ise yazılı basının 16 Nisan 2017 tarihli referandum sürecinde, referanduma ilişkin kampanya sırasında siyasal parti konuşmalarının (bildiri, miting vb.) gazetelere nasıl yansıtıldığı; yer verildiğiyle ilgili çözümlenmeler yapılarak, yazılı basının Türkiye’de devlet sisteminin

değişimine yol açacak olan Anayasa değişikliğiyle ilgili nasıl bir tutum sergiledikleri araştırılmıştır. Konu önemlidir; çünkü daha sonra ayrıntıları verilecek olan Anayasa değişikliğinin kamuoyunda nasıl bilgilendirildiği, referandum lehinde ve aleyhinde olan siyasal görüşleri aktarmada tarafsız olup olmadıkları; tarafsız gazetecilik ilkelerine ne denli uydukları ya da gazetecilik mesleğine yani basının kamuoyunu bilgilendirme, bilinçlendirme konusunda tarafsızlık ilkelerine uyup uymadıkları saptanmaya çalışılmıştır.

16 Nisan 2017 tarihinde yapılan ve Türkiye için bir rejim değişikliği niteliğinde olan Anayasa Değişikliği ile ilgili bilgiler, Referandum süresince, görsel, işitsel ve yazılı basın gibi klasik kitle iletişim kanalları yanında, sosyal medya ve diğer birçok iletişim kanalları yoluyla kamuoyuyla paylaşılmıştır. Kamuoyunun yakından izlediği bu süreçte, yazılı basının toplum üzerinde yönlendirici bir etkisinin bulunup bulunmadığı hususu, gazetelerin yer verdiği haberlerin yanlı ya da tarafsız verilip verilmediğiyle ölçülmeye çalışılmıştır.

Alanla ilgili görgül çalışmada, referandumla ilgili kampanya süresince, farklı siyasal politikalar izleyen ulusal nitelikteki 3 gazete alınarak Referandumla ilgili haberlerin başlıkları ve içerikleri çözümlenmiştir.

## 1. MEDYA VE SİYASET İLİŞKİSİ

Kitle iletişim araçları / medya hızlı, karmaşık ve girift bir yapıda, toplumsal çıktılar doğrultusunda kültür sistemlerini etkilemektedirler. Tarihsel gelişim içerisinde kitle iletişim araçlarına farklı işlevler yüklenmiş; değişen ülke koşullarına, kültür politikalarına, yönetim biçimlerine göre bu işlevler farklı olmuş ve ülkeden ülkeye de farklılık göstermiştir. Bu işlevlerle ilgili olarak tarihsel gelişim içerisinde pek çok kurum ve model geliştirilmiştir. Ancak bu farklılıklara rağmen kitle iletişim araçlarının en önemli işlevlerinin, verdikleri mesajlarla toplumları aydınlatmaları, bilinçlendirmeleri konusunda

neredeyse tam bir görüş birliği içerisinde olduklarıdır.

Siyaset ve medya günümüzde ayrılmaz ikili durumundadır. Siyasilerin politikalarını, bu politikalara yönelik faaliyetlerini anlatmak, kendilerini topluma daha iyi tanıtmak için etkili iletişim kanallarına ihtiyaçları vardır. Toplumların giderek sayıca yüzbinlere, milyonlara ulaşması, yüz yüze iletişim kanallarının partilerin politikalarını, adayların tanıtılması gibi faaliyetlere yetmeyeceği açıktır. Bu bakımdan siyasiler topluma kendilerini anlatmak için, toplumun hemen hemen tümüne seslenebilen, onları etkileyecek kitlesel iletişim araçlarını kullanmak durumundadırlar. Bir diğer deyişle siyasal partilerin toplumla olan “siyasal iletişimlerini” etkili olarak yürütecek, seçmenin oyunun kazandıracak türde bir iletişim olgu ve sürecini işletecek mecraları kullanmaları kaçınılmazdır. Bunların içerisinde en etkili olanı da kitlesel iletişim araçları yani “medya”dır.

### 1.1. SİYASAL İKTİDAR-MEDYA İLİŞKİSİNE KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

Siyasal iktidar ve basın ilişkisi, güncel literatürde pek çok farklı kuram üzerinden açıklanmaktadır. Bu kuramlardan “Gündem Belirleme Kuramı”, “İletişimsel Eylem Kuramı”, “Eleştirel İletişim Kuramı”, “Çerçeveleme Kuramı”, “Bağımlılık Kuramı”, “Suskunluk Sarmalı” ve “Yetiştirme Kuramı” bu başlık altında değerlendirilmiştir (Özçetin, 2018). Bu kuramları kısaca gözden geçirelim:

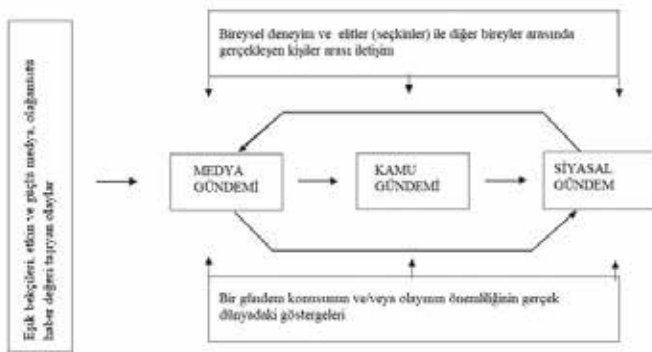
#### • *Gündem Belirleme Kuramı:*

Gündem belirleme kuramı, medyanın gündeme getirdiği konuları sunuş biçimi ile halkın konuşma ve düşüncelerini belirlediğini öne sürmektedir. Bu şekilde oluşan halkın gündemi, siyasal gündemi de etkilemektedir (Yüksel, 2001: 23).

Kitle iletişim araçlarının toplumun dikkatini önceden belirlenmiş bir konu veya soruna dikkat çekiyor gibi gözükmesi, kitle iletişim araçlarının

“gündem oluşturma” (Agenda Setting) işlevi olarak adlandırılmaktadır. Bu işlev, toplum üzerinde etkin olabilecek yöntemlerden birisidir. Gündem oluşturma işlevi, medyanın haberleri sunuş biçimiyle, toplumun içinde bulunduğu tartışma ortamlarına hakim olan konuları belirlemede etkin rol oynadığı düşüncesinde dayandırılmaktadır. Gündem oluşturma, bir hipotez olarak kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkilerinin önemli olarak kabul edilmeye başlandığı 1970’li yıllarda dikkate değer bulunmaya başlamıştır (Turan & Esenoğlu, 2006).

Dearing ve Rogers’a göre (1996) üç tip gündem mevcuttur. Söz konusu gündemlerden ilki haber gündemidir. Kitle iletişim araçları içerisinde hangi konuların önemli addedildiği haber gündeminin önemini oluşturmaktadır. İkinci gündem ise kamu gündemidir. Kamu gündemi, haber gündemindeki önceliklerin topluma yansımalarından meydana gelmektedir. Üçüncü gündem ise siyasi gündemdir. Siyasi gündem kamuoyunda önemli konuların siyasetin gündemine nasıl yansıdığı ile ilgilidir. Siyasi karar alım süreçleri ve yürütme gücünün gündemine etkisi, öncelikli inceleme konuları arasında sayılmaktadır. Bahsi geçen 3 gündem ve birbirleri ile olan ilişkileri Şekil 1’de görülmektedir (Dearing & Rogers, 1996; Yaşın, 2006):



Şekil 1: Gündem Belirleme Sürecinin Üç Ana Unsuru

### • İletişimsel Eylem Kuramı:

Jürgen Habermas tarafından geliştirilen İletişimsel

Eylem Kuramında “İdeal konuşma durumu” olarak ifade ettiği iletişim, söz ile sınırlı olmayan, ancak anlarla şekillenen bir eylem tipidir. Habermas iki sorunun yanıtını aramaktadır. İlki “...Özgürleşme ve disiplin arasındaki ayrılıklar nasıl ifade edilecek?”, diğeri ise “bireysel özgürlük sınırlarının öbür yakası olarak belirlenen uzlaşma nasıl sağlanacaktır?...” şeklindedir (Yılmaz, 2012: 251).

Dellaloğlu, bu konuda şöyle söylemektedir:

“...İletişimsel eylem kuramı, Habermas düşüncesinde özgürleşimci ve eleştirel bir çalışmanın, Bilgi ve İlgili-Çıkar’daki bilgi kuramsal eksenden, iletişim ve öznel arası bir sosyal eylemin güdüleminde kurulan bir epistemolojiye yöneldiği çalışmadır...” (Dellaloğlu, 1998: 190).

### • Eleştirel İletişim Kuramı:

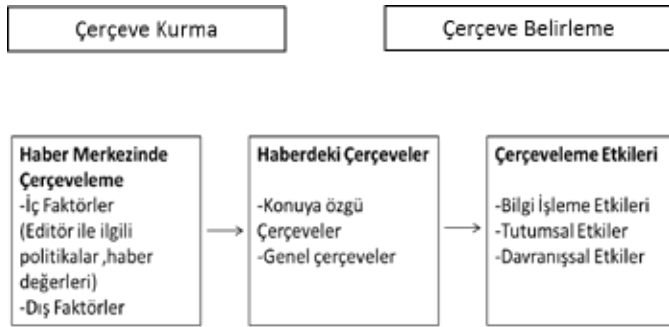
Eleştirel Eylem Kuramı, “Frankfurt Okulu” adıyla anılan Okul’un çalışmaları sonucu ortaya çıkarılan bir kuramdır.<sup>1</sup> Frankfurt Okulu’nda, kitle iletişim araçlarının toplumlar üzerindeki etkisi bir şırınganın kullanılmasına benzetilmektedir. Birbirinden bağımsız olarak pek çok kitle iletişim aracı kullanıcısı her gün önceden belirlenmiş, planlı mesajlar almaktadır. Söz konusu mesajlar bireylerin pozitif ya da negatif farklı tepkiler vermesine yol açabilmektedir (Turan ve Esenoğlu, 2006).

### • Çerçeveleme Kuramı:

Medya ile ilgili araştırmalarda haber çerçeveleme kuramının önemi giderek artmakta buna karşın pratikte önemli tutarsızlıklarda göze çarpmaktadır. Medyanın kamuoyunu etkileyebileceği en etkin yollardan biri sayılabilecek olan çerçeveleme, aynı zamanda medya-kamuoyu arasındaki iletişim konusundaki araştırmalara da ışık tutmaktadır (Vreese, 2005). Entman (1993) çerçevelerin iletişim, iletici, metin, alıcı ve kültür gibi unsurlardan oluşan dinamik bir süreç olduğunun altını çizmektedir. Bu

1 Frankfurt Okulu ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Entman, 1993, Krogh, 1999.

etmenler, “Çerçeve Kurma”, “Çerçeve Belirleme” farklı bireysel ve toplumsal sonuçlardan oluşan çerçeveleme sürecinin ana unsurlarıdır. Vreese’nin (2005) geliştirdiği Çerçeveleme Kuramı şekilsel olarak şöyledir:



Şekil 2: Çerçeveleme Kuramının Ana Unsurları

### • Medya Bağımlılığı Kuramı

Medya Bağımlılığı Kuramı “ekolojik”tir. Kuram toplumu, organik bir yapı olarak görmektedir. Kuramın temel amacı kitle iletişiminin hangi nedenlerle bazen güçlü ve doğrudan bazen de zayıf ve detaylı etkilerle sahip olduğunu açıklamaktır (Işık, 2007). Bu model, medya ve toplumsal sistem ve izleyici üçlemesinden izleyici etkilerinin toplumsal sistem ve mevcut kurumlar üzerinde etkili olabileceğini önermektedir.<sup>2</sup> Kitle iletişim araçlarının sosyal yaşamda yer almasıyla bağımlılığın olabileceği, ancak sosyal yaşamdan uzaklaştıkça bağımlılığın olmadığı görülmektedir (Severin ve Tankard, 1994, s. 463).

### • Suskunluk Sarmalı Kuramı:

Alman Sosyolog Elisabeth Noelle Neumann tarafından bir bakıma gündem yaratma modeline zıt bir teori olarak ortaya konulmuştur. Hakim görüşün zıddı bir fikre sahip olan bireyler toplumdan

dışlanmamak adına görüşlerini gizlemekte ve uygun bir ortam buluncaya dek suskunluklarını devam ettirmektedirler. Toplumdan dışlanma korkusu süreci tetikleyen en önemli güçtür (Yumlu, 1994, s. 102 Yaylagül, 2008, s. 70).

### • Yetiştirme Kuramı:

“*Kültürel Göstergeler Projesi*” (Cultural Indicators Project) adıyla da anılan kuram, ABD’de George Gerbner ve arkadaşları tarafından 1970’lerin başında ortaya konulmuştur. Kuram, kitle iletişiminin tek “İnsanlaştırma” aracı olduğunu ve bunu göstergeler ve temsiller bağlamında sağlandığını anlatmaktadır.<sup>3</sup>

Görüleceği üzere, kitle iletişim araçlarının / medyanın özellikle yazılı ve elektronik medyanın siyasal aktörlerle ilişkilerinde, işlevleriyle ilgili farklı zaman dilimlerinde farklı kuramlar, farklı yaklaşımlar benimsenmiştir. Bu durumun en önemli nedeni olarak medyanın çeşitlenmesi, yıllara bağlı olarak iletişim teknolojisinin çok hızlı nitelik ve nicelik olarak değişmesi, toplumun her kesimine seslenme olanağının artması ve ülkelerin içerisinde bulunduğu siyasal, yönetsel, ekonomik ve hatta coğrafik koşulların farklılığı olmasıdır.

Tüm yukarıda verilen yaklaşımların ortak yanı hiç kuşku yok ki, medyanın toplumu, kamuoyunu yönlendirici özelliklerini kabullenilerek siyasal aktörlerin ve özellikle siyasal partilerin (iktidar/ muhalefet) medyayı kendi yararlarına kullanmalarının temel alınmasıdır.

### 1.2. Medyanın Kamuoyu Oluşturma İşlevi

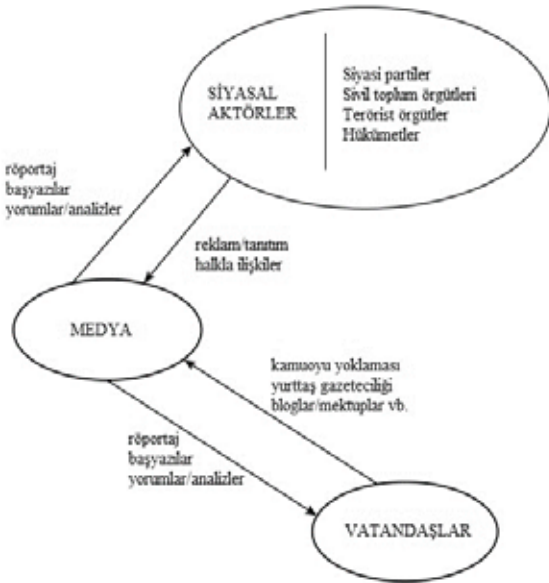
Siyaset bilimci İngiliz McNair siyasal iletişimi, kitle iletişim araçlarına indirgeyerek ; “...siyasal örgütler, kitle iletişim araçları ve vatandaşlar arasındaki bir ilişki...” olarak değerlendirmekte ve sürece siyasal örgütlerin vatandaşlarla olan ilişkisinde kitle iletişimi ve çıktılarının aracılık etmesine vurgu yapar (bkz. Şekil 3) (McNair, 2005, s. 6). McNair, genelde

2 Medya Bağımlılık Kuramı Ball-Rokeach ve De Fleur (1976-1982) tarafından yayınlanmıştır.

3 Gerbner, kitle iletişim araçlarından özellikle televizyonun etkilerini incelemiştir (Gerbner, 1967’den akt. Ercan ve Demir, 2015).

“Siyasal Aktörler” olarak gördüğü başta siyasi partiler olmak üzere, hükümetler, sivil toplum örgütleri, yerel yönetimler, terörist grupları gibi örgütlenmeleri siyasal iletişim olgu ve süresince alıcı, verici ve kanal olarak tanımlamış ve siyasal iletişimde kullanılan yöntem ve tekniklerde yalnızca kitlesel iletişim araçlarından kayda değer gördüğü yazılı ve sözlü basını ele almıştır.

Mc Nair'e göre demokratik ülkelerde medya, toplumlara seslenen araçlar topluluğu olarak Siyasal aktörler ile toplum arasında araçsal konumdadır. Daha açık deyişle medya siyasal aktörlerin verdiği mesajları çeşitli yollarla (basın bildirimleri, toplantı haberleri, röportaj gibi) alır, kendine göre yazar, yorumlar, yayımlar; toplum /vatandaş bu gelen mesajlara çeşitli yöntem ve tekniklerle tepki verir (geribeslem/feedback). Toplumdan gelen bu geribeslem, yine uygun biçimlerde medya tarafından siyasal aktörlere yayımlar yolu ile aktarılmaya çalışılır:



Şekil 3: Mc Nair'in Medyanın Siyasal Aktörlerle Toplum arasındaki İşlevleri ve Süreci

Medya üzerinden mesajlarını halka ileten siyasetçilerin medya ile kurdukları ilişkinin niteliği demokratik ülkelerde son derece önemlidir. Halkın güvenini kazanmak ve halkı kendi gerçekleri doğrultusunda bilgilendirmek amacı taşıyan siyasetçilerin basına bağımlı olması, basınla hassas dengeler üzerine

inşa edilen bir ilişki yaşamasını gerekli kılmaktadır. Demokratik rejimlerde özellikle baskı yerine ikna etmeyi ön plana alan bir ilişkinin tesis edilmesi büyük önem taşımaktadır. Gerçekten de gerek kendi iç işleyişinde, gerek yurttaşlarla ilişkilerinde iletişimde aksama, tıkanma ya da gecikme olması iktidarın ortak çabayı yönetme/yönlendirme yeteneğini sınırlar (Eyüboğlu, 1999: 44).

## 2. GÜNÜMÜZ TÜRKİYE'SİNDE İKTİDAR-BASIN İLİŞKİLERİ

Günümüz Türkiye'sinde geniş anlamıyla medyanın siyasal iktidar ile alan ilişkileri incelenecek olursa, medya araçlarının (teknolojinin de dayatmasıyla) hızla el değiştirmesi, gazete medya ve televizyon sahipliğinin giderek işin uzmanı olan medya sahipleri tarafından değil de farklı alanlarda faaliyette bulunan işverenler tarafından yapılmaya başlanması, bu kişilerin iktidarla olan ilişkilerinde sahibi olduğu medyayı siyasal iktidarlara ilişkilerinde kullanmaya yöneltmiştir. Bu durumun meydana getirdiği olumsuzluklardan biri de basını bir silah gibi kullanan sermaye gruplarının gazeteciyi 'tüccar', izleyici / okuyucuyu ise 'müşteri' gibi görmeleridir. Çünkü medya sektöründeki basın dışı sermaye sahibi yeni patron profili, medya organlarını bir fikir yayma, eş deyişle haber verme aracı olarak değil de, kar elde edebilecekleri ticari bir meta olarak görmektedirler. Bu da siyasilere ve iktidar sahiplerine yakın olmalarını ve onların lehine yanlı haber yapmalarının nedenlerinden birini oluşturmaktadır (Gezgin, 2008: 21; Şimşek, 2009).

Medya ile siyaset arasındaki ilişki en genel ifadeyle karşılıklıdır. Fakat kuşatıcı çerçeveyi oluşturan basından ziyade siyasettir. Bundan dolayı, bir ülkede nasıl bir siyasal rejim varsa, öylesine bir basın rejimi vardır. Çünkü hiçbir basın rejimi, asla hâkim siyasi sistemden bağımsız hareket edemez (Arabacı, 2004: 109). Bu nedenle dünyanın hemen her yerinde medya organları, ister siyasetçiler isterse diğer sermayedarlar

için olsun büyük bir güç olarak kabul edilmektedir. Bazı ülkelerde hükümetler kuran, hükümetler yıkan, ekonomik kararlara hükümetmiş gibi karar veren, istediğini başa getiren, istemediği siyasal iktidarları devirmeye çalışan bir yapısal özellik göstermeye başlamıştır.

### 3. SİYASAL KAMPANYALARDA MEDYANIN YERİ VE ÖNEMİ

Araştırma konumuz olan referandum ile ilgili kampanyalarda basının yer verdiği konulardaki istatistiki bilgilere geçmeden önce farklı siyasal kampanya örneklerine kısaca değinmekte yarar vardır. Siyasal kampanya, siyasal aktörlerin siyaset yapmak için halkı ve halkın vereceği kararları hedefleyerek yapmış oldukları kampanyalardır. Siyasal kampanyalarda mesajın içeriğini ve niteliğini belirleyen mesaj iletimi kısa sürede gerçekleşmektedir (Aziz, 2019: 127).

Siyasal kampanyaların işlevleri, yapılan kampanya türüne bağlı olarak farklılık gösterir. Bu farklılık kampanyanın amacı, hedef kitlesi ve kampanyanın türü ile yakından ilgilidir. Ancak tüm siyasal kampanyaların ortak hedefi, hedef kitlesi olan seçmenlerin kampanyanın ana konusu hakkında bilgilendirilmesi, ilgilenmesi ve kendi görüşleri lehinde tutum ve davranış değişikliği yaratılmasını sağlamak olarak tanımlanabilir.

Seçim kampanyalarında kullanılan yöntem ve teknikler, o toplumun gelişmişlik düzeyinden, kültür, eğitim düzeyi, partilerin ya da kampanya da yer alan diğer tüzel ya da gerçek kişilerin ekonomik durumu, yönetim biçimi, demokrasiyi benimseme durumlarına kadar çok farklı etmenler tarafından belirlenir. Örneğin 20. Yüzyılın ortalarına kadar bu kampanyalar yüzyüze iletişim kanalları ve yazılı basın tarafından yürütülürken, geniş kitlelere seslenen 20. Yüzyılın ikinci yarısından sonra aynı anda toplumun teorik olarak neredeyse tümüne seslenen radyo ve özellikle televizyon yayınlarıyla yapılmaya

başlanmıştır. 21. yüzyılın başında itibaren de yeni iletişim teknolojilerinin bulunuşuyla sosyal medya olgusu geniş toplumların yaşamına girdiğinden bu iletişim türleri kullanılmaya başlanmıştır. Bu kampanyalar milletvekili seçimleri, yerel seçimler ve referandum ile ilgili kampanyalar olarak Türkiye özelinde üç grupta toplanabilir. Kuşkusuz ülkelerin yönetsel yapılarına, rejimlerine bağlı olarak da daha farklı seçim kampanyaları da yapılmaktadır.

#### 3.1. Referandumla İlgili Kampanyalar

Referandum ile ilgili kampanyalar, seçim kampanyalarından farklı olarak siyasi partiler tarafından gösterilen adayların seçilerek meclislere gelmeleri için değil; o ülkenin anayasasının maddeleri, bir yasa ya da ülkeyi ilgilendiren önemli bir konu / olayla ilgili olarak halkın oyuna başvurulması için yapılır. Kampanyalarda, ülkeden ülkeye değişmekle birlikte liderler, parti amblemleri kullanılmaz. Partiler görüşlerini belirtirken, amblem dışında belli imajlar kullanarak oylamaya sunulan konunun lehinde ya da aleyhinde söylemlerde bulunurlar.

Alan araştırmamızın temel konusunu oluşturduğundan referandum ile ilgili özet bilgi vermekte yarar vardır.

#### • Referandum Tanımı ve Özellikleri:

Referandum Latince kökenli olan “*Referendum*” kelimesinden türemekte ve “*halkın iradesini belirlemek amacı ile yapılan oylama*” anlamına gelmektedir (Şafak, 2008: 183). Türk Dil Kurumu’na göre ise referandum “*halk oylaması*” anlamındadır (TDK, 2019). Kelime anlamından hareketle, referandum süresince halkın etkin rol oynadığı ve milletin herhangi bir temsilciye veya yetki organlarına ihtiyaç duymadan hareket ettiği söylenebilir. Her referandumda halk, karar alma sürecinin her noktasında etkin ve aracısız olarak rol almaktadır (Pınar, 2016: 1).

Bir ülkenin siyasal ve yönetsel yapısı ile ilişkili olarak hükümeti, parlamentosu ve yerel yönetimleri kamuoyunu ilgilendiren ülke sorunları ile ilgili doğrudan karar vermeyip halkın kararına

başvurabilirler.<sup>4</sup> Fransa 1793 Anayasa'sı ile teklif yetkisini sadece halka tanımıştır. Bu özelliği ile orijinallik arz etmektedir. Çünkü halka teklif yetkisi tanıyan hiçbir anayasa bunu halk ile sınırlamamıştır (Eroğul, 1974: 116). ABD'de referandum, Federal düzeyde olmamakla birlikte federe devletler ve bölgesel düzeyde önem taşımaktadır. Asya Kıtasında 26 Kasım 2018 yapılan referandumda 'evlilik eşitliği' oylanmış, ancak halk bu eşitliği onaylamamıştır. Kuzey Afrika ülkelerinden Mısır'da 19 Nisan 2019'daki anayasa değişikliği referandumu, cumhurbaşkanı görev süresinin uzatılması konusunda yapılmıştır.<sup>5</sup>

### 3.2. Türkiye'de Referandum Uygulamaları

Türk Siyasi tarihine 1961 Anayasası ile giren referandum olgusu, günümüze kadar yedi kez yapılmıştır. İlk ikisi 1961 ve 1980 sonrası Askeri yönetimler tarafından hazırlanan anayasalarının oylanması şeklinde gerçekleşmiştir. 1987 referandumu yasaklı siyasilere haklarının iadesi 1988 referandumu ise seçimlerin erken alınması için yapılmıştır. 2007 referandumu Cumhurbaşkanlığı süresi, 2010 referandumu ise Avrupa Birliği uyum yasaları ve bağımsız olan yargı erki ile ilgilidir. 2017 Referandumunda ise daha önce yapılmış olan 6 referandumdan farklı olarak parlamenter sistemden başkanlık sistemine geçiş oylanmıştır. 19 maddenin oyladığı referandum sonucunda % 51,4 "evet" oyu ile Anayasa değişikliği kabul edilmiştir.

## 4. YAZILI BASINDA SİYASİ KAMPANYALARIN YER ALMASI

Çoğulcu demokrasinin gereği olan seçimlerde basının rolü konusundaki tartışmalar tüm dünyada çok eskilere dayanıyor. Özellikle az gelişmiş demokrasilerde, basını elinde tutan siyasetçilerin ya da partilerin seçimlerde mutlak galibiyet elde edeceklerine dair

yaygın bir görüş de hakimdir. En önemli kitle iletişim araçlarından biri olan gazeteler gerek ülkemizde, gerekse diğer ülkelerde tarih boyunca bir propaganda aracı olarak seçim kampanyalarında önemli görevler üstlenmişlerdir. Ancak 90'lı yıllarda İnternetin hayatımızda yer almasıyla ve sosyal medyanın bir kitle iletişim aracı olarak kullanılmaya başlanmasıyla birlikte gazetelerin eski etkilerini yitirdiği şeklinde bir algı oluşmaya başlamıştır. Ne var ki kamuoyunun, kaynağı belli haberlere daha fazla ihtiyacının olduğu gerçeğinden yola çıkarak sosyal medyanın son 10 yıllık süreçte yapılan seçimlerde gösterdiği performans, tabii tutulduğu 'güven' testinden pek de başarılı olarak geçemediğini göstermektedir. Zira sosyal medyada dolaşıma giren çok sayıda haberin kaynağının belli olmaması "dezenformasyon" algısını güçlendirirken, referans noktası olmaları anlamında gazetelere, dolayısıyla onların Web sitelerine ve sosyal medya hesaplarına olan güvenin giderek arttığı söylenebilir. Ancak, son dönemde yaşanan satın alma ve el değiştirmelerle gazetelerin sahipliğinin iktidara yakın işadamlarından oluşmasıyla, 'kayıtsız, şartsız' hükümete destek olan yayınların sayısı hızla artmıştır. İktidara muhalif olan gazeteler ise içinde buldukları "yalnızlık sendromunun" etkisiyle ya oto sansür mekanizmasını daha etkin hale getirmiş ya da bazı cezalara ve hukuki yaptırımlara maruz kalmıştır.

### 4.1. Haberlerin Aktarımında Kuramsal Yaklaşımlar

Haber çözümlemeleri ile ilgili yaklaşımlar nitel ve nicel olarak belirlenmektedir. Haber Çözümlemeleri nitel çözümleme olarak öncelikle "göstergelemlerin anlamları ile ilgilenen bilim dalı" olan "Göstergebilimsel Çözümleme" olarak yapılmıştır. Göstergebilim, Göstergebilim iletişimde kullanılacak her göstergiyi inceler. Haberin göstergebilimsel çözümlemesi yapılırken metnin hem

4 İsviçre'de 1874'ten bu yana tüm Avrupa Referandumlarının 2 katı kadar referandum yapılmıştır. İsviçre'de 8 Kanton veya 50.000 yurttaşın istemesi halinde referanduma başvurulabilmektedir. (Şahbaz, 2006, s. 131). Bu referandumlar içerisinde en ilginç ve yenisi ise İsviçre'de yapılan "Boynuz Referandumu"dur (Hürriyet Gazetesi 23.11.2018).

5 Dünya genelinde gerçekleştirilmiş olan bazı referandum örnekleri ile ilgili kronolojik olarak düzenlenen tablo için bkz. Ofluoğlu (2019), Tablo: 2



yazılı hem görsel boyutu ele alınır (Devran, 2008: 35, Rıfat, 2009).

Haberin nicel (içeriksel) çözümlemesi çalışmaları 1940'lı yıllarda ABD'de Lazarsfeld ve Berelson tarafından yapılmıştır. Berelson (1952) içerik çözümlemesini; “...Bir haberin açık mesajını sistemli objektif ve rakamsal olarak incelemeye olanak sağlayan bir teknik olarak...” tanımlamaktadır (Devran, 2008: 30)<sup>6</sup>. Haberlerin nicel çözümlenmesi, sosyal bilimciler tarafından kolay ve yararlı bir sistem olarak kabul edilse bile yöntem ile ilgili pek çok eleştiri de söz konusudur. Bu konuda ciddi eleştirilerden biri de İnal (1996: 74-88) tarafından yapılmıştır. “...Sistem aracı bir dil anlayışına sahiptir ve dili anlamların şeffaf bir taşıyıcısı olarak ele almaktadır...”

Haber çözümlemelerinde daha sonraki yıllarda Retoriksel Çözümle ile Söylem çözümleme çalışmaları yapılmıştır<sup>7</sup>

#### 4.2. Referandum Kampanyasında Basının Tutum ve Davranışı

Seçim dönemlerinde özellikle ana akım medyanın tamamına yakınında iktidara ilişkin haberlere rastlanmaktadır. Medya patronları ve iktidar ilişkisinin bir getirisi olarak

Referandum kampanyalarında da bu tutum fazla değişmemiş; bu tutum 16 Nisan referandumunda da benzer özellik göstermiştir. Genel olarak ulusal gazetelerde referandum öncesinde sıkça şu tür grup haberler görülmektedir.<sup>8</sup>

- Yönlendiren haberler
- Algı oluşturan haberler

- Olumlama ya da olumsuzlaştırma haberleri
- Liderlerin sözleri üzerinden gündem yaratan haberler
- Liderlerin kişilikleri üzerinden tartışma açıp güvensizlik oluşturma amaçlı haberler
- Anketler üzerinden kitle psikolojisi oluşturan haberler
- “Evet” ya da “Hayır” denildiğinde ülkede meydana gelmesi olası olumsuzluklar üzerinden tehdit ve korku iklimi yaratma amaçlı haberler.

Yukarıda da belirtildiği üzere, medyanın gündem belirleme özelliği artık yadsınamaz bir gerçektir. Yapılan araştırmalar da göstermektedir ki, kitle iletişim araçlarının bir konuya verdikleri önem ile kamuoyunun aynı konuya verdiği önem arasında önemli bir paralellik görülmektedir. Yani halk, medyanın gözünden olaylara bakmakta, medyadan aldıkları bilgiler, fikir sahibi olmalarında önemli bir rol oynamaktadır (Özkan, 2007).

#### 5. 16 NİSAN 2017 REFERANDUM HABERLERİNİN GAZETELERDE YER ALMASI İLE İLGİLİ ALAN ÇALIŞMASI

##### 5.1. Referanduma Sunulan Anayasa Madde Değişiklikleri

1982 Anayasası, 12 Eylül 1980 tarihinde yapılan askeri bir harekâtın hemen sonrasında hazırlanmış ve yürürlüğe girdiği andan itibaren de gerek siyasi ve gerekse toplumsal tüm aksaklıkların kaynağı olarak gösterilmiştir. 1982 Anayasasında günümüze gelene dek 21 kez değişiklik yapılmıştır.<sup>9</sup>

Referanduma sunulan Anayasanın 18 maddesi ile ilgili açıklamaların, alan araştırmasında siyasal

<sup>6</sup> Amerikalı filozof Charles Sanders Peirce ve İsviçreli dilbilimci Ferdinand Saussure'un 20. yy. başında hemen hemen aynı tarihlerde birbirlerinden habersiz olarak yaptıkları çalışmalarla Göstergebilimin kurucuları olarak bilinen iki göstergebilimcidir.

<sup>7</sup> Retoriksel çözümleme: Kişileri ikna etmek amacı ile dilin ustaca kullanım sanatıdır. Söylem Çözümlemesi: “...Dünyayı belli bir biçimde anlama ve hakkında konuşma biçimi...” olarak tanımlanır (Jorgensen ve Phillips 2002'den aktaran: Devran, 2008).

<sup>8</sup> Örnekler, tez çalışması için görselleriyle birlikte özel olarak yapılmıştır. Ancak makalenin kapsamını genişleteceğinden buraya alınamamıştır. Görseller için bkz. Ofloğlu, 2019: s. 41-47.

<sup>9</sup> Anayasa değişikliği ile ilgili Yasa, 10 Şubat 2017 tarihinde Cumhurbaşkanı tarafından onaylanmış, “Türkiye Cumhuriyeti Anayasasında Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” adı altında Anayasanın 175. maddesi gereğince 16 Nisan 2017 tarihinde yapılacak halkoyuna (referanduma) sunulmasına karar verilmiştir.

liderlerin konuşmalarında ve basında ne kadar yer aldığını anlama açısından özet olarak görmekte yarar vardır. Alan araştırmamızın temelini oluşturan 16 Nisan 2017 Anayasa Referandumunu meydana getiren 18 madde özet olarak şöyledir:

- **Mahkemelerin yeniden tanımlanması:** Mahkemelerin tanımındaki “bağımsız” ibaresinin yanına “tarafsız” tanımı da getiriliyor.
- **Milletvekili sayısının artması:** 550 olan milletvekili sayısı 600'e çıkarılıyor.
- **Seçilme yaşının değiştirilmesi:** Daha önce 25 olan seçilme yaşı, yeni sistemde 18'e indiriliyor. 18 yaşında Meclis'e girenler askerlikten muaf tutuluyor.
- **Seçimlerin yapılması:** Cumhurbaşkanlığı ve milletvekili seçimleri aynı anda 5 yılda bir yapılıyor.
- **Yasaların çıkartılmasında yeni düzen:** Yasama görevi Meclis'te olacak. Milletvekillerinin sunacakları teklifin kabul edilmesi durumunda Cumhurbaşkanı'nın onayına sunulacak. OHAL, af, para basmak, savaş yetkisi ve milletler arası anlaşmaları onaylamak da bulunuyor.
- **Denetim yetkisi:** Meclis araştırması, genel görüşme, meclis soruşturması ve yazılı soru önergeleriyle denetim yolu açık olacak.
- **Cumhurbaşkanı'nın seçimi:** Cumhurbaşkanı halk tarafından seçilirken, görev süresi milletvekilleri gibi 5 yıllı sınırlı olacak.
- **Cumhurbaşkanı'nın görev ve yetkileri:** Anayasa değişikliğiyle hükümet etme sistemi değişiyor. Cumhurbaşkanı devletin başı görevini üstleniyor. “Başbakanlık” kalkıyor, görev ve yetkileri cumhurbaşkanına geçiyor. Bakanlar Kurulu yetkileri Cumhurbaşkanı'na devrediliyor. “Cumhurbaşkanı Yardımcıları” ifadesi şeklinde değiştiriliyor. Cumhurbaşkanına yürütme yetkisinde kararname çıkarma yetkisi veriliyor. Anayasa'da yer alan konularda kararname çıkaramayacak.
- **Cumhurbaşkanı'nın yargılanması:** Madde, Cumhurbaşkanı hakkında, bir suç işlediği iddiasıyla TBMM üye tam sayısının salt çoğunluğunun vereceği önergeyle soruşturma açılmasını öngörüyor.
- **Cumhurbaşkanı'nın yardımcılığı ve vekaleti:** Cumhurbaşkanı için yardımcı sınırlaması bulunmuyor.

- **Seçimler:** Meclis üye tamsayısının 5'te 3 çoğunluğuyla seçimlerin yenilenmesine karar verebilecek.
- **OHAL durumu:** Cumhurbaşkanı ayaklanma, savaş hali, afet, salgın gibi olaylarda 6 ayı geçmemek üzere OHAL ilan edebilecek. Meclis gerekli gördüğü takdirde OHAL süresini kısaltabilecek, uzatabilecek veya kaldıracabilecek.
- **Askeri yargı kalkıyor:** Yargıda birlik için askeri mahkemeler kaldırılarak, görev ve yetkileri sivil mahkemelere devrediliyor. Ancak savaş durumunda askeri mahkemeler sadece askeri suçları yargılamak için kurulabilecek.
- **HSYK'da isim değişikliği ve yapısında değişiklik:** Hakim ve Savcılar Yüksek Kurulu'nun ismindeki “yüksek” ibaresi kaldırılıyor ve yapısı değişiyor. 13 üyeli HSK'nın Adalet Bakanı ve Müsteşarı doğal üye olacak.
- **Bütçe yapma hakkı:** Bütçeyi Cumhurbaşkanı yapacak ve onay için Meclise sunacak.

## 5.2. Referandumla İlgili Haberlerin Hürriyet, Sözcü ve Sabah Gazetelerinde Yer Alması ile İlgili Bulgular

16 Nisan 2017 Referandumu Türkiye'de gerçekleşmiş olan diğer referandumlardan farklı olarak yönetim sistemini değiştirilmesinin oylanması amacı ile yapıldı. Türkiye için çok önemli olan bu konuda acaba basın kendine düşen görevleri yerine getirmiş, kamuoyunu tarafsız olarak nasıl aydınlatmıştır? Alan çalışmamızda, Hürriyet, Sabah ve Sözcü gazetelerinin 25 Şubat - 15 Nisan 2017 tarihleri arasında bu üç gazetenin 1. sayfa haberleri kaynak olarak alınmıştır.<sup>10</sup>

Bu konudaki varsayımız, örnekleme aldığımız üç gazetenin, yayın politikalarına bakarak Sabah Gazetesinin iktidar yanlısı olduğu, genellikle hükümet politikalarını desteklediği, genel yayın politikaları itibarıyla toplumun farklı kesimlerinin görüşlerini yansıttığı görüş ve izlenimidir. Bir başka deyişle, hükümet yanlısı, muhalefet yanlısı ve tarafsız olarak da açıklanabilir. Hürriyet Gazetesinin tarafsız yayın yapmaya çalıştığı, Sözcü Gazetesinin ise genellikle

10 Çalışma yapıldığı esnada Doğan Yayın Holding bünyesinde yer alan Hürriyet (Şubat - Nisan ayı tiraj ortalaması tirajı; 321 bin), Turkuvaç Yayınçılık bünyesinde yer alan Sabah Gazetesi (Şubat - Nisan ayı tiraj ortalaması 307.097), Estetik Yayınçılık bünyesinde yer alan Sözcü (Şubat - Nisan ayı tiraj ortalaması 283.104)'dür

Hükümet karşıtı, muhalif siyasal partileri yanında bir duruş sergilediği varsayımlanmıştır<sup>11</sup>. Bu amaçla, 41 soruluk bir soru formu oluşturularak, gazetelerde yer alan 267 habere sorularak belirtilen varsayımın sınanması yapılmıştır.

Alan çalışmamızda iki türlü çözümleme yapılmıştır:

Fiziksel çözümlemede:

- ✓ Referanduma ilişkin haberlerin kapladıkları alan
- ✓ Referanduma ilişkin haberlerde fotoğraflara yer verilip verilmediği

İçerik/mesaj çözümlemesinde ise;

- ✓ Mesajın veriliş biçimi
- ✓ “Evet”, “hayır” bağlamındaki yönelimi
- ✓ Hedef kitlesi
- ✓ Görsel malzemenin (fotoğraf) içeriği
- ✓ Yer verilen ana konular (referanduma sunulan konular)<sup>12</sup>
- ✓ Kişilere olumlu ve/veya olumsuz gönderme durumu
- ✓ Mesajın anlaşılabilirliği
- ✓ Dil, metafor, slogan, deyim/atasözü,
- ✓ Mitonomi ve lakap kullanma durumu
- ✓ Kanıt gösterme durumu
- ✓ Korku endişe yaratma durumu
- ✓ Sürü mantığı yaratılma durumu
- ✓ Kişileştirme kullanma durumu
- ✓ Siyasal parti söylemlerinin ve/veya siyasal parti liderlerinin söylemlerinin incelenmesi durumu üzerinde durularak şekillendirilmiştir.

Referandum Kampanyasına yönelik 41 soru, belirtilen tarih aralığında gazetelerde yer alan 267 habere sorularak hem fiziksel hem içeriksel (mesaj) çözümleme yapılmıştır. Sonuçlar üç gazete esas alınarak çapraz tablo halinde çözümlenmiştir.<sup>13</sup>

#### 4.2.1 Haberlerin Fiziksel Çözümlemesi

Çalışmanın fiziksel çözümleme kısmında haberin manşet ya da sürmanşetten verilmesi, iç sayfalarda nasıl verildiği, haberin ilk sayfada kapsadığı alan, fotoğraf olup olmaması, boyutları gibi hususlar üzerinde durulmuştur. Söz konusu başlıklara ait veriler tablolar halinde verilmektedir.

##### ➤ İlk sayfa haberlerinde başlık türü

Fiziksel çözümlemenin ilk sorusu, gazetelerde yer alan referandum kampanyasına ilişkin haberlerin yazım karakterlerin puntolarıyla ilgili olarak saptandı. Bunun için “sürmanşet”, “manşet” ve “normal ilk sayfa haberi” olarak gruplandırma yapıldı (bkz.Tablo:1).

**Tablo 1: İlk Sayfa Haberlerinde Başlık Türü**

11 Çalışmanın yapıldığı dönemde Hürriyet Gazetesinin sahiplik durumu ile bugünkü sahiplik durumu farklıdır.

12 “Demokrasi”, “Cumhuriyet”, “vatan, millet, memleket”, “gelecek nesiller”, “birlik, beraberlik”, “huzur”, “güçlü meclis”, “koalisyon”, “çift başlılık”, “tek adamlık”, “yargı”, “terör”, “sıkıyönetim”, “ekonomi”, “istikrar”, “dine atıfta bulunma”

13 Verilerin analizi yöntem ve tekniği: Veriler, SPSS ( Statistical Package For The Social Sciences ) Programına girilerek Analize – Descriptive Statistics – Frequencies menü üzerinden “ Frekans Tabloları” ve Frekans Grafikleri” çıkartılmıştır.

			İlk Sayfa Haberleri Alan				Toplam
			sürmanşet	manşet	normal ilk sayfa haberi	Yok	
Gazetenin adı	Hürriyet	Sayı	4	5	94	0	103
		Yüzde (%)	3,9%	4,9%	91,3%	0,0%	100,0%
		Yüzde (%)	7,0%	10,0%	59,9%	0,0%	38,9%
	Sabah	Sayı	26	25	14	0	65
		Yüzde (%)	40,0%	38,5%	21,5%	0,0%	100,0%
		Yüzde (%)	45,6%	50,0%	8,9%	0,0%	24,5%
	Sözcü	Sayı	27	20	49	1	97
		Yüzde (%)	27,8%	20,6%	50,5%	1,0%	100,0%
		Yüzde (%)	47,4%	40,0%	31,2%	100,0%	36,6%
Toplam	Sayı	57	50	157	1	265	
	Yüzde (%)	21,5%	18,9%	59,2%	0,4%	100,0%	
	Yüzde (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

### Chi-Square Testi

	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Pearson Chi-Square	87,517 <sup>a</sup>	6	,000

Tablo1'de görüldüğü üzere referanduma ilişkin ilk sayfa haberleri Hürriyet Gazetesi'nde % 91,3 oranla, Sözcü Gazetesi'nde % 50,5 oranla normal başlıkla verilirken, Sabah Gazetesi'nde % 40 gibi oldukça yüksek bir oranda sürmanşet olarak verilmiştir. Bu sorunu devamı niteliğindeki bir diğer soru ise bu haberlerin iç sayfalarda da aynen devam edip etmediği ile ilgili elde edilen bulgudur.

Haberin iç sayfada veriliş biçimi Hürriyet Gazetesi'nde % 52,9, Sabah Gazetesi'nde % 93,8, Sözcü Gazetesi'nde % 53,1 gibi bir oran sürmanşettendir. Bu durum; gazetelerde ilk sayfa haberi olarak manşet ya da sürmanşet olarak verilen haberlerin, iç sayfada benzer başlıklarla verildiği şeklinde yorumlanabilir. Bir başka deyişle habere verilen önem ilk sayfada ne ise iç sayfalarda da benzer şekilde verilmektedir.

#### ➤ **Kapladığı Alan İlgili Çözümleme**

Fiziksel çözümlemede elde edilen bir diğer bulgu, referandumla ilgili haberlerin, bu gazetelerin ilk sayfalarında kapladığı alan ile ilgilidir. Bu konudaki bulgulara göre kampanya süresince gazetelerde yer alan haberler; Hürriyet Gazetesi'nde 99.5 cm<sup>2</sup>, Sabah Gazetesi'nde 64.35 cm<sup>2</sup>, Sözcü Gazetesi'nde ise 215.3 cm<sup>2</sup> dir. Bu durumda referandum konusunda kamuoyunu bilgilendiren haberlere ilk sayfada en çok yer veren gazete olarak 215.3 cm<sup>2</sup> ile Sözcü Gazetesi olarak görülmektedir.

#### ➤ **Görsellerin Yer alması**

Bir haberde yazı kadar anlamlı olan bir diğer mesaj görsel mesajlardır. Bunlar genellikle fotoğraf, karikatür, harita, grafik gibi ve diğer görseller olabilir. Kampanya dönemlerinde toplumları etkileyen fotoğraflar, boyutları hatta bu fotoğrafların duruşu, ifadeleri son derece önemlidir. Alan araştırmamızda ilk bulgumuz görsellerin kime ait olduğu ile ilgilidir.

Tablo 2: Görselin Kime Ait Olduğu

			Görsel Kullanma Durumu						Toplam	
			Cumhurbaşkanı	Başbakan	Cumhurbaşkanı ve Başbakan	K e m a l Kılıçdaroğlu	Devlet Bahçeli	Yok		Diğer
Gazetinin adı	Hürriyet	Sayı	20	31	2	36	11	1	1	102
		Yüzde (%)	19,6%	30,4%	2,0%	35,3%	10,8%	1,0%	1,0%	100,0%
		Yüzde (%)	34,5%	50,8%	40,0%	63,2%	84,6%	6,7%	1,9%	38,9%
	Sabah	Sayı	33	28	2	0	1	1	0	65
		Yüzde (%)	50,8%	43,1%	3,1%	0,0%	1,5%	1,5%	0,0%	100,0%
		Yüzde (%)	56,9%	45,9%	40,0%	0,0%	7,7%	6,7%	0,0%	24,8%
	Sözcü	Sayı	5	2	1	21	1	13	52	95
		Yüzde (%)	5,3%	2,1%	1,1%	22,1%	1,1%	13,7%	54,7%	100,0%
		Yüzde (%)	8,6%	3,3%	20,0%	36,8%	7,7%	86,7%	98,1%	36,3%
Toplam	Sayı	58	61	5	57	13	15	53	262	
	Yüzde (%)	22,1%	23,3%	1,9%	21,8%	5,0%	5,7%	20,2%	100,0%	
	Yüzde (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

## Chi-Square Testi

	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Pearson Chi-Square	207,304 <sup>a</sup>	12	,000

Tablo 2’de görüldüğü gibi gazetelerde görsel kullanma durumu şöyledir: Hürriyet Gazetesi haberlerinde toplam 102 haberin 52 ‘si Cumhurbaşkanı ve Başbakana aittir. Bunun toplam oranı ise  $19.6 + 30.4 + 2 = \% 52$ ’dir. Sabah Gazetesi’nde ise  $\% 50,8$  Cumhurbaşkanının görselleri yer almaktadır. Burada önemli bir bulgu da mesajlarında Cumhurbaşkanını işaret etmektedir. Sözcü Gazetesi’nde oldukça ilginç bir bulgu ise “diğer siyasiler”in görüntülerinin yarıdan fazla ( $\% 54,7$ ) yer almasıdır.<sup>14</sup> Burada ilginç olan bir diğer durum ise, Sabah Gazetesinde, “hayır” görüşünü benimseyen CHP Lideri Kemal Kılıçdaroğlu’nun hiç resmi verilmezken, “Cumhur İttifakı”nın diğer önemli tarafı olan MHP Lideri Devlet Bahçeli ile ilgili sadece  $\% 1,5$  (1 fotoğraf) gibi bir oranda verilmesidir. Diğer tüm görsellerde Cumhurbaşkanı, Başbakan ya da ikisinin birlikte olduğu fotoğraflarına yer verilmesidir.

Fotoğraflarda aranan bir diğer husus, “fotoğrafta verilmek istenen mesajlar”la ilgili bir anlamda retoriksel bir çözümleme idi. Araştırılan sıfatlarla, fotoğrafların ‘tehditkar’, ‘uzlaştırıcı’, “birleştirici” ve “kucaklayıcı” gibi sıfatları taşıyıp taşımadığının saptanması amaçlandı. Ancak, bulgularda çoğunlukla kavramlar “kodlanamıyor” şeklinde çıkmıştır. Örneğin bu oran ‘Hürriyet Gazetesi’nde  $\% 79,4$ , Sözcü Gazetesi’nde ise  $\% 61,1$  oranla gibi oldukça yüksek orandadır. Yalnızca Sabah Gazetesi’nde  $\% 36,9$  oranla ‘birleştirici ve kucaklayıcı’ şıkkı saptanmıştır. Burada da en çok Cumhurbaşkanı ve Başbakanının fotoğraflarının yer aldığı düşünülürse, bu bulgu bir önceki bulguyu destekler niteliktedir. Diğer gazetelerdeki görsellerin “nötr” ifadeli olarak seçilmesine özen gösterilmiştir.

14 “Diğer” şıkkındaki görseller olarak, mesajın kimliği ile ilgili soruda yer olan kişilere benzer siyasiler, gazeteciler, STÖ temsilcileri gibi kişilerin görselleri yer almıştır. Örnek olarak; Muharrem İnce, Mevlut Çavuşoğlu, Meral Akşener, Doğu Perinçek, Koray Aydın, Yusuf Halaçoğlu, Mustafa Destici, Özgür Özel, Sırrı Süreyya Önder, Ömer Çelik, İlhan Kesici. Uğur Dündar, Aykut Erdoğdu’nun görselleri yer almıştır.

#### 4.2.2 Haberlerin İçeriksel/mesaj çözümlemesi

Bu bölümdeki yer alan bulgular, araştırmamızın asıl sorunsalını cevaplayan; varsayımlarımızı ‘evet’leyen ya da ‘hayır’layan bulgulardır. Bu bulgular makalenin dar kapsamına 19 tablo halinde tabloda özetlenerek verilmeye çalışılmıştır. 30 soru sorulmuş; yanıtları ise 30 tablo ve 30 grafik ile açıklanmıştır. Ancak bu tabloların çok önemli görülenleri bu makalenin sınırlı sayfalarına alınmıştır.

##### ➤ Haberlerin Veriliş Biçimi

Referanduma ilişkin haberlerin içeriksel çözümlemesinde konulara geçmeden önce, öncelikle ortaya konması gereken husus, verilen haberin “tarafsız”ya da “tarafsız” veriliş biçimidir. Bu bulgu ana varsayımımızla doğrudan ilgili bir bulgudur (bkz. Tablo:3).

**Tablo 3: Haberlerin Veriliş Biçimi**

			Haberin Veriliş Biçimi			Toplam
			Tarafsız	Tarafli	Yok	
Gazetenin adı	Hürriyet	Sayı	104	0	0	104
		Yüzde (%)	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		Yüzde (%)	52,0%	0,0%	0,0%	39,0%
	Sabah	Sayı	4	59	2	65
		Yüzde (%)	6,2%	90,8%	3,1%	100,0%
		Yüzde (%)	2,0%	90,8%	100,0%	24,3%
	Sözcü	Sayı	92	6	0	98
		Yüzde (%)	93,9%	6,1%	0,0%	100,0%
		Yüzde (%)	46,0%	9,2%	0,0%	36,7%
Toplam		Sayı	200	65	2	267
		Yüzde (%)	74,9%	24,3%	0,7%	100,0%
		Yüzde (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

##### Chi-Square Testi

	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Pearson Chi-Square	217,176 <sup>a</sup>	4	,000

Tablo 3’de görüldüğü üzere Hürriyet Gazetesi’nde haberler yorum yapılmadan %100, Sözcü Gazetesi’nde ise % 93,9 oranla haberler tarafsız olarak okuyucuya aktarılırken, Sabah Gazetesi’nde bu oran % 6,2’dir. Bir diğer deyişle Sabah Gazetesinde haber başlıkları % 90,8 oranla haberlere yorum katılarak ve tarafli olarak okuyucuya aktarılmıştır.

##### ➤ Mesajın “Evet” ya da “Hayır” olma durumu

Referandum konusunu ana konusu ya da oylamanın ana teması olan “evet ya da “hayır” sözcüklerinin, gazetelerin verdikleri mesajlarda nasıl yer aldığıyla ilgili bulgular, gerçekte bir önceki tablonun sağlaması şeklinde olarak algılanabilirse de oldukça farklı bir tutumu göstermektedir. Çünkü tarafli olma ‘evet’ ya da ‘hayır’ şıklarının her ikisi içinde söz konusudur (bkz. Tablo 4).

**Tablo 4: Mesajın “Evet” veya “Hayır” Olma Durumu**

			Mesajın Evet Hayır Olma Durumu				Toplam
			kodlanamıyor	evet	hayır	Yok	
Gazetenin adı	Hürriyet	Sayı	0	63	37	0	100
		Yüzde (%)	0,0%	63,0%	37,0%	0,0%	100,0%
		Yüzde (%)	0,0%	46,0%	39,4%	0,0%	38,0%
	Sabah	Sayı	3	62	0	0	65
		Yüzde (%)	4,6%	95,4%	0,0%	0,0%	100,0%
		Yüzde (%)	10,3%	45,3%	0,0%	0,0%	24,7%
	Sözcü	Sayı	26	12	57	3	98
		Yüzde (%)	26,5%	12,2%	58,2%	3,1%	100,0%
		Yüzde (%)	89,7%	8,8%	60,6%	100,0%	37,3%
Toplam		Sayı	29	137	94	3	263
		Yüzde (%)	11,0%	52,1%	35,7%	1,1%	100,0%
		Yüzde (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Square Testi**

	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Pearson Chi-Square	132,468 <sup>a</sup>	6	,000

Tablo 4’te görüldüğü üzere gazetelerde yer alan referandum ile ilgili “Evet” ve “Hayır” haberleri ile bulgulara göre “Evet” oranı Hürriyet Gazetesi’nde % 63, Sabah Gazetesi’nde % 95.4, Sözcü Gazetesi’nde ise % 12.2’dir, “Hayır” mesajları ise Hürriyete Gazetesi’nde % 37,0, Sözcü Gazetesi’nde % 58,2 oranında iken Sabah Gazetesi’nde “hayır” mesajı saptanamamıştır. Burada ilginç bir bulgu Sözcü Gazetesi’nde % 26 gibi bir oranda “kodlanamıyor” şıkkının çıkmasıdır. Daha açık deyişle % 26 mesajın “evet” ya da “hayır” olup olmadığı saptanamamıştır.

➤ **Mesajın kimin tarafından verildiği**

Gazetelerde verilen referanduma ilişkin haberler genel olarak “evet” haberini savunan iktidar partisi ve onun destekleyen parti yetkilileri ile “hayır” tarafını destekleyen muhalefet partilerin liderlerinden gelmesi doğal olmakla birlikte gazetelerin bunları haberleştirirken haberin kimden geldiğini belirtmesi de önemlidir. Tablo 5’te görüleceği üzere mesajları verenler “Cumhurbaşkanı”, “başbakan” “bakanlar”, “Parti liderleri” olarak yer almıştır.

Tablo 5: Mesaj Veren Kimliği

			Mesaj Veren Kimliği								Toplam
			Cumhurbaşkanı	Başbakan	Cumhurbaşkanı ve Başbakan	Bakan	Milletvekilleri	Parti Başkanı	Yok	Diğer	
Gazetenin adı	Hürriyet	Sayı	22	31	3	0	1	47	0	0	104
		Yüzde (%)	21,2%	29,8%	2,9%	0,0%	1,0%	45,2%	0,0%	0,0%	100,0%
		Yüzde (%)	34,4%	50,0%	60,0%	0,0%	3,8%	66,2%	0,0%	0,0%	39,1%
	Sabah	Sayı	36	27	0	0	0	1	1	0	65
		Yüzde (%)	55,4%	41,5%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%	1,5%	0,0%	100,0%
		Yüzde (%)	56,3%	43,5%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%	100,0%	0,0%	24,4%
	Sözcü	Sayı	6	4	2	3	25	23	0	34	97
		Yüzde (%)	6,2%	4,1%	2,1%	3,1%	25,8%	23,7%	0,0%	35,1%	100,0%
		Yüzde (%)	9,4%	6,5%	40,0%	100,0%	96,2%	32,4%	0,0%	100,0%	36,5%
Toplam	Sayı	64	62	5	3	26	71	1	34	266	
	Yüzde (%)	24,1%	23,3%	1,9%	1,1%	9,8%	26,7%	0,4%	12,8%	100,0%	
	Yüzde (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

## Chi-Square Testi

	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Pearson Chi-Square	204,662 <sup>a</sup>	14	,000

Tablo 5'te görüldüğü üzere mesajı verenin kimliği en yüksek oranda Hürriyet Gazetesi'nde % 45.2 oranla parti başkanları, Sabah Gazetesi'nde %55.4 oranla Cumhurbaşkanı, % 41.1 oranında başbakan olarak belirtilirken, Sözcü Gazetesi'nde mesajı verenin kimliği farklı kişilerin mesajlarında dağılmıştır. Bu kimlikler içerisinde % 40 gibi bir oranda "Cumhurbaşkanı+başbakan" birlikte yer alırken, %35.1 gibi oldukça yüksek bir oran da olarak "diğer siyasiler" olarak saptanmıştır.<sup>15</sup>

## ➤ Mesajın Hedef Kitlesi

Burada hedef kitle olarak, genelde kitle iletişim araştırmalarında yapılan sınıflandırmadan yararlanılmıştır. Bu bağlamda "genel" (oy kullanabilecek herkes), "gençler", "yetişkinler", "kadınlar", "meslek" grupları gibi bir sınıflandırma yapılmıştır.



**Tablo 6: Mesajın Hedef Kitlesi**

			Mesajın Hedef Kitlesi					Toplam	
			Genel	Gençlere	Yetişkinlere	Kadınlara	Mesleklere		Diğer
Gazetenin adı	Hürriyet	Sayı	6	3	64	2	22	7	104
		Yüzde (%)	5,8%	2,9%	61,5%	1,9%	21,2%	6,7%	100,0%
		Yüzde (%)	21,4%	75,0%	37,2%	25,0%	53,7%	58,3%	39,2%
	Sabah	Sayı	3	1	50	2	6	3	65
		Yüzde (%)	4,6%	1,5%	76,9%	3,1%	9,2%	4,6%	100,0%
		Yüzde (%)	10,7%	25,0%	29,1%	25,0%	14,6%	25,0%	24,5%
	Sözcü	Sayı	19	0	58	4	13	2	96
		Yüzde (%)	19,8%	0,0%	60,4%	4,2%	13,5%	2,1%	100,0%
		Yüzde (%)	67,9%	0,0%	33,7%	50,0%	31,7%	16,7%	36,2%
Toplam	Sayı	28	4	172	8	41	12	265	
	Yüzde (%)	10,6%	1,5%	64,9%	3,0%	15,5%	4,5%	100,0%	
	Yüzde (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

**Chi-Square Testi**

	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Pearson Chi-Square	24,108 <sup>a</sup>	10	,007

Tablo 6’da görüldüğü gibi “Haberin hedef kitlesi” Hürriyet Gazetesi’nde % 61,5, Sabah Gazetesi’nde % 76,9 Sözcü Gazetesi’nde ise % 60,4 oranla yetişkinler olmuştur. Sözcü Gazetesi ilk sayfa haberlerinde % 19,8 oranında haberin hedef kitlesi olarak “genel” olarak saptanmıştır.

➤ **Haberlerde yer Alan Konular**

Çalışmada haberlerin içeriğinde yer alan konularla ilgili olarak 16 konu başlığı oluşturulmuştur. Bu konular, referanduma sunulan konularını farklı taraflar tarafından üzerinde –kendi bakış açılarına göre- durulan, savunulan ya da reddedilen konulardan seçilmiştir. Bu konular “demokrasi”, “cumhuriyet “vatan, millet, memleket” konuları, “gelecek nesiller”, “birlik, beraberlik, huzur” konuları, güçlü meclis”, “koalisyon”, “çift başlılık”, “tek adamlık”, “yargı”, “terör” konuları, “sıkıyönetim”, “ekonomi, istikrar” ve “din” ile ilgili konulardır.

**Tablo 7: Mesajda Demokrasi Konusu**

			Mesajda Demokrasi Konusu				Toplam
			Var - Olumlu	Var – Olumsuz	Yok	Diğer	
Gazetenin adı	Hürriyet	Sayı	40	5	57	2	104
		Yüzde (%)	38,5%	4,8%	54,8%	1,9%	100,0%
		Yüzde (%)	55,6%	33,3%	32,2%	100,0%	39,1%
	Sabah	Sayı	12	0	53	0	65
		Yüzde (%)	18,5%	0,0%	81,5%	0,0%	100,0%
		Yüzde (%)	16,7%	0,0%	29,9%	0,0%	24,4%
	Sözcü	Sayı	20	10	67	0	97
		Yüzde (%)	20,6%	10,3%	69,1%	0,0%	100,0%
		Yüzde (%)	27,8%	66,7%	37,9%	0,0%	36,5%
Toplam		Sayı	72	15	177	2	266
		Yüzde (%)	27,1%	5,6%	66,5%	0,8%	100,0%
		Yüzde (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Square Testi**

	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Pearson Chi-Square	23,359 <sup>a</sup>	6	,001

Tablo 7’de görüleceği üzere Hürriyet Gazetesi ilk sayfa haberlerinde ‘‘Demokrasi konusu’’ % 54,8, Sabah Gazetesi’nde % 81,5, Sözcü Gazetesi’nde ise % 69,1 oranla işlenmemiştir. Hürriyet Gazetesi ‘‘Demokrasi’’ konusuna % 38,5, Sabah Gazetesi 18,5, Sözcü Gazetesi ise % 20,6 oranında yer vermiştir.

**Tablo 8: Mesajda Cumhuriyet Konusu**

			Mesajda Cumhuriyet Konusu			Toplam
			Var - Olumlu	Var - Olumsuz	Yok	
Gazetenin adı	Hürriyet	Sayı	19	0	85	104
		Yüzde (%)	18,3%	0,0%	81,7%	100,0%
		Yüzde (%)	46,3%	0,0%	38,1%	39,1%
	Sabah	Sayı	5	0	60	65
		Yüzde (%)	7,7%	0,0%	92,3%	100,0%
		Yüzde (%)	12,2%	0,0%	26,9%	24,4%
	Sözcü	Sayı	17	2	78	97
		Yüzde (%)	17,5%	2,1%	80,4%	100,0%
		Yüzde (%)	41,5%	100,0%	35,0%	36,5%
Toplam		Sayı	41	2	223	266
		Yüzde (%)	15,4%	0,8%	83,8%	100,0%
		Yüzde (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Testi			
	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Pearson Chi-Square	7,577 <sup>a</sup>	4	,108

Tablo 8’de görüldüğü gibi ilk sayfa haberlerinde ‘‘Cumhuriyet konusuna’’ Hürriyet Gazetesi %18,3, Sabah Gazetesi % 7,7, Sözcü Gazetesi % 17,5 oranda yer vermiştir.

**Tablo 9: Mesajda ‘‘Vatan’’, ‘‘Millet’’, ‘‘Memleket’’ Konusu**

			Mesajda Vatan Millet Memleket Konusu				Toplam
			Kodlanamıyor	Var - Olumlu	Var - Olumsuz	Yok	
Gazetenin adı	Hürriyet	Sayı	0	55	7	42	104
		Yüzde (%)	0,0%	52,9%	6,7%	40,4%	100,0%
		Yüzde (%)	0,0%	45,5%	43,8%	32,8%	39,1%
	Sabah	Sayı	0	37	0	28	65
		Yüzde (%)	0,0%	56,9%	0,0%	43,1%	100,0%
		Yüzde (%)	0,0%	30,6%	0,0%	21,9%	24,4%
	Sözcü	Sayı	1	29	9	58	97
		Yüzde (%)	1,0%	29,9%	9,3%	59,8%	100,0%
		Yüzde (%)	100,0%	24,0%	56,3%	45,3%	36,5%
Toplam		Sayı	1	121	16	128	266
		Yüzde (%)	0,4%	45,5%	6,0%	48,1%	100,0%
		Yüzde (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Testi			
	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Pearson Chi-Square	20,145 <sup>a</sup>	6	,003

Tablo 9’de görüldüğü gibi ilk sayfa haberlerinde ‘‘Vatan, millet memleket konusu’’ Hürriyet Gazetesi’nde % 52,9 oranında yer almaktadır. Bu oran Sabah Gazetesi’nde % 56,9, Sözcü Gazetesi’nde ise % 59,8’dir. Burada neredeyse her üç gazetede de yarıdan fazlası bu konularla ilgili mesajları manşete taşıdıkları görülüyor. Bunun en önemli nedeni, referanduma ‘‘evet’’ diyecek olanlar da, ‘‘hayır’’ diyecek olanların da bu konuda ortak müşterek de buluşmuş olmalarıdır. Çünkü ‘‘evet’’ diyenler de; ‘‘hayır’’ diyenler de her şeyi ‘‘vatan’’ için, her şey ‘millet’ için yapıyor olarak yansıtmaktadırlar...

**Tablo 10: Mesajda Gelecek Nesiller Konusu**

			Mesajda Gelecek Nesiller Konusu					Toplam
			Kodlanamıyor	Var - Olumlu	Var – Olumsuz	Yok	Diğer	
Gazetenin adı	Hürriyet	Sayı	0	24	6	73	1	104
		Yüzde (%)	0,0%	23,1%	5,8%	70,2%	1,0%	100,0%
		Yüzde (%)	0,0%	44,4%	35,3%	37,8%	100,0%	39,1%
	Sabah	Sayı	0	20	0	45	0	65
		Yüzde (%)	0,0%	30,8%	0,0%	69,2%	0,0%	100,0%
		Yüzde (%)	0,0%	37,0%	0,0%	23,3%	0,0%	24,4%
	Sözcü	Sayı	1	10	11	75	0	97
		Yüzde (%)	1,0%	10,3%	11,3%	77,3%	0,0%	100,0%
		Yüzde (%)	100,0%	18,5%	64,7%	38,9%	0,0%	36,5%
Toplam		Sayı	1	54	17	193	1	266
		Yüzde (%)	0,4%	20,3%	6,4%	72,6%	0,4%	100,0%
		Yüzde (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Square Testi**

	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Pearson Chi-Square	20,391 <sup>a</sup>	8	,009

Tablo 10'de görüldüğü gibi ilk sayfa haberlerinde verilen mesajda ‘‘Gelecek nesiller konusu’’ Hürriyet Gazetesi'nde % 23,1 oranla olumlu olarak; Sabah Gazetesinde % 30,8 olumlu olarak, Sözcü Gazetesi'nde ise % 10 olumlu, % 11,3 olumsuz olarak işlenmiştir.

**Tablo 11: Mesajda Birlik, Beraberlik, Huzur Konuları**

			Mesajda Birlik Beraberlik Huzur Konuları			Toplam
			Var - Olumlu	Var - Olumsuz	Yok	
Gazetenin adı	Hürriyet	Sayı	48	1	55	104
		Yüzde (%)	46,2%	1,0%	52,9%	100,0%
		Yüzde (%)	45,7%	14,3%	35,7%	39,1%
	Sabah	Sayı	33	0	32	65
		Yüzde (%)	50,8%	0,0%	49,2%	100,0%
		Yüzde (%)	31,4%	0,0%	20,8%	24,4%
	Sözcü	Sayı	24	6	67	97
		Yüzde (%)	24,7%	6,2%	69,1%	100,0%
		Yüzde (%)	22,9%	85,7%	43,5%	36,5%
Toplam		Sayı	105	7	154	266
		Yüzde (%)	39,5%	2,6%	57,9%	100,0%
		Yüzde (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Testi			
	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Pearson Chi-Square	19,465 <sup>a</sup>	4	,001

Tablo 11’de görüldüğü gibi Hürriyet Gazetesi ilk sayfa haberlerinde yer alan mesajlarda ‘‘Birlik beraberlik huzur konuları’’ % 46,2 oranda olumlu olarak yer verirken, Sabah Gazetesi’nde % 50,8 olumlu olarak mevcuttur. Sözcü Gazetesi’nde ise bu oran % 30,9’dur.

### ➤ Güçlü Meclis:

Bu konu referandumun önemli konularında biri olarak tartışılırken, ‘‘hayır’’cılar yani muhalefet grubu, meclisin bu referandumla güçsüzleşeceğini vurgularken, ‘‘evet’’ciler ise bunun tersini savunmaktaydılar. Bu durumun gazete haberlerine yansımaları ise oldukça ilginçtir.

**Tablo12: Mesajda ‘Güçlü Meclis’ Konusu**

			Mesajda Güçlü Meclis Konusu					Toplam
			Kodlanamıyor	Var - Olumlu	Var - Olumsuz	Yok	Diğer	
Gazetenin adı	Hürriyet	Sayı	1	15	7	80	1	104
		Yüzde (%)	1,0%	14,4%	6,7%	76,9%	1,0%	100,0%
		Yüzde (%)	100,0%	33,3%	33,3%	40,4%	100,0%	39,1%
	Sabah	Sayı	0	25	0	40	0	65
		Yüzde (%)	0,0%	38,5%	0,0%	61,5%	0,0%	100,0%
		Yüzde (%)	0,0%	55,6%	0,0%	20,2%	0,0%	24,4%
	Sözcü	Sayı	0	5	14	78	0	97
		Yüzde (%)	0,0%	5,2%	14,4%	80,4%	0,0%	100,0%
		Yüzde (%)	0,0%	11,1%	66,7%	39,4%	0,0%	36,5%
Toplam	Sayı	1	45	21	198	1	266	
	Yüzde (%)	0,4%	16,9%	7,9%	74,4%	0,4%	100,0%	
	Yüzde (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Square Testi			
	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Pearson Chi-Square	41,832 <sup>a</sup>	8	,000

Tablo 12’de görüldüğü üzere, haberlerde ‘Güçlü Meclis’ konusuna küçük oranlarla olumlu ya da olumsuz olarak değinilmiştir. Su oranlar Hürriyet Gazetesinde % 21,1 (olumlu/olumsuz) oranında, Sabah Gazetesi’ % 38,5 (olumlu), Sözcü Gazetesi’nde ise % 19,6 (olumlu/olumsuz) oranında yer almıştır. Oysa, yukarıda da değinildiği üzere, referandum sonucunda ‘evetlenmesi’ durumunda ‘‘meclisin gücü azalacak, yetkiler büyük oranda cumhurbaşkanlığı sistemine geçmesi sonucunu verebilecekti. Burada gazetelerin temkinli

davrandıkları, nelerin nasıl değişebileceği konusunda halkı yönlendirmemek gibi düşünceye sahip oldukları yorumu yapılabilir.

➤ **Mesajda ‘Çift Başlılık’ Konusu:**

İçerik çözümlemesinde aranan bir diğer konu da “çift başlılık” yani referandum sonucunun olumlu çıkması ve Cumhurbaşkanlığı sistemine geçilmesi durumunda “Meclisin” yetkilerinin durumunun ne olacağı; iki başlılığın olup olmayacağı hususları tartışılan önemli konulardan biri idi.

**Tablo13: Mesajda Çift Başlılık Konusu**

			Mesajda Çift Başlılık Konusu			Toplam
			Var - Olumlu	Var - Olumsuz	Yok	
Gazetenin adı	Hürriyet	Sayı	1	14	89	104
		Yüzde (%)	1,0%	13,5%	85,6%	100,0%
		Yüzde (%)	50,0%	48,3%	37,9%	39,1%
	Sabah	Sayı	0	13	52	65
		Yüzde (%)	0,0%	20,0%	80,0%	100,0%
		Yüzde (%)	0,0%	44,8%	22,1%	24,4%
	Sözcü	Sayı	1	2	94	97
		Yüzde (%)	1,0%	2,1%	96,9%	100,0%
		Yüzde (%)	50,0%	6,9%	40,0%	36,5%
Toplam	Sayı	2	29	235	266	
	Yüzde (%)	0,8%	10,9%	88,3%	100,0%	
	Yüzde (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

**Chi-Square Testi**

	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Pearson Chi-Square	14,570 <sup>a</sup>	4	,006

Tablo 13’te görüldüğü üzere haberlerde bu konuya gazetelerde fazla değinilmemiş ya da bu türlü haberlere çok sınırlı yer verilmiştir. Bu oranlar Hürriyet Gazetesi’nde yalnızca % 13,5 olumsuz olarak değinilirken, Sabah Gazetesi’nde ve Sözcü Gazetesi’nde hemen hemen hiç değinilmemiştir. Burada ilginç olan husus, ”hayır” tarafında mesaj vermeye eğilimli Sözcü Gazetesi’nde bu konunun yer almayışıdır.

➤ **Mesajda ‘Tek Adamlılık’ Konusu:**

Referandum konusunun muhalif kanadı yani ‘hayırcılar’ın kampanya süresince en çok işledikleri konulardan biri, sistemin ‘tek adam’ın hakimiyeti sonucunu doğuracağı hususu idi.

**Tablo 14: Mesajda ‘Tek Adamlılık’ Konusu**

			Mesajda Tek Adamlılık Konusu			Toplam
			Var - Olumlu	Var - Olumsuz	Yok	
Gazetenin adı	Hürriyet	Sayı	30	28	46	104
		Yüzde (%)	28,8%	26,9%	44,2%	100,0%
		Yüzde (%)	52,6%	37,3%	34,3%	39,1%
	Sabah	Sayı	22	0	43	65
		Yüzde (%)	33,8%	0,0%	66,2%	100,0%
		Yüzde (%)	38,6%	0,0%	32,1%	24,4%
	Sözcü	Sayı	5	47	45	97
		Yüzde (%)	5,2%	48,5%	46,4%	100,0%
		Yüzde (%)	8,8%	62,7%	33,6%	36,5%
Toplam		Sayı	57	75	134	266
		Yüzde (%)	21,4%	28,2%	50,4%	100,0%
		Yüzde (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Square Testi**

	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Pearson Chi-Square	56,139 <sup>a</sup>	4	,000

Tablo 14’te görüldüğü üzere mesajda “Tek Adamlılık” konusu gazetelerde farklı oranlarda yer almıştır. Hürriyet Gazetesi’nde % 55,7 oranında (% 28,2 olumlu, % 26,9 olumsuz) yer alırken, Sabah Gazetesi’nde bu oran % 33,8 yalnızca ‘olumlu’ olarak yer almıştır. Bu durum Sözcü Gazetesi’nde ise tam tersi durumda % 48,5 oranla yalnızca ‘olumsuz’ olarak yer almıştır.

➤ **Mesajda Yargı Konusu**

Referanduma sunulan Anayasa değişikliği ile ilgili önemli madde de “Yargı”da yapılması istenen madde idi. Muhalefet bu konuda yargının bağımsızlığını kaybedeceğini savunurken, iktidar grubu ise tam tersi yargının güçleneceğini tezini savunmakta idi.

**Tablo 15: Mesajda ‘Yargı’ Konusu**

			Mesajda Yargı Konusu				Toplam
			Var - Olumlu	Var - Olumsuz	Yok	Diğer	
Gazetenin adı	Hürriyet	Sayı	9	12	82	1	104
		Yüzde (%)	8,7%	11,5%	78,8%	1,0%	100,0%
		Yüzde (%)	64,3%	36,4%	37,6%	100,0%	39,1%
	Sabah	Sayı	4	0	61	0	65
		Yüzde (%)	6,2%	0,0%	93,8%	0,0%	100,0%
		Yüzde (%)	28,6%	0,0%	28,0%	0,0%	24,4%
	Sözcü	Sayı	1	21	75	0	97
		Yüzde (%)	1,0%	21,6%	77,3%	0,0%	100,0%
		Yüzde (%)	7,1%	63,6%	34,4%	0,0%	36,5%
Toplam		Sayı	14	33	218	1	266
		Yüzde (%)	5,3%	12,4%	82,0%	0,4%	100,0%
		Yüzde (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Square Testi**

	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Pearson Chi-Square	23,535 <sup>a</sup>	6	,001

Açık hava panolarında (billboard) yoğun olarak yer almasına rağmen Tablo 15’de görüldüğü gibi Hürriyet Gazetesi’nin ilk sayfa haberlerinde yargı konusu % 8,7 olumlu, % 11,5 olumsuz; toplamda % 28,2 oranında yer alırken, Sabah Gazetesi’nde bu oran yalnızca % 6,2 gibi oranda olumlu; Sözcü Gazetesi’nde ise % 22,6 oranında (%21.6 olumlu) olarak yer almıştır. Bir diğer deyişle gazete haberlerinde “yargı” konusu Hürriyet Gazetesi’nde % 78,8, Sabah Gazetesi’nde % 93,8, Sözcü Gazetesinde ise % 77,3 oranında yer almamıştır. Buradaki bulgular değerlendirilecek olursa, gazeteler politikalarına göre bu haberin verilisinde de bu tutumların değiştirmemişler; Hürriyet tarafsız gözükmekle konunun hem olumlu hem olumsuz yönünü az da olsa dile getirirken, Sabah Gazetesi yalnız olumlu yönünü, Sözcü Gazetesi ise konunun yalnızca olumsuz tarafını gündeme getirmiştir.

➤ **Mesajda Terör Konusu**

Terör konusu, yıllardan beri Türkiye’nin en önemli ortak konularından bir olmuştur. Araştırmamızda bu konunun kampanya süresince gazetelere ne denli yansıtıldığı araştırılmıştır.



**Tablo 16: Mesajda Terör Konusu**

		Mesajda Terör Konusu				Toplam	
		Kodlanamıyor	Var - Olumlu	Var- Olumsuz	Yok		
Gazetenin adı	Hürriyet	Sayı	0	17	19	68	104
		Yüzde (%)	0,0%	16,3%	18,3%	65,4%	100,0%
		Yüzde (%)	0,0%	51,5%	55,9%	34,3%	39,1%
	Sabah	Sayı	1	15	0	49	65
		Yüzde (%)	1,5%	23,1%	0,0%	75,4%	100,0%
		Yüzde (%)	100,0%	45,5%	0,0%	24,7%	24,4%
	Sözcü	Sayı	0	1	15	81	97
		Yüzde (%)	0,0%	1,0%	15,5%	83,5%	100,0%
		Yüzde (%)	0,0%	3,0%	44,1%	40,9%	36,5%
Toplam		Sayı	1	33	34	198	266
		Yüzde (%)	0,4%	12,4%	12,8%	74,4%	100,0%
		Yüzde (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Square Testi**

	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Pearson Chi-Square	34,005 <sup>a</sup>	6	,000

Tablo 16’da görüldüğü gibi Hürriyet Gazetesi ilk sayfa haberlerinde “Terör” konusuna % 34,6 gibi bir oranda değinilirken, Sabah Gazetesi’nde bu oran % 23,1 iken Sözcü Gazetesi’nde ise % 15,5 gibi oldukça düşük bir oranda yer almıştır. Oranların oldukça düşük oranda kalmasının bir nedeni olarak, kampanya süresince siyasilerin bu konuya fazla değinmemiş oldukları yorumu yapılabilir. Çünkü değişime sunulan Anayasa maddeleri arasında bu konuyla ilgili doğrudan bir madde bulunmamaktadır. Ancak, güçlü devlet, vatan ve millet gibi kavramların dolaylı olarak etkilenecek bir durumdur.

Araştırmada sorulan sorulardan bir diğeri de “Sıkıyönetim” konusu idi Gazetelerin her üçünde de çok düşük oranda yer almıştır. Bu durum Hürriyet Gazetesi’nde % 89,4, Sabah Gazetesi’nde % 98,5, Sözcü Gazetesi’nde ise % 89,7 gibi bir oranda sıkı yönetim konusu yer almadığı şeklindedir. İncelediğimiz her üç gazetede de “Sıkıyönetim” konusu fazla ilgi görmemiştir denilebilir.<sup>16</sup>

➤ **Ekonomi ile ilgili haberler:**

Ekonomi haberleri Türkiye’nin sürekli gündeminde olduğu için bu konuda da haber başlıklarına ne kadar yansıtıldığıyla ilgili bulgularda konunun çok ilgi çekmediği ve bakış açılarının gazetelerin politikalarına göre

16 Bu nedenle, bu sorunun bulguları tablo olarak verilmemiştir.

değiştirdiği görülmektedir.

**Tablo18: Mesajda Ekonomi Konusu**

			Mesajda Ekonomi Konusu			Toplam
			Var- Olumlu	Var - Olumsuz	Yok	
Gazetenin adı	Hürriyet	Sayı	17	10	77	104
		Yüzde (%)	16,3%	9,6%	74,0%	100,0%
		Yüzde (%)	60,7%	38,5%	36,3%	39,1%
	Sabah	Sayı	9	0	56	65
		Yüzde (%)	13,8%	0,0%	86,2%	100,0%
		Yüzde (%)	32,1%	0,0%	26,4%	24,4%
	Sözcü	Sayı	2	16	79	97
		Yüzde (%)	2,1%	16,5%	81,4%	100,0%
		Yüzde (%)	7,1%	61,5%	37,3%	36,5%
Toplam		Sayı	28	26	212	266
		Yüzde (%)	10,5%	9,8%	79,7%	100,0%
		Yüzde (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Square Testi**

	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Pearson Chi-Square	22,262 <sup>a</sup>	4	,000

Tablo 18’de görüldüğü gibi “Ekonomi” konusu Hürriyet Gazetesi’nin ilk sayfa haberlerinde % 25,9 (% 16,3 olumlu) gibi bir oranla yer alırken bu oran % 13,8 gibi bir oranda olumlu olarak yer almıştır. Sözcü gazetesinde bu oran % 18,6 gibi oldukça küçük bir oranda olmakla birlikte ‘olumsuz’ olarak verilmiştir. Burada da yine bu bulgular, değişiklik istenen maddeler arasında doğrudan ekonomiyle ilgili bir madde bulunmamasına bağlanabilir.

Referandumda madde olarak konu edilmese de tümü ile ilgili bir yorum yapıldığında gelecek sistemin Cumhurbaşkanlığı sistemi olduğu bilindiğinden bu konuda bir Başkanlık Sistemine başlıklarda ne kadar değinildiği ile bulguda oldukça ilginç olarak, konuya olumsuz olarak Hürriyet (% 36,5) ve Sözcü (% 29,9) gazetelerinde değinilirken; Sabah Gazetesi’nde ise bu oran sadece % 3,1’dir.

### 4.3. Mesajın Dili ile ilgili çözümleme

Gazetelerde yer alan mesajların anlaşılabilir olması önemlidir. Mesajın dili ile ilgili çözümleme 6 başlık altında gerçekleştirilmiştir. Söz konusu başlıklar ve ilgili oldukları tablo şu şekildedir;

Mesajın anlaşılabilir olması, mesajın dili, mesajda slogan kullanma durumu, mesajda deyim/atasözü kullanma durumu gibi hususlar okuyucuyu etkilemede önemli olduğundan bu konu da araştırmamızda irdelenmiştir.

Tablo 19: Mesajın Anlaşılma Durumu

		Mesajın Anlaşılabilir olması				Toplam	
		Kodlanamıyor	Açık - Anlaşılıyor	Açık Değil - Anlaşılmıyor	Yok		
Gazetenin adı	Hürriyet	Sayı	1	89	4	10	104
		Yüzde (%)	1,0%	85,6%	3,8%	9,6%	100,0%
		Yüzde (%)	8,3%	49,2%	36,4%	16,1%	39,1%
	Sabah	Sayı	11	32	2	20	65
		Yüzde (%)	16,9%	49,2%	3,1%	30,8%	100,0%
		Yüzde (%)	91,7%	17,7%	18,2%	32,3%	24,4%
	Sözcü	Sayı	0	60	5	32	97
		Yüzde (%)	0,0%	61,9%	5,2%	33,0%	100,0%
		Yüzde (%)	0,0%	33,1%	45,5%	51,6%	36,5%
Toplam	Sayı	12	181	11	62	266	
	Yüzde (%)	4,5%	68,0%	4,1%	23,3%	100,0%	
	Yüzde (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

## Chi-Square Testi

	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Pearson Chi-Square	52,362 <sup>a</sup>	6	,000

Tablo 19’de görüldüğü üzere mesajın ‘‘Anlaşılma durumu’’ Hürriyet Gazetesi’nde % 85,6, Sabah Gazetesi’nde % 49,2, Sözcü Gazetesi’nde % 61,9’dur. Bu durumun yorumu yapılacak olursa, Hürriyet Gazetesi’nin mesaj aktarmadaki dilinin diğer iki gazeteye göre daha ‘‘anlaşılabilir’’ olduğu söylenebilir.

## SONUÇ

Türkiye’de uzun yıllardan beri süre gelen Parlamenter Sistem ve Başkanlık Sistemi tartışmalarında sona gelmiş ve 16 Nisan 2017 Referandumunu ile Türkiye tarihinde ilk kez bir sistem değişikliği amacı ile yapılan referandum neticesinde başkanlık sistemini öngören Anayasa değişikliği kabul edilmiştir.

Türkiye Siyasi tarihinde bir dönüm noktası olarak nitelendirilebilecek öneme sahip olan başkanlık sistemine geçiş, yardımcı güç olarak nitelendirdiğimiz medyanın da temel konusu olmuştur. Yazılı basın ortaya çıkış nedeni olan bilgilendirme ve haber verme işlevlerinin yerine getirilmesi bağlamında kitle

iletişiminde gerek toplumun yönlendirmesi ve gerekse verilecek kararlarda etkili bir algı yönetiminin ortaya konulması açısından önem taşımaktadır.

İçeriğinde bulundurduğu 18 madde ile birçok konuda çok önemli değişiklikleri barındıran ve Cumhuriyetin kuruluşundan buyana ilk kez bir sistem değişikliği ile kamuoyuna sunulan Anayasa değişikliği paketi acaba yazılı basın / medya tarafından gerçekten tarafsız kamuoyunu bilgilendiren konuyu değişik bakış açıları ile topluma sunan bir bilgi fonu sağlamış mıdır? Yoksa haberci ideolojik ve ekonomik kaygılarla mı şekillenmiştir?

Bu konuya açıklık getirebilmek amacıyla Sabah,

Hürriyet ve Sözcü gazetelerinde 26 Şubat - 15 Nisan tarihleri arası toplam 266 ilk sayfa haberlerinin fiziksel ve mesaj çözümlemeleri yapılmıştır.

Alan araştırması sonucuna göre Anayasa değişikliği paketinde yer alan maddeler konusunda yeterli bilgilendirme yapılmadığı görülmüştür.

Gazetelerde yer alan konular arasında özellikle “Demokrasi” ve “Cumhuriyet” konularına yeterince yer verilmediği saptanmıştır. Aynı oranlarda “Gelecek nesiller” konusuna da her üç gazetede de Hürriyet Gazetesi’nde % 70,2, Sabah Gazetesi’nde % 69,2 ve Sözcü Gazetesi’nde % 77,3 oranında yoktur. Güçlü Meclis konusuna yüksek oranda değinilmemiştir.

Tek adamlık konusu; Hürriyet Gazetesi’nde % 28,8 olumlu olarak, % 26,9 olumsuz olarak; Sabah Gazetesi’nde % 33,8 olumlu olarak ve Sözcü Gazetesi’nde % 48,5 olumsuz olarak işlenmiştir.

Yargı konusu; Sabah Gazetesi’nde hemen hemen (% 93,8) hiç yer almazken, Hürriyet ve Sözcü Gazetesi’nde % 20 - 25 oranlarında yer almıştır.

Başkanlık sistemi; Sabah Gazetesi haberlerinde başkanlık sistemine ait olumsuz haberlere yer verilmezken, Sözcü Gazetesi bu haberleri olumsuz yönde vermiş; Hürriyet Gazetesi ise haberleri tarafsız şekilde ele almıştır.

Referandum ile ilgili “evet” ve “hayır” haberlerinde Hürriyet Gazetesi’nde % 63 oranında ‘evet’ olarak yer alırken, Sabah Gazetesi’nde bu oran % 95,4 ‘evet’ şeklindedir. Sözcü Gazetesi’nde ise bu oran % 58,2 hayır, % 26,5 ise kodlanamıyor şeklindedir.

Fiziksel olarak incelendiğinde ise görsellerde; Hürriyet Gazetesi % 19,6 Cumhurbaşkanı’na, % 30,4 Başbakan’a, % 35,3 Kılıçdaroğlu’na, % 10,8 Bahçeli’ye yer verirken; Sabah Gazetesi % 50,8 Cumhurbaşkanı’na, % 43,1 Başbakan’a,

% 1,5 Bahçeli’ye; Sözcü Gazetesi ise % 5,3 Cumhurbaşkanı’na, %2,1 Başbakan’a, % 22,1 CHP Başkanı Kılıçdaroğlu’na yer vermiştir.

Bu da göstermektedir ki yazılı basın bağlamında incelenmiş olan Sabah ve Sözcü gazeteleri, birinci sayfa haberlerinde taraflı davranarak referandumla ilgili “Evet” ve “Hayır” tutumlarını açıkça belli ederken; kendi görüş ve ideolojileri doğrultusunda haber yaparak ve toplumu bu yönde bilgilendirirken, Hürriyet Gazetesi ise kamuoyunu yönlendirme değil, bilgilendirme yolunu izleyerek tarafsız habercilik anlayışını sürdürmüştür.<sup>1</sup>

1 Burada, Hürriyet’in sahipliğinin Referandum sürecinde henüz Doğan Medya Grubu’nun elinde olduğunu bir kez daha anımsatmak gerekir.

## KAYNAKÇA

- Arabacı, C. (2004). “Basın ve Siyaset Üzerine”, M. Işık (der.) Medyada Yeni Yaklaşımlar, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Aziz, A. (2019). Siyasal İletişim, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım (8. basım).
- \_\_\_\_\_ (2018). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım (13. basım).
- Balcı, Ş., Tarhan, A., ve Bal, E. (2013). Medya ve Siyasal Katılım 2011 Genel Seçimleri Konya Araştırması (1 b.). İstanbul: Literatürk Academia.
- Coşkun, V. (2017). “16 Nisan 2017 Tarihinde Kabul Edilen Anayasa Değişikliklerinin Değerlendirilmesi” Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 22 (36), 3-30.
- Demir, Ş. (2012). “İktidar-Basın İlişkilerinin Türkiye’de Görünümü (1918-1960)”, The Journal of Academic Social Science Studies, 5(6), 119-137.
- Demir, V. (2006). Medya Etiği, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Demir, V. (2007). Türkiye’de Medya Siyaset İlişkisi, İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Erdem, F. H., ve Herper, Y. (2011). Türkiye Cumhuriyeti Anayasaları ve Anayasa Önerileri, Ankara: Seta Yayınları.
- Ertürk, H. (2012). Referandum Sürecinde Yazılı Basının Kamuoyunu Oluşturma İşlevi (Yeni Şafak-Radikal Gazeteleri). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı (basılmamış doktora tezi).
- Eyüboğlu, E. (1999). “İletişim, Siyaset, İktidar, Medya”, A. Korkmaz (der.) Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar (s. 43-55), İstanbul: Afa Yayıncılık.
- Feridunoğlu, İ. C. (2016). “Çok Partili Siyasi Hayatımızda Medya Siyaset İlişkileri Bağlamında İktidar Olgusu”, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi 9 (44), 1047-1062.
- Gerbner, G. (1967). “Human Communication Theory”, F. E. Dance Mass Media and Human Communication Theory, New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Gezgin, S. (2008). “Gazeteciliğin Türkiye’deki Serüveni”, M. Işık, ve A. Erdem (der.) Tüm Yönleriyle Medya ve İletişim, Konya: Eğitim Kitapevi.
- Girgin, A. (2003). Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etiği. İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Girgin, A. (2008). Gazeteciliğin Temel İlkeleri. İstanbul: Der Yayınları.

- Gölcü, A. (2009). “Haber Söyleminde Medya-Siyaset İlişkisi: 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri”, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 81-101.
- Gözler, K. (2017). Elveda Anayasa: 16 Nisan 2017’de Oylayacağımız Anayasa Değişikliği Hakkında Eleştiriler, Bursa: Ekin Yayınları.
- Hardt, H. (2005). Eleştirelin Geri Dönüşü ve Radikal Muhalefetin Meydan Okuyuşu: Eleştirel Teori, Kültürel Çalışmalar ve Amerikan Kitle İletişim Araştırması. (der. M. Küçük), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Herman, S. E., & Chomsky, N. (1998). Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir. (çev. B. Akyoldaş), Minerva Yayınları.
- Hohenberg, J. (1963). Gazetecilik Mesleği. İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Işık, M. (2013). Medya ve Siyaset, Türkiye’deki İletişim Sisteminin Medya ve Siyaset İlişkilerine Yansımaları, (der.) Z. Damlapınar, Ankara: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- İnal, A. (2010). “Haber Medyası ve Seçim Kampanyaları”, Televizyon Haberciliğinde Etik, Ankara: 252-267.
- İnceoğlu, Y. (2007). “Kitle İletişim Araştırmalarında Medya-İktidar İlişkilerinin Tarihsel Gelişimi”, İstanbul: Medya ve İktidar - Mehmet Ali Aybar’ı Anma Sempozyumu.
- Kurban, D., & Sözeri, C. (2012). İktidarın Çarkında Medya: Türkiye’de Medya Bağımsızlığı ve Özgürlüğü Önündeki Siyasi, Yasal ve Ekonomik Engeller, İstanbul: TESEV Yayınları.
- MacBride, S. (1980). Many Voices, One World; Communication and Society, Today and Tomorrow, Paris: UNESCO.
- McNair, B. (2005). An introduction to Political Communication, London: Routledge.
- Neumann, E. N. (1998). Kamuoyu Suskunluk Sarmalının Keşfi, (çev. M. Özkök) Ankara: Dost Kitabevi.
- Öktem, N. (1986). Kamuoyu Oluşturmasında Basının Eğitim İşlevi ve Kamu Yararı Ölçütü, Genç Gazeteciler Eğitim Semineri, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

- Özçağlayan, M. ve Öztamur, D. (2013). “Türkiye’de 2011 Genel Seçimleri Sürecinde Yazılı Basının Siyasal İletişim Yönünden İncelenmesi”, M. Kemal Ün. Sos. Bil. Ens. Dergisi, s. 273-312.
- Özgen, M. (2002). Gazetecinin Etik Kimliği. İstanbul: İstanbul Üniv. İletişim Fakültesi Yayınları.
- Özgen, M. (1998). “Basın Özgürlüğü Kavramı”, İstanbul Üniv. İletişim Fakültesi Dergisi (7), İstanbul: İstanbul Üniv. Yayınları 53-58.
- Pınar, L. (2016). Türkiye’de Anayasa Referandumları ve Basın: 1961, 1982 Anayasaları ile 2010 Anayasa Değişiklik Paketi Referandumlarının Karşılaştırmalı Çözümlemesi (Cumhuriyet, Hürriyet, Tercüman/Bugün Gazeteleri Örnekleri. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şafak, C. (2008). “Sendika Özgürlüğünün Bir Parçası Olarak Referandum”, Mülkiye Dergisi , Ankara: 183-203.
- TBMM Araştırma Merkezi (2010). Referandum, Ankara: TBMM Basımevi.
- Teziç, E. (1997). Anayasa Hukuku, İstanbul: Beta Yayınları.
- Tokgöz, O. (1981). Temel Gazetecilik, Ankara: İmge Yayıncılık.
- Turan, S. ve Esenoğlu, C. (2006). “Bir Meşrulaştırma Aracı Olarak Bilişim ve Kitle İletişim Teknolojileri; Eleştirel Bir Bakış”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 1(2), 71-86.
- Vural, A. M. (2000). “Basın, Kamuoyu ve Üniversite”, Kurgu Dergisi, 117-126.
- Vural, S. (1994). Kitle İletişiminde Denetim Stratejileri, Ankara: Özlük Matbaacılık.
- Yaşın, C. (2006). “Siyasal Kampanya Yönetiminde Bütüncül Yaklaşım” Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (15), 631-650.
- Yaylagül, L. (2008). Kitle İletişim Kuramları, Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yıldırım, Y. (2006). “JurgenHabermas’ın İletişimsel Eylem Kuramı”, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8 (2), 249-268.
- Yıldırım, Y. (2012). “İletişimsel Eylem Kuramı Işığında Siyasal İletişim ve AK Parti Örneği”, Akademik İncelemeler Dergisi, Cilt 7, Sayı:1.

Yıldız, A. (der.) (2010). Bir Doğrudan Demokrasi Aracı Olarak Referandum Uygulama Örnekleri Türkiye-ABD-Avrupa Ülkeleri, Ankara: TBMM.

Yumlu, K. (1994). Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları. İzmir: NAM.

Yüksel, E. (2001). Medyanın Gündem Belirleme Gücü, İstanbul: Çizgi Kitapevi.

İnternet Kaynakları:

<https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k6771>. Türkiye Cumhuriyeti Anayasasında Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun.

[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK).  
(erişim tar.: 02 10, 2018)

[http://www.megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/moduller\\_pdf/T%C3% T.C](http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/T%C3% T.C).  
(Gazetecilik: Türk basının doğuşu ve gelişimi)

[http://www.tasam.org/tr-TR/Icerik/655/medya\\_ve\\_secimler](http://www.tasam.org/tr-TR/Icerik/655/medya_ve_secimler)

[http://www.tasam.org/trTR/Icerik/755/medya\\_baglaminda\\_22\\_temmuz\\_secimleri](http://www.tasam.org/trTR/Icerik/755/medya_baglaminda_22_temmuz_secimleri)  
(erişim tar.: 03 2019)

[www.kongar.org/medyanotu/239](http://www.kongar.org/medyanotu/239) (Kongar, E. Medya Siyaset İlişkileri Medya Notu-Aydınlanma Yazıları).

<https://www.evrensel.net/yazi/64366/yaklasan-secimler-ve-medya> (Arşan, E. Evrensel Gazetesi. Yaklaşan seçimler ve medya. (Erişim tar.: Ocak, 2018).

<http://hdl.handle.net/123456789/9770> (Işık, U., 2007 , Medya Bağımlılığı Teorisi Doğrultusunda İnternet Kullanımının Etkileri ve İnternet Bağımlılığı).





# Dijital Platformlarda Film İçinde Oyun Denemeleri Black Mirror-Bandersnatch Örneği

Prof. Dr. Deniz YENGİN  
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye  
denizyengin@aydin.edu.tr

Doç. Dr. Okan ORMANLI  
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye  
okanormanli@aydin.edu.tr

## ÖZ

İletişim araçları ve iletişim biçimleri hızlı bir şekilde analog dünyadan dijital dünyaya doğru evrilmiştir. 21. yüzyılın başından itibaren analog çağ yavaş yavaş sona ererken, dijital çağ her alanda hakimiyet kurmaya başlamıştır. İnternet altyapısı önceleri askeri bir gereklilik olarak ortaya çıkıp, kısıtlı olarak kullanıma açıkken günümüzde insanlar internetsiz bir yaşamı hayal edemez hale gelmişlerdir. Dijital teknolojilerin, kullanım oranına göre göreceli olarak daha rahat satın alınıp, kullanılıp, fazla tüketilir hale gelmesi, sosyal ve kültürel açıdan ölçülmesi ve incelenmesi gereken etkilere yol açmaya başlamıştır. Dijital platformlar da rekabet ortamında üyelerine çeşitli yenilikler sunmak için teknolojiyi ve yapay zekayı kullanmaktadır. Dünyanın önde gelen dijital platformlarından Netflix, teknoloji kullanımının günümüzdeki ve gelecekteki olası etkilerini ele aldığı beğeni toplayan “Black Mirror” dizisinden sonra “Black Mirror: Bandersnatch” adlı bir interaktif bir film üretmiştir. Yeni medyanın en önemli özelliklerinden biri olan etkileşim yani interaktiflik seyirciyi daha da aktif ve etkin hale getirerek farklı deneyimler yaşamasını da sağlamaktadır. Film oyun temelli bir yapıya sahiptir. Hem ana karakter Stefan hem de filmi izleyen seyirciler de oyunun ve içerdiği şiddetin pasif / aktif kullanıcısı ve kurbanı olmaktadır. Bu çalışma bağlamında bir Netflix ürünü ve interaktif kurgunun başarılı örneklerinden “Black Mirror: Bandersnatch”, iletişim çalışmalarında ve seyirci odaklı çalışmalarda kuramsal olarak öne çıkan oyun teorisi bağlamında filmsel anlatı çözümlemesiyle ele alınacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** İnteraktif, Kurgu, Bandersnatch, Oyun, Şiddet



# Game Trials In Film In Digital Platforms Black Mirror-Bandersnatch Example

## **ABSTRACT**

It has evolved into the digital world. While the analog age is slowly ending from the beginning of the 21st century, the digital age begins to dominate all areas. While the website appeared as a military necessity in the past, and limited use was available, today people have become unable to imagine a life without internet. According to the usage rate of digital technologies, it is relatively easy to buy, use and become more consumed. Digital platforms also use technology and artificial intelligence to offer their members various innovations in a competitive environment. After the "Black Mirror" series, he produces an interactive movie called "Black Mirror: Bandersnatch". Interaction, which is one of the most important features of the new media, interactivity, makes the audience more active and effective, and tries to have different experiences. The movie has a game-based structure. Includes severe passive / active user and victim. "Black Mirror: Bandersnatch", to be dealt with in the narrative analysis of the game theory about the theory that emerged theoretically in communication studies and audience-oriented studies.

**Keywords:** Interactive, Editing, Bandersnatch, Game, Violence

## GİRİŞ

İletişim; insanın doğasını belirleyen ve toplumsal açıdan anlam üretme sürecinin tamamını oluşturan sistematik bir yapı olarak ifade edilebilir. İletişim çalışmalarının ilk dönemlerinde yapılmış olan çalışmalar, iletişimin oluşma süreci içinde araçların bireyler üzerinde nasıl bir etki yarattığını incelemekteydi. Bu çalışmaların geliştirilmesi görüşüne dayanan birçok kuramcı ise, iletişim modeli araştırmalarını, bireylerin toplumsal alanda kullandıkları iletişim araçlarını “nasıl” kullandığına yönelik çalışmalar yapmaya yönelmiştir. Günümüzde geleneksel oyun anlayışı yerini teknolojik gelişimlerle dönüşüm geçiren konsol sistemler vasıtasıyla dijital ortamlara bırakmaktadır. Bu bağlamda türeyen yeni oyun kültürü “dijital oyun” olarak ifade edilmektedir (Yengin, 2010: 109). Dijital oyunlar, oyuncunun, diğer oyuncuların ve olayların birbirini ortaklaşa etkilemeleri anlamında öncelikli olarak etkileşimli bir yapıdadır.

Türkiye’de ise, yukarıda sözü edilen araştırmalara katkı sağlayan ve çalışma kapsamında da başvurulmuş olan “Oyun teorisi” yaklaşımının altını çizmekte fayda var. Araştırma, temelde kitlelerin kendileri için en yararlı olan içerikler için bir arayış durumunda olduklarına dayanan bir iletişim modelinden söz etmektedir. Bu kuramı oyuncu-kullanıcı odaklı olduğu kadar izleyici odaklı çalışmalara uyarlayabiliriz.

Günümüzde, birçok platformun dijitalleştiği de göz önünde bulundurulduğunda izleyicinin konumu da bu dijital dünyada yeniden düzenlenmiştir. Bu bağlamda, teknoloji ve içerik üreticilerinin son zamanlarda üzerinde yoğunlaştığı interaktif (etkileşimli) yayıncılık, film endüstrilerinin dijital platformlara yönelmesindeki temel sebeplerden biri olmaktadır. Bilgisayar ve internet teknolojisindeki gelişmeler, sayısal teknikle birlikte televizyon yayıncılığında değişimlere neden olmuş, aynı zamanda da daha önce var olmayan çeşitli ortamların da ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Castells’e göre, internetin, çok sayıda birey tarafından erişilebilir hale gelmesi ve ağlar aracılığıyla hayatın her alanında kullanılabilirliği, mobil iletişim teknolojileri ve internetin yakınsaması sonucunda oluşmaktadır. (Castells, 2008: 246). İzleyiciler, bu teknoloji sayesinde, istediği programı kaydeden ve aktif halde yayına katılabilen duruma gelmiştir.

Bu çalışmada, son dönemlerin önde gelen dijital platformlarından biri olan Netflix’te yayınlanan ve ilgi çeken televizyon filmi “Black Mirror: Bander-snatch” filmi ele alınacaktır. Bunun yanı sıra, yukarıda da belirtildiği gibi “Oyun Teorisi Yaklaşımı” bağlamında adı geçen film filmsel anlatı bağlamında irdelenecektir.

## OYUN TEORİSİ YAKLAŞIMI

Oyun Teorisi Yaklaşımı, esasen izleyicinin konumunu merkeze alarak iletişim araçlarının karşısında aktif ya da pasif olma durumunu irdelemektedir. Oyun teorisinin ilk ortaya çıkış tarihini Babil Talmud'undaki (MS. 500) bir evlilik ve miras örneği, (Walker, 2012:1) hatta Sun Tzu'nun Savaş Sanatı isimli parşömenleri (MÖ 500) üzerinden ilk çağlara kadar götüren araştırmacılara rastlamak mümkündür (Dimand & Dimand, 1996:105'den aktaran Genç & Kadah, 2018: 422). Bu yaklaşım, sosyal bilimler dahil olmak üzere biyoloji, mühendislik, siyasi bilimler, bilgisayar bilimleri alanlarında ağırlıklı olarak kullanılan bir teoridir. Bu teori, bireyin elde ettiği başarının başka kişilerin seçimlerine dayalı olduğu seçimler yapmasına dayalı ve bazı stratejik durumların matematiksel olarak davranış biçimlerini açıklamaktadır. Bu kuramın en temel özelliği, karar verici konumdakilerin diğer düşüncelerle uyumlu ya da rekabet içinde olduğu durumları modelleyen bir yaklaşım olmasıdır. Oyun teorisi, var olan çatışma durumlarının ikincil derecedeki değişken veya faktörlerin göz ardı edilerek basitleştirilmiş modellerle açıklanmasını mümkün kılar (Yıldırım, 2010: 15). Birden fazla karar verici konumundaki bireyler, oyun esnasında kendi çıkarlarını gözeterek en yüksek fayda getirecek şekilde karar vermek durumundadırlar. Oyun teorisini; oyun, oyuncu, strateji ve stratejik sonuçlar oluşturmaktadır (Erşen, 2013: 19). Oyun teorisinde olay ve olguları modellerken içinde bulunulan duruma göre çeşitli stratejiler belirlenmektedir. Bu stratejiler, varsayımlardan ve ihtimallerden yola çıkarak kişilerin hangi oyun gruplarını seçebileceklerini göstermektedir. Genel yapı itibarıyla incelendiğinde, bireylerin oyun grupları zamanla dengeye ulaşmakta, hiçbir bireyin kendi davranışı ile oluşan bu oyun kombinasyonunu değiştirememesi ve tek taraflı olarak kendi faydasını arttıramaması durumunda, farklı birey stratejileri dengesi elde edilmiştir. Oyun Teorisi akılcılık ilkesine dayanır. Her bir oyuncu kendi kazancının en yüksek olması için uğraşır (Özari vd., 2016: 5).

Her bir oyun bir ya da daha fazla oyuncu ile oynanmaktadır. Bu katılım, kişilerle birlikte olabileceği gibi kurumlar ve topluluklarla da olabilir. Buradaki kişiler kimi zaman parkta oynayan çocuklar, kimi zaman ülkeler, kimi zaman da rekabet içindeki şirketler olarak çıkmaktadır. Oyuncuların kendi tercihlerini belirli bir olasılık dahilinde yapmaları karma stratejili oyunları oluşturmakta ve burada da sonlu

sayıdaki oyuncunun, sonlu sayıdaki tercih ile oynadığı oyunların bir dengesinin olduğu öne çıkmaktadır. Bu durum "A Beautiful Mind" (Akıl Oyunları) filmindeki profesör John Nash'ten hareketle Nash dengesi olarak geçmektedir. Bu noktada her oyuncu, oyun içinde elinde olan eylemlerden birini seçmiştir ve bir oyuncu için seçilmiş olan bu eylem, diğer oyuncuların seçtikleri eylem gözetildiğinde görülen en iyi eylem olması durumunda, bu durumun bir Nash Dengesi oluşturduğundan söz edilebilir. Nash dengesinin bozulması gibi bir durum söz konusu değildir çünkü genellikle oyuncular yaptıkları tercihlerini değiştirmek istemezler. Bu sebepten dolayı özellikle oyun çözümlemesinde Nash dengesi oldukça önemli bir kavramdır.

Oyun teorisi yaklaşımı yaklaşımında birey, öncelikle bir bireyin kazancının ötekinin zararına olduğu oyunları çözümlmek için kullanılsa da daha sonradan çok geniş bir etkileşim alanını araştırmıştır. Oyun Teorisi yapılan seçimlerin muhtemel sonuçlarını ortaya koyar ve doğru verilere sahip olma durumunda belirli her bir durum için bir oyun kurulabilmektedir.

## DİJİTAL OYUNLAR ve GÖZETİM OLGUSU

Burada "Bandersnatch" adlı filmdeki oyun bağlantısından yola çıkılarak gözetim olgusu tartışılacaktır. Filmdeki karakter zamanla kontrol edildiğini anladığında çoğu zaman karşı çıkar. Ancak zamanla durumu kabullenir. Sistemin sınırlı seçenek ve özgürlük verdiğini anlar ve oyunu ona göre programlar. Böylece gönüllü gözetim ve denetim akla gelmektedir. Aşağıda Foucault'nun "İktidarın Gözü" adlı çalışmasına değinilmiştir. Netflix yapımı olan "Bandersnatch"i hem sistemin hem de Netflix'in gözü olarak da ele alabiliriz. Michel Foucault, Türkçeye "İktidarın Gözü" olarak çevrilen eserinde; genel olarak modern Batı toplumlarında iktidar ilişkileri bağlamında özneleştirme teknikleri ve bu teknikleri destekleyen kurum ve pratikleri değerlendirmektedir. Kitapta, akıl hastalıkları, suça eğilimlilik ve cinsel kimlikleri ve bunların sınıflandıran, kategorize eden; tıp, psikaytri, sosyoloji ve kriminoloji gibi alanları ve bu alanlara ait fiziki ortamlardan oluşan üst otorite kurumlarını incelemektedir. Akıl hastanesi ve hapishane gibi kurumlar çalışma bağlamında ayrıntılı biçimde ele alınmaktadır. Foucault bu bağlamda yukarıda adı geçen disiplinlerde olduğu gibi iletişim çalışmaları ve sinema çalışmalarının da vazgeçilmez referans kaynağıdır (Foucault, 2015).

Oyunlar ise, oyuncu konumundaki insanların özel

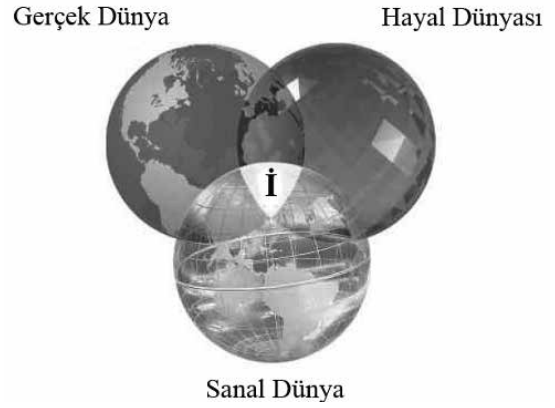
iletişimlerini gözden geçirerek ve onlar hakkında bilgileri toplayarak kurgusal bir “Big Brother” olarak çıkabilmektedir. Hükümet dışında, Facebook gibi şirketler de kullanıcıların faaliyetleri, tercihleri, alışkanlıkları, siyasi bağlantıları, genel konumları ve daha fazlası hakkında bilgi toplayabilmekte ve internet servis sağlayıcılarının kullanıcıların verilerini izinsiz satmasına izin vermektedir.

Filmin akışı içinde ana karakter bazı gizli dosyalara ulaşır. Bu dosyalarda çocukluğundan beri tüm yaşamının gözetim altında olduğunu fark eder. Çok sayıda yazılı dosya ve video kasetlerde on ait her türlü bilgi kayıt altına alınmıştır. Colin adlı ünlü oyun tasarımcısı da film içinde benzer görüşlerini Stefan’a aktarmıştır. Netflix kendisini filme oyuna katarak bir çeşit system deşifresi gerçekleştirirken Black Mirror ruhuna da vurgu yapmaktadır.

Foucault, kitabında “gözetim toplumu” olgusuna değinirken; “gözetleyen bakış”a vurgu yapmaktadır. Pek az harcama gerektiren bu bakış bağlamında; silaha, fiziksel şiddete ve maddi kısıtlamalara gerek yoktur. Gözetleyen bir bakış ve bakışın ağırlığını üzerinde hisseden herkes, bakışı öylesine içselleştirir ki, sonunda artık kendini gözleme noktasına ulaşır ve bu gözetim, tüm topluma sirayet eder (Foucault, 2015: 95).

## BANDERSNATCH”İN OYUN VE ŞİDDET BAĞLAMINDA ÇÖZÜMLENMESİ

Bilgisayar teknolojileri ve internetin bir ürünü olan yeni medya eğlence endüstrisinin hem üretim hem de pazarlama alanlarını genişletmesiyle birlikte görsel sanatları takip eden seyircinin konumunu değiştirmiştir. İzleyici (kullanıcı-üye-abone), kitle iletişim araçlarının yeni medya araçlarına dönüşümü bağlamında filmlerle doğrudan etkileşim halinde bulunmakta, bu nedenle de yerleşik seyir kültüründen uzaklaşmaktadır. Çoğunluğu dijital yerli kuşak olan kitleler, filmlerin hem içeriksel hem de biçimsel özelliklerine bağlı olarak filmin bir öznesi olarak konumlandırılmak ve filmde üretilen anlamla doğrudan etkileşim kurmak istemektedir. Böylelikle izleyici artık edilgen alıcı rolünden sıyrılıp, filmin anlamını yeniden inşa etmektedir. Aynı zamanda filmin devamlılığı anlamında seyir esnasında aktif ve bilinçli konumunu korumak durumunda kalmaktadır. Bu şekilde interaktif (etkileşimli) kurgu, bu mecrada bazı seçimleri seyircinin kontrolüne bırakılmasıyla mümkün olmaktadır.



**Şekil 1:** Bireysel Karar Verme Aşaması  
([http://newmedia.yeditepe.edu.tr/pdfs/isimd\\_06/22.pdf](http://newmedia.yeditepe.edu.tr/pdfs/isimd_06/22.pdf) sitesinden aktaran Yengin, 2010: 120)

Netflix, Amerika başta olmak üzere tüm dünyada yayımlarını yapan çevrimiçi medya hizmetidir. Son yapılan araştırmalarda Covid-19 salgını nedeniyle insanların eve kapanmasıyla 2020'nin ilk çeyreğinde 15.8 milyon yeni aboneye ulaşmıştır. Toplam 182.9 milyon aboneye sahip platformda, bazı içerikler 85 milyon aboneye ulaşmaktadır (URL 1). Yeni teknolojilerin abone ve müşteri odaklı olması, bu tür platformların interaktifliği, yeni medyayı ne şekilde kullandığı, nasıl hem özne hem de nesne oldukları konusunda zengin veriler barındırmaktadır. Netflix bir bakımdan, gelecek planlarını geçmişte geçen bir film üzerinden üyelerini de bilgilendirerek ve deneyimleterek oluşturma çabasıdadır.

2018 yılı Netflix yapımı olan “Black Mirror: Bandersnatch” adlı film İnteraktif bir akışa sahiptir ve uzunluğu seçim ve tercihlere göre değişmektedir. Filmin senaryosu “Black Mirror” dizisinin yaratıcısı Charlie Brooker tarafından yazılmıştır. Fimdeki şiddet sahneleri nedeniyle 18 yaş sınırlaması bulunmaktadır. 1980’lerde geçen filmde genel olarak, yıllar önce bir tren kazasında annesini kaybeden ve sonrasında babasıyla yaşayan Stefan adlı gencin bir video oyunu tasarlama süreci ve bu süreçte yaşadıkları ele alınmaktadır.

Adı geçen film uluslararası basında da sıkça ele alınmıştır. Bunların birinde; Bandersnatch’ın televizyonun tüketilmesi açısından büyük yenilikler getiren bir yapım mı yoksa büyük bir reklam stratejisi mi olduğu tartışılmaktadır. İzleyici, filmi izlerken bir yandan kendi yaptığı tercihlerin ne kadar filmin akışını

etkilediğini sorgularken, “Black Mirror”ın dert edindiği konuların üzerinde daha aktif bir şekilde düşünmeye başlamaktadır. Netflix mühendisleri alternatif gidişatlarla farklı sonlara doğru ilerleyen “Black Mirror: Bandersnatch” gibi dallı budaklı senaryoların yazılabilmesi amacıyla Branch Manager adında bir yazılım geliştirmişlerdir. 5 farklı sona sahip Bandersnatch’i küçük tercihlerle birlikte 1000 farklı senaryo şeklinde izlemeniz mümkündür. Romantik dizilerden korku filmlerine kadar farklı yapımlarda devreye girecek interaktif izleme teknolojisinin şirketin geleceğini nasıl kurtacağı, izleyicilerin hangi eğlence anlayışını “tercih edeceğine” göre değişeceği öne sürülmektedir (URL 2).

Kristen Daly, “Cinema 3.0: The Interactive Image” adlı makalesinde dijital sinema yerine “Cinema 3.0” (Sinema 3.0) terimini kullanmaktadır. Daly, dijital kelimesinin sinemanın şimdiki durumunu nitelendirmeye yetersiz kaldığını öne sürmektedir. Yazar, bununla birlikte, bazı filmlerin çeşitli ipuçlarıyla başka çoklu ortamlara referans verdiğini ifade etmektedir. Dijital çağda doğanlar için bu tür filmler sadece tüketilen bir içerik olmaktan çıkıp çözülmesi gereken interaktif bir oyuna dönüşmektedir (Daly, 2010: 89-90). Dünyada oyun piyasasının giderek güçlenmesi bir anlamda dijital yerli kuşağın arz-talep dengesinde kritik konumda olmasıyla doğrudan bağlantılıdır. Dijital şiddet konusu başlı başına ele alınması bir konudur. Ancak çalışmanın sınırlılığı bakımından “Bandersnatch” filmi bağlamında dijital oyunlar ve şiddet ele alınması gereken konular arasına girmektedir. Deniz Yengin “Dijital Oyunlar ve Şiddet” adlı makalesinde oyun ve iletişim ortamından başlayarak ele aldığı ve irdelediği konularla Bandersnatch’i anlamamızı da kolaylaştırmaktadır.

Yengin, oyunların; sınırlı, kurallı ve ciddi olmadığını ifade etmektedir. Oyun özgür bir ortamdır ve günlük yaşamın dışında kalır. Oyuncu yoğunlaşır böylece oyunun dünyasına ve kurallarına uygun davranır (Yengin, 2014: 320). Yazarın ele aldığı diğer konu “sihirli çember”dir. Oyuncular oyuna başlamak için görünmez bir çembere giriş çıkış yapmalıdır (Yengin, 2014: 321). Makalede Roger Caillois’in “Man, Play and Games” kitabına da değinilmektedir. Caillois oyunları dört kategoriye ayırmaktadır: Agon, Alea, Mimicry ve İlinx. Mimicry (Simulasyon), karnaval, tiyatro ve sinema tanımlamalarıyla ve yabancılaşma, kişilik bozuşması gibi özellikleriyle Bandersnatch’deki yaklaşımlara yakın durmaktadır (Yengin, 2014: 323). Çalışmada şiddet ; düz ve por-

nografik şiddet olarak ikiye ayrılmaktadır. Düz şiddet, cinsellik boyutu taşımaz ve doğrudan saldırıyı ifade eder. Bu tür şiddetin bağlantılı sporar bağlamında özendirildiği de iddia edilmektedir. (Yengin, 2014: 323). “Bandersnatch”de düz şiddet ön plana çıkmaktadır. Yengin, dijital oyunlarda şiddet kavramını yeni şiddeti temsil ettiğini ifade etmektedir. Bu oyunların alt türü olan interaktif oyunlarının ikoniki anlatısal ve interaktif olarak çeşitli kategorilere ayrıldığını ise Refik Toksöz’den aktarmaktadır (Yengin, 2014: 332).

Yazar şiddetin biçim değiştirdiğini ve değişimin teknolojik gelişmelerle bağlantılı olduğunu ileri sürmektedir. Dijital oyunlar bireylere farklı gerçeklikler sunarken, bu kurmaca dünyada ise şiddet iletileri öne çıkmaktadır. Daha önce değinilen “Sihirli Çember” dijital oyunlarda da geçerlidir. Oyuncular bu çember sayesinde farklı dünyaların içine çekilmekte ve simülasyonların parçası olmaktadır.

## FİLMİN KRONOLOJİK AKIŞI

Film 9 Temmuz 1984’te başlamaktadır. Ana karakter Stefan 5 yaşında iken anne ve babası tartışmış ve annesi tren kazasında hayatını kaybetmiştir. Bu olaydan dolayı kendini suçlamaktadır. Babasıyla birlikte yaşayan Stefan sürekli oyun tasarlamakla meşguldür. Tasarladığı oyun bir kitaptan uyarlanmıştır ve filmin kendisi gibi interaktif bir yapıya sahiptir.

Filmin akışı boyunca, ekranda karakterin seçimlerinin seyirciler tarafından yapılabilmesi için belli bir süre içinde bazı seçenekler sunulmaktadır. Bu seçimler aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Filmde bu tür yenilikçi buluşların yanı sıra karakterin psikolojik durumu üzerine de yoğunlaşmıştır. Ana karakter sürekli geçmişi sorgulamaktadır. Ayrıca olayların 1980’lerde geçmesi de günümüzdeki 80’ler nostaljisi bağlamında filme olan ilgiyi arttırmaktadır. Filmin evreni bağlamında sunulan müzikler, kitaplar ve filmler anlatımı desteklemektedir.

Filmdeki seçeneklerin neredeyse hepsinde, ana karakterin “Bandersnatch” adlı bir fantastik ve etkileşimli kitabı saplantılı bir şekilde oyunlaştırma çabaları sık sık tekrarlanmaktadır. Bir anlamda ekran karşısında saatlerce oyunlarla, dizilerle ve filmle vakit geçirenlere de bir gönderme söz konusudur. Filmde çok sayıda şiddet eylemi yer almaktadır. Böylece bir şekilde hedef kitlenin yani seyircinin şiddete olan meyli

de ölçülmektedir. Filmde ana karakterin evi dışında Tuckersoft oyun şirketi de ön plandadır. Stefan tasarladığı oyunu bu şirketten piyasaya sunmak istemektedir. Filmde çeşitli varyasyonlarla oyunun satışa çıkışı ve tepkiler yansıtılır. Bu bağlamda, genç adamın tasarladığı oyun piyasaya çıkar ve başarısız olur. Bu durum onun için büyük bir hayal kırıklığı olur. Bunun da bir istisnası olur, ancak bu başarı uzun sürmez.

Filmde, seçimler ve tercihler bağlamındaki interaktif yapı zaman zaman seyircinin kafasını karıştırır. Psikolog sahnesindeki karakter, “bunlar birini

eğlendirmek içinse ‘senaryo neden eğlenceli değil’ diye sorunca dövüş sahneleri ekrana gelinde film bir anda oyuna dönüşür. Her şeyin kurmaca set olduğu hissi ve geçekliği izleyiciye aktarılır. Bu bağlamda, kitap, film ve oyun içiçe geçmektedir. Filmin çeşitli alternatif sonları bulunmaktadır. Seyirci seçimleri bağlamında dizi en başa dönebilmekte, geriye gidebilmektedir. Dizinin toplam süresi ve finali (ya da ilerlemesi) tamamen izleyici odaklı yapılmıştır. Böylece seyirciler kendi kişisel ve özgün sinema deneyimlerini yaşayabilmektedirler.

Stefan'ın Evi (1984)	Kritik Hata	Bilgisayarı Parçala	Masaya vur
Stefan'ın Evi (1984)	Fotoğraf mı Kitap mı?	Aile Fotoğrafını Al	Kitabı al
Stefan'ın Evi (1984)	Şifreyi Gir	Toy	Pac
Stefan'ın Evi (çocuk)	Annesiyle gitsin mi?	Evet	Hayır
Stefan'ın Evi (1984)	Kim var Orada?	Netflix	II
Stefan'ın Evi (1984)	Açıklamaya çalış	Biraz daha anlat	Açıklamaya Çalış
Stefan'ın Evi (1984)	Biraz daha anlat	Biraz daha anlat	Konuşmayı kes
Dr.Haynes'in Ofisi	Daha fazla aksiyon	Evet	Kesinlikle
Dr.Haynes'in Ofisi	Dövüşsün mü Kaçsın mı?	Pencereden Kaçmaya Çalış	Onunla Dövüş
Dr.Haynes'in Ofisi	Karate Vuruşu mu Tekme mi?	Karate Vuruşu	Tekme at
	<i>Bir hayatın sonuna geldin. Başka gerçekliği denemek ister misin?</i>		
Colin'in evi	Lsd kullansın mı?	Evet	hayır
Colin'in evi	Kim Atlayacak?	Stefan	Colin
Stefan'ın Evi (1984)	Fotoğraf mı Kitap mı?	Aile Fotoğrafını Al	Kitabı al
Stefan'ın Evi (1984)	Kim var Orada?	Netflix	II
Stefan'ın Evi (1984)	Babasını Öldürsün mü?	Babanı Öldür	Vazgeç
Stefan'ın Evi (1984)	Bölünmüş ekran	Şifreyi Gir (Pac)	Babanı Öldür
Stefan'ın Evi (1984)	Kim var Orada?	P.A.C.S. (Program ve Kontrol merkezi)	II
Stefan'ın Evi (1984)	Telefon Görüşmesi	*Cesedi Göm	**Cesedi Parçala

(Not: Tablo hem kişisel hem de otomatik seçimler sonucu oluşturulmuştur)

**Tablo 1.** Bandersnatch Tercihler Tablosu

Yukarıda, yaklaşık yirmi soru ve alternatif cevaplarından oluşan tabloya göre film, çoğunlukla az sayıda ki mekanda; Stefan'ın evi ve Dr. Haynes'in ofisi gibi mekanlarda geçmektedir. Ana karakterin evi, oyunun

tasarlandığı, rüyaların görüldüğü, babayla tartışılan, geçmişe dönmek için bir kapı ve geçit görevi de görmektedir. Stefan odasında ve diğer odalarda çeşitli deneyimler yaşamakta ve geçmişle hesaplaşmaktadır.



Tablodaki son satırdaki “Cesedi Göm” / “Cesedi Parçala” seçimi Stefan’ın babasıyla ilgilidir. Buradaki seçimler bağlamında farklı karakterler Stefan’ın evine gelip giderler. Colin adlı tasarımcısı eşini sorar ve gider. Yine seçimler bağlamında oyun şirketinin patronu gelir ve öldürülür. Patron yerine Colin gelince iki seçenek vardır; ölmesi ve ölmemesi. Bütün seçenekler Stefan’ın tutuklanmasını engellemez. Her halükarda oyun şirketi kapanır. Ancak kombinasyonların birinde ilk kez oyun başarılı olur ve 5 yıldızlık övgü alır. Diğer seçenekler bağlamında tespit edilebilen dört ayrı oyun yorumları ise aşağıdadır:

- Oyunlar gelecekte her yerde oynanacak
- Bilgisayar ve televizyonda oyun oynanacak.
- Bugünün tasarımları Hollywood’a malzeme olacak
- Sanal gerçekliğin gerçek olmasına zaman var.

Filme dair alternatif dünyaların birinde, günümüzde program Colin’in kızı oyunu devralır ve yeniden programlar. Bu karakter, “Bandersnatch” filmi tasarlayan gibi gösterilir. Ama o da sorunlar yaşar. Görüldüğü üzere Bandersnatch, interaktif kurgu, şiddet, gözetim toplumu, oyun teorisi ve Netflix’in içinde bulunduğu medya endüstrisine dair eleştirel yorumları da içinde barındırmaktadır.

## SONUÇ

Yeni medya aynı zamanda tüketimin ve pazarlamanın itici gücü haline gelerek, mal ve hizmetlerin ilk kez tanıtıldığı ve piyasaya sürüldüğü bir platform haline gelmektedir. Yeni medya giderek klasik ve ana akım medyanın önüne geçmektedir. Küreselleşmenin de etkisiyle çoğunlukla batılı ve çoğunlukla ABD kökenli şirketler dünya pazarına hakim olma çabaları içerisinde. İletişim çalışmalarının gözde konular arasında; kültür endüstrisi, medyada tekelleşme, yakınsama ve yöndeşme artık daha görünür hale gelmiştir. Diziler ve filmler çoğu zaman bu anlayışın itici gücü haline gelmektedir.

Bu çalışmada yukarıda bahsi geçen konu ve olgular bağlamında “Black Mirror: Bandersnatch” adlı film incelenmiştir. “Black Mirror” serisi daha çok günümüzde ve gelecekte teknolojinin olası yararları ve zararlarının üzerine yoğunlaşan eleştirel yaklaşımlara sahip distopik bir dizi olmuştur. 1984’te geçen “Bandersnatch” ise 5 yaşında annesini bir tren kazasında kaybeden ve kendini suçlayan, oyun tasarlama-

ya çalışan bir genci temel almıştır. Bununla birlikte dizi piyasasına hakim olan ve bir dizinin en az 3-4 bölümden oluşan 1-2 sezon halinde yayınlanması formatının dışına çıkılarak, interaktif yapı içinde aslında birden fazla bölüm tek bir yapı içerisinde parçalı olarak verilmektedir.

Stefan adlı karakter ise interaktif bir oyun tasarımı yapan biridir. İnteraktif edebiyat ve sinema denemeleri zaman zaman gündeme gelmekte fakat uzun soluklu ve kalıcı olamamaktadır. “Bandersnatch” adını aldığı roman ve yazarıyla birlikte Stefan’ın tüm zamanını çevrelemiştir. Film boyunca seyirciler ekranda sunulan seçeneklerle ana karakter olan Stefan’ı yönlendirmeye teşvik etmektedir. Ana karakter babasına ve düzenli olarak gittiği psikoloğa da bu durumu anlatmaktadır.

Dijital oyunlar ve şiddet konusu “Bandersnatch” birlikte değerlendirilmiştir. Filmin çeşitli bölümlerinin oyuna dönüşmesi dijitalleşmenin ve interaktivitenin bir sonucudur. Kültür endüstrisi tüketimi yaygınlaştırmak için her türlü mecrayı kullanabilmektedir. Netflix ürünü olan yapım bir yandan da sistem eleştirisi yaparak seyirciyi kendisiyle de yüzleştirmektedir. Filmin teknik anlamda değerlendirilmesi yapılırsa, interaktif oluşuma katkı sağlayan grafik ve görüntülerin sıklıkla kullanıldığı ve interaktiviteye çok yer verildiği görülmektedir. Film içinde birden fazla değişkenin olduğunun saptanması filmi izleyen kullanıcıların da seçecekleri tercihlerin fazla olduğunu gösterir niteliktedir. Film üzerinde birden fazla seçeneğin olması film hakkında tek bir doğrunun olmadığını gösterir niteliktedir.

Çalışma kapsamında ayrıca, seyircinin önüne gelen tüm sorular ve seçenekler tablolastırılarak tercihlere dair bulgular tablo bağlamında irdelenmiştir. Çalışmada yer verilen tablodaki sorulara verilen yanıtlar bağlamında çoğu zaman filmin ana meselesi olan “Bandersnatch” adlı oyun çoğu zaman başarı kazanmamaktadır. Sadece bir seçim kombinasyonu başarı gelir ama geçici olur. Bu bağlamda seyircinin etkinliği, gücü, etkileşimi ve seçimlerinin filme etkisi sınırlı kalmaktadır. Kısacası interaktif kurgu filmi kurgulayanların izin verdiği kadar mümkün olabilmektedir. Aynı zamanda bu kurgu, oyuncuların karakterleri kontrol etmesi ve çevreyi etkilemek için metin komutları kullandığı ortamları simüle ettiğinden izleyicilerin de filmin içine dalmasına direkt olarak olanak tanımaktadır. Geleneksel içerikle karşılaştırıldığında, etkileşimli tür, izleyicilerin bir programı ne zaman, ne

kadar süreyle izlediklerinin verilerini toplama ve veri toplama yeteneğine sahip yeni bir veri madenciliği biçimidir. Bu türle birlikte izleyicilerin müzik zevki, ürün tercihi ve insan davranışına katılım gibi gerçek zamanlı kararların göstergesi çözümlenmektedir.

Film farklı temalar içermesine rağmen filmdeki önemli konulardan biri, izleyicinin kahramanı ele alma şeklidir. Bu etkileşimli film, içerik oluşturucunun özgür irade ile kontrol arasındaki baskıyı açıkça ele aldığı interaktif bir video oyununun üretilmesiyle ilgilidir. Filmin anlatı formunun olmaması, her izleyici farklı bir şey izlediğinden “Bandersnatch”ın ortak bir görüşüne, düşüncesine veya analizine sahip olmak zordur. Filmin net bir başlangıcı, ortası ve sonu ve dolayısıyla kayıp bir anlatı formu bulunmamaktadır.

## KAYNAKÇA

- Castells, M. (2008). Ağ Toplumunun Yükselişi. 1. Cilt, 2. Baskı. (Çev). Ebru Kılıç. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Daly, K. "Cinema 3.0: The Interactive Image", Cinema Journal, Number1, Fall 2010, pp. 81-98.
- Erkan Erşen, "Karar Problemlerinin Çözümü İçin Oyun Teorisi ve Coğrafi Bilgi Sistemleri Tabanlı Bütünleşik Bir Yaklaşım", Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, 2013, ss.19.
- Foucault, M. İktidarın Gözü, İstanbul: 2015.
- Özari, Ç., Turan, K., Ulusoy, V. (2016). Oyun Teorisi (İşletme, Ekonomi Ve Finans Öğrencileri İçin...), Ankara: Pegem Akademi
- Seray Yıldırım, "Oyun Teorisi İle İMKB'de Sektör Analizi," Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010, ss. 15.
- Yengin, D. Dijital Oyunlar ve Şiddet, İletişim ve içinde, Aysel Aziz ve Suat Sungur (ed.), İstanbul: Hiperlink. 2014.
- Yengin, D. (2010). Dijital Oyunlarda Şiddet Kavramı- Yeni Şiddet. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Walker, P. (2012). A chronology of game theory. University of Canterbury, New Zealand website.
- Yılmaz Genç, Sema & Kadah, Hamza. (2018). Oyun Teorisi ve Nash'in Denge Stratejisi / The Game Theory And Nash's Equilibrium Strategy. Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 14. 419-440.
- İnternet Kaynakları:
- (URL 1). <https://boxofficeturkiye.com/haber/netflix-ilk-ceyrek-raporunu-acikladi-salgin-etkisiyle-158-milyon-yeni-aboneye-ulasildi--2581>. Erişim tarihi: 22.04.2020
- (URL 2). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-46793797Black-Mirror>: Erişim tarihi: 25.04.2020

# VIDEO SANATINDA DİJİTAL GÖRSEL KÜLTÜR: BILL VIOLA'NIN 'GEÇİCİ' SERGİSİNDEN 'SAL (THE RAFT)' VİDEOSU ÜZERİNE İNCELEME

Pınar Karaca

İstanbul Ticaret Üniversitesi Doktora Öğrencisi

## ÖZ

Dijital dönüşüm süreci, kültürel yapıyı etkisi altına alan, yeni imgesel biçimlerin meydana gelmesini sağlayan, bireylerin imgelere yönelik anlamlandırma aşamalarını çeşitlendiren ve yeni bir sürece adım atılmasına zemin hazırlayan niteliklere sahiptir. Bu sürecin yansımalarını ise görsel kültürün hakim olduğu alanlarda görmek mümkün hale gelmektedir. Dijital dönüşüm sürecine bağlı olarak şekillenen görsel kültür yapıları da bireylere yeni yaratımlarla ulaşmaya çalışmakta ve yeni imgesel nitelikler kazanmak adına, işlemler gerçekleştirmektedir. Bu sebeple günümüzde sanat yaratımları değişime uğrayarak, dijital görsel kültür özellikleri ve dijital bilgi teknolojilerinin altyapısı kullanılarak oluşturulmaktadır.

Araştırmada ise görsel kültür, dijital görsel kültür ve dijital video sanatına dair bilgiler sunulmaktadır. Ayrıca video sanatının öncüllerinden olan Bill Viola'nın 'Sal' (The Raft) eseri, Panofsky'nin ikonografik ve ikonolojik eleştirel yaklaşım analizi dikkate alınarak, incelenmektedir. İncelemede Bill Viola'nın dijital bilgi teknolojilerini video sanatına uyarladığı, ışık-gölge oluşumlarında Rönesans dönemini referans alarak tasarladığı, yaşam, ölüm, yeniden doğuş ve hakikati arama gibi dini mitolojik temaların çeşitli imgelerle izleyiciye aktardığı sonucuna varılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Video Sanatı, Dijital Görsel Kültür, Bill Viola, The Raft



# **DIGITAL VISUAL CULTURE IN VIDEO ART: A REVIEW OF “THE RAFT” VIDEO FROM BILL VIOLA’S ‘TEMPORARY’ EXHIBITION**

## **ABSTRACT**

The digital transformation process has the qualities that affect the cultural structure, enable the emergence of new imaginative forms, diversify the stages of interpretation of individuals towards images and prepare the ground for a new process. It is possible to see the reflections of this process in the areas dominated by visual culture. Visual culture structures, which are shaped depending on the digital transformation process, try to reach individuals with new creations and carry out processes to gain new imaginative features. For this reason, today, art creations are created by using digital visual culture features and infrastructure of digital information technologies.

In the research, information on visual culture, digital visual culture and digital video art is presented. In addition, the ‘Sal’ (The Raft) by Bill Viola, one of the pioneers of video art, is examined by taking into consideration Panofsky’s iconographic and iconological critical approach analysis. In the study, it is concluded that Bill Viola adapted digital information technologies to video art, designed it as a reference to the Renaissance period in light-shadow formations, and transferred to the audience with various images of religious mythological themes such as life, death, rebirth and truth seeking.

**Keywords:** Video Art, Digital Visual Culture, Bill Viola, The Raft

## 1. GÖRSEL KÜLTÜR

Görsel kültür, görsel ve kültürel olguları içerisinde bulunduran bir kavram olarak tanımlanmaktadır. 'Görsel', görmeyle ilişkili olan, görmeye dayalı anlamını taşımakta (TDK, Türkçe Sözlük, 1998: 565) ve en kapsamlı haliyle görülebilen her şey olarak açıklanmaktadır. 'Kültür' ise 'bir topluma veya halk topluluğuna özgü düşünce ve sanat eserlerinin bütünü'nü (<https://sozluk.gov.tr> (Erişim Tarihi: 28.03.2020)), kapsayan olguları oluşturmaktadır. Bu sebeple görsel kültür, farklı disiplinler öğelerden beslenerek, varlığını gerçekleştirilmektedir. Özellikle de sosyoloji alanından beslenmekte, öte yandan 1980'li yılların sonundan itibaren; antropoloji, psikoloji, sanat tarihi, kültür çalışmaları ile interdisipliner bir bilim olarak akademik bir alan haline almaktadır.

Barnard'a göre görsel kültür, "Görsel olan, insanlar tarafından üretilmiş, yorumlanmış ya da meydana getirilmiş, işlevsel, iletişimsel ve / veya estetik amacı olan her şey" olarak tanımlanmaktadır (2003: 34). Bu tanımlamaya bağlı olarak; görsel kültür öğelerinin insan yaratımı sonucu meydana getirilen ve insan zih-

ninde değişik anlamlandırmalar gerçekleştirmek neticesiyle, onları farklı faaliyetlere yönlendiren olgular olduğunu belirtmek doğru bir yorumlama olacaktır. John Berger, "görme konuşmadan önce gelmekte, çocuk konuşmaya başlamadan önce bakıp tanımayı öğrenmektedir. Ne var ki başka bir anlamda da görme sözcüklerden önce gelmektedir. Bizi çevreleyen dünyada, kendi yerimizi görerek bulmaktayız. Bu dünyayı sözcüklerle anlatır ama sözcükler dünyayla çevrelenmiş olmamızı hiçbir zaman değiştirememektedir" (2013: 10) diyerek, görme eylemini ve onu anlamlı bir hale getiren nesnelere, bireyin kendini tanıma, doğa ve hayatı anlamlandırma faaliyetleri için temel unsur olduğunu belirtmeye çalışmaktadır.

Buna bağlı olarak görsel kültür, sosyal ve beşeri alanlarda oluşturulan, kültürel değişimin ve dönüşümün bir parçası olma niteliği taşımaktadır. Yalnızca kuramsal modellere dikkat ederek, yeni bakış açılarının üretilmesini değil, ayrıca yeni düşünme modellerinin üretilmesi de gerekmektedir. Kültürel anlamlar üretmede, kültürün içinde estetik değerlerin, cinsiyet stereotiplerinin ve iktidar ilişkilerinin belirlen-

me ve korunmasında görüntünün merkezi konumu hesaba katılarak görsel kültür öğeleri tasarlanmaktadır (Akay, 2007: 23). Dobbs; resimlere, çizimlere, heykellere, mimari yapılara, filmlere ve buna benzer ürünlere işaret ederek sanatın, görsel üretimin temel dinamiklerinden biri olduğunu, görsel kültürde sanat ürünlerinin referans alınmasıyla, görüneni sanat ürünü haline getirip görenin bu ürünü anlamlandırması için alan bıraktığını belirtmektedir (Dobbs, 1998: 9).

Popper, dünyayı üçe ayırmaktadır:

1. Doğal çevreyi oluşturan, nesne ve olgular,
2. İnsanın; duyma, düşünme, bilgi edinme, değerlendirme, karar verme gibi öznel aşamaları,
3. İnsanın ikinci dünyada gerçekleştirip açığa vurduğu fakat zamanla nesnel ve özerk kimlik kazanan kültürel yapıt ve süreçleri kapsamaktadır (Yıldırım, 2011: 61). “Sanat, bilim, matematik, din, dil, felsefe, vb. üçüncü dünyanın parçaları olarak sayılmaktadır. Üçüncü dünyanın en önemli özelliği: ikinci dünyadan kaynaklanmasına rağmen, öznel yaşamdan bağımsız, nesnel ve özerk olmasıdır” (Yıldırım, 2011: 61). Bu durumda görsel kültür, kişisel süreçler yoluyla var olan, devamında toplumsal bilinçle objektifleşen ve kültürel niteliklere hâkim olan sanat ürünleri olarak değerlendirilmektedir.

Kültürel değerlerin mevcut olduğu, işlevsel ya da iletişimsel özelliğe sahip, sosyo- kültürel yapı ve tarihsel sürecin bir bölümü olan, daha geniş görsel kültür tanımlarına da yer vermek gerekmektedir. Barnard’a göre görsel kültürde, insan tarafından akla yatkın olarak yaratılan ürünler, görülebilen, işlevsel ya da iletişimsel, aynı zamanda da estetik hedef bulunan tasarımlar, varlığını göstermelidir (Barnard, 2002: 26-34). Grossberg, “bilginin, dilin, kodların ve günlük yaşam değerlerinin” görsel kültürün unsurlarından olduğunu ifade etmektedir. (Uysal, 2011: 3). Mitchell görsel kültürü “görsel deneyimin sosyal ve kültürel

olarak incelenmesi” olarak ele almaktadır (1995: 209).Görsel kültürü, tanımlamak adına ele alınan bu yaklaşımlarda, belirli bir dönem sonrasında bahsedilmemektedir. Yaklaşımların bütününde kültür değerlerinden, inanışlardan dolayı görsel kültürün farklı yollar aracılığıyla görünür bir hale gelmesi ifade edilmektedir. Buna bağlı olarak; reklamların, giyim tarzlarının, televizyon programlarının, internette en fazla tıklanan veya rol model alınan dizi karakterlerinin, yaratılan sanat ürünlerinin ve buna benzer örneklerin çoğaltılabileceği gibi pek çok görsel üretimin, herhangi bir toplum adına fikir edinmeyi sağlayan, kültürel yansımalar olarak tanımlanması mümkün görülmektedir.

Görsel kültür çalışmalarında yer edinen sorular, kamusal ve özel alanların görsel yaygınlaştırma işleviyle bireylere sunulan nitelikleri içermektedir. Film ya da televizyon programı gibi çalışmalar, özel bir görsel kültür biçimine dönüştürüldüğünde, bu üretimin bağlamı ve algılanışının incelenmesi, görsel kültür sorularını önemli hale getirmektedir. Oluşturulan bağlamlar, kültürel amaçlı gelişim, üretim, dağıtım ve görüntünün düzenlenmesini içermektedir. Ayrıca bağlam oluşturma, sosyo-kültürel, demografik, çevresel görüntülerin algılanışı ve üretime dair tarihsel süreçleri de kapsamaktadır (Kazel, 2017: 52). Bu alanların dışında görsel kültürün, medya ile olan ilişkisini de tanımlamak gerekmektedir. Özellikle de yeni medya, postmodernizm ile ilişkilendirilen ve görsel üretimler sonucu oluşturulan, aynı zamanda kültürel dönüşümlere de odaklanan niteliklere sahiptir. Mamur, görsel kültürü, enformasyon ve medya teknolojilerinin yoğun olarak var olduğu bir zamanda, kişilerin karşı karşıya geldikleri görsel uyarıcıların çözümlenmesine ve anlamlandırılmasına yarayan ve post-modernizmin ortaya çıkması ile gündeme gelen bir kavram olduğunu savunmaktadır (Mamur, 2012: 2149-2151).

İçinde anlamlar bulunduran görsellerin kişilere ulaşmasında etkili olan “görsel teknolojilerin” önemi ve postmodern kültürün görsel kültürle olan ilişkisi yad-

sınmaz (Mirzoeff, 1998: 3-4). Çağdaş görsel kültür, görsel evrenin görüntülerini tasarlayan, depolayan, dağıtan, manipüle eden, “teknoloji” ile ilişkili bir yapıdır (Messaris, 2001: 179). Görsel kültürün, enformasyon ve iletişim teknolojileri aracılığıyla yaşadığı dönüşümü, daha detaylı incelemek amacıyla dijital görsel kültür konusunu açıklamak doğru olacaktır.

## 2. DİJİTAL GÖRSEL KÜLTÜR

Dijital devrim süreci, toplumsal anlamda kültürel yapıyı etkileyen ve yeni imgesel formların ortaya çıkmasını sağlayan, insanların imgelere yönelik anlam dünyalarını çeşitlendiren ve yeni bir çağa adım atılmasını sağlayan özelliklere sahiptir (Burnett, 2012: 20). Bu sürecin en belirgin yansımaları ise görsel kültürün takip ettiği alanlarda görülmektedir. Medya içeriklerinde bulunan sözler ve metinlerin salt halleri, imgelerden daha değerli görülmemektedir. İmgeler, çağdaş toplumda kültürel manada özü belirleyecek bir güç olma özelliği taşımaktadır. Söylemler değil, imajlar ön plana çıkmakta ve insanlar da imgeler yoluyla aktarılan bilgilere yönelik alışkanlık geliştirmektedir (Aydoğan, 2004: 62). Bu durum reklamlardan sinemaya, sosyal medya platformlarından cep telefon ekranlarına kadar uzanan, görülen ve her üründe karşılaşılan yaratımlardır. Günlük yaşam içerisinde etkili bir şekilde dönüşüm yaşayan görsel dil, teknoloji ve bilimin gelişimiyle çeşitli boyutlar kazanmaktadır. Bu dönüşüm bireyleri, görsellik adına üretilen yeni bir kültüre ve farklı görsel evrene taşımaktadır (Yaygın, 2010: 64).

Global bir görünüm üzerine biçimlenen kültürel yapının dil ve iletişim üzerinden genişleyen sınırları, bütün dillerde aynı zaman diliminde konuşulabilen ‘dijital görüntünün’ hakimiyeti üzerinden biçimlenmektedir (Hall, 1998: 47). Bu durum yeni medya yaratımlarının, kültürel manada etkileme kuvveti açısından toplum nezdinde belirli bir yapısal değişim etkisine hakim olduğunu ve bu işlevi gerçekleştirirken de

kendine has ‘görsel’ bir dil yapısından faydalandığını göstermektedir. Öte yandan yeni yaratımlar, dijitalleşen imgeleri, imajları ve profilleri kişinin yaşımına zamanla daha fazla dahil olmasına izin vermektedir. Yeni medyanın sağladığı yenilik ve gelişimler sayesinde de bu süreç hızlanmaktadır. Nakamuro’ya göre yeni medya, kültürel yeniden ve kavramsallaşma aşamasının öncüsü olarak hareket etmekte, yani kültürel kategorileri ve kavramları, anlam ya da dil seviyesinde, bilgisayar ontolojisi, epistemolojisi ve uygulamalarından türetilen yeni yaratımlarla yer değiştiren bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Alioğlu, 2011: 32). Çağdaş iletişim pratiklerinde sözün ve sınırların çok ötesinde olan görsel imgelerin, iletişim ve ifade gücünün dijitalleşerek ele geçirdiği görsel söylemin, teknoloji aracılığıyla dönüşüm yaşadığını söylemek mümkündür. Bu dönüşümün sonuçlarıyla, gerçek olan şey ile görüntü olan şeyin net bir ayrımı yapılamamaktadır (Lovejoy, 2004: 272).

Barnard’ın, görsel kültür tanımında yer alan: ‘bir kültürün değerlerini ve inançlarını çeşitli yollarla görünür hale getirmek’ (Barnard, 2003: 22) söylemi, günümüz koşullarına uygun şekilde yorumlanacaksa, çeşitli yollarla görsel imgeleri bireylere sunan dijitalleşme faaliyetlerini bu sürece örnek göstermek doğru olacaktır. Dijital görsel kültür kavramını, bir kültürü, dijitalleştirilen görseller yoluyla görünür hale getirmek bir yana, görseller oluşturularak kültürel değişimlere neden olan ve yeni kültürlerin ortaya çıkmasına imkân tanıyan bir olgu olarak değerlendirmek gerekmektedir. Bunun sebebi ise yeni medya teknolojileriyle erişilebilir iletişimin sağlanması ve globalleşme olgusuyla birlikte incelendiğinde, bireyler tarafından yaratılan ve çoğaltılan imgeler aynı zamanda bireylerin şekillenmesinde de etkin bir rol oynamaktadır. Görsel olanın, kültürel anlam açısından iki temel görevi mevcuttur. Birincisi, toplumların tarihsel süreç içerisinde dünyayı algılayışı, yaşam biçimi, inanç ve düşünce paradigmaları adına bilgi aktarımında bulunması, ikincisi ise içinde bulunan iletilerle, küresel anlamda kültürleri etkileme ve değiştirme görevidir.



Küresel iletişim alanında, teknolojiyle birlikte etkileşimli imgeler aktaran dijital görüntülerin mevcudiyetinden bahsedilirse, bunların genellikle fotoğraflar vasıtasıyla yaratılan kültürel ve metinsel birer nesneye, dilsel olarak evrildiği vurgulanmakta ve dijital görüntünün ‘çoğulculuk ve çokluğun ürünü olarak, ne görünür ne de görünmez olarak, kuşkusuz paradoksal bir nesne’ olduğu belirtilmektedir (Rubinstein ve Sluis, 2013: 24-37). Buna bağlı olarak dijitalleşen görüntülerin, doğruluğu bir yana olgusalılığı tartışma konusu olmaktadır. Fakat şu kesin bir kanıdır; dijital kültür, görsel olan ürünle birleşip dijital görsel kültürün oluşmasını sağlamaktadır. Dijital görsel kültür olarak düşünülen kültürel tasarımın, medya mesajlarında karşılaşılan, özellikle de fotoğraf teknolojileri aracılığıyla yaratılan görseller yoluyla ve yeni yapımlar sonucunda geliştiği görülmektedir. Lister, fotoğrafçılığın dijital sürecinden daha önce var olan analog dönemini vurgulayarak; baskı, grafik, elektronik, televizyon gibi araçların fotoğraf ve medya araçları arasında bir yakınlaşma meydana getirdiğini belirtmektedir (2013: 3). Dijital görüntünün gelişmesiyle sayısal-dijital kodlarla gerçekleştirilen görüntüler, analog fotoğraflardan ayırt edici özelliklere sahip olduğu görülmektedir. Fotoğrafın dijitalleşme süreci sadece daha yüksek çözünürlüğe sahip olmak değil, ayrıca belli programlar ve teknikler aracılığıyla kurgusal olarak üretilmesi açısından da önem teşkil etmektedir. Bu kurgusal üretim, gerçeği tam olarak göstermek yerine, gerçeklik ile ilgili bir imaj sunmayı amaçlamaktadır.

### 3. DİJİTAL GÖRSEL KÜLTÜRDE VIDEO SANATI

Fotoğrafın keşfine kadar, belli bir yüzeyde görüntü temsillerinin oluşturulmasını sağlayan en geleneksel yol, resim yapmak olarak bilinmektedir. Fotoğraf ile beraber elin görevi göze yüklenmekte ve geleneksel resmetme teknikleri, yerini ışıkla resmetmeye

birakmaktadır. Video ise ışıkla resmetme aşamasına daha önceden mevcut olmayan ekranı dahil etmektedir (Altunay, 2012: 33). Video tasarımlarının gelişim sürecinde ise fotoğraf sanatından sonra devam eden, hareketli fotoğraf denemeleri sonucunda ortaya çıkan zoetrope (1834), praxinoscope (1877), zoopraxiscope (1879) gibi keşifler, sinemanın gelişimi adına ilk adımlar olmuştur. Video adına gerçekleşen keşiflerden sonra 23 Ekim 1895’te sanayici ve kaşif olan Lumiere Kardeşler ‘Yansıma Kinetoskop’nu tanıttılar; ‘Şaşkınlıktan dona kalan seyirciler Bay Lumiere’in Monplaisir atölyeleri önünde çektiği hareketli fotoğraflardan oluşan bir gösteriye tanık oldular’ (Şenyapılı, 2002: 13). Ancak bu dönemde sinema, sektörel olarak ön planda yer almaktaydı. Bunun nedeni ise beyaz perdenin izleyicilerin gözünü kamaştırması ve eğlence dürtüsünün kolayca açığa çıkmasına yardımcı olmasıydı.

Video da sinema gibi bir endüstriyel yapı olarak tasarlanmasına rağmen teknolojik gelişmeler sonucu bireyin tek başına dahi üretim yapabileceği biçimde gelişmiştir. ‘Bu yönü dikkate alındığında video sinemaya göre çok daha demokratik bir araçtır’ (Kılıç, 2000: 2). Videonun sinemadan bağımsız bir şekilde kendi dilini oluşturduğu ve video sanatının geliştiği dönem, 1960’ları bulmaktadır. Video sanatının önemli temsilcilerinden biri ise Kore asıllı Amerikalı sanatçı Nam June Paik’dir. Aynı zamanda video sanatının kurucusu olarak kabul edilmektedir. Elektronik görüntünün gelişim sürecine bakıldığında videonun teknik imkanlarının gelişimi yadsınamaz bir gerçektir. Elektronik görüntüler fotoğraf gibi bir film yüzeyine değil, elektronik bir ortama kaydedilmektedir.

Kaydedilen görüntünün yüzeyiyse, “ekran”dır. Farklı bir ışık yüzeyi sunan “ekran” video yüzeyinin ana karakterini oluşturmaktadır. İlk önce endüstri olarak televizyonla bütüncül hale gelen görüntüler, kitleler üzerinde büyük bir odak noktası durumundayken, video kameraların gelişmesiyle ve piyasaya sürülmesiyle talep edenin sahip olduğu araç konumuna gelmiştir (Merdeşe, 2017: 8). Aracın konumlanış

biçimi, hem kültürel hem de sanatsal bir yer edinimi sağlamıştır. Michael Rush'a göre, video sanatçıları ilk zamanlar kamerayı, kendi bedenlerinin bir uzantısı ve performans katılımcıları olarak kullanmaktaydı. Video tasarımının ilk zamanlarında fiziksel ve kavramsal olguların bağını sağlama amacı güdülmekteydi. İlerleyen zamanda ise çizgisel olan ve olmayan otobiyografiler, fütüristik fantaziler, politik tanımlamalar, cinselliğin tekrar tanımlanması, kültürel ve kişisel kimliğin keşfi gibi üretimlere yer verilmekteydi. DVD, bilgisayar sanatı, animasyon, grafik sanatı ve sanal gerçeklikle ilgili videonun hybrid uygulamalarına rastlanıldı (Rush, 2007).

'Video tarihinin en parlak devri olarak 1970'lerin başından 1970'lerin sonuna kadar olan süreç gösterilebilir' (Arapoğlu, 2017: 272). Deneyselliğin ön planda olduğu 1960'ların ortalarından itibaren videonun nasıl bir dönüşüme tabi tutulduğunu şu şekilde açıklanabilir 'Video sanatı 1970'lerin başına dek, sanatsal bir disiplin olarak görülmemiştir' (Arapoğlu, 2017: 272). Sanatsal disiplin söylemi, sanatsal yaratımın içinde kendi bakış açısına sahip sanatçının varlığını da beraberinde getirme anlamı taşımaktadır. Bununla beraber galerilerin, video sanatına olan ilgileri bu dönemde çoğalmıştır. Örneğin; 'Japonya'da video sanatı örneklerine yer veren galeriler, bu yıllar içinde çoğalmış, Tokyo Amerikan Kültür Merkezi'nde video ve underground cinematek örnekleri sergilenmiştir' (Bayhan, 2018: 29).

Sanatın her an her yerdeliği söz konusu olur hale gelmiştir. Ancak 1980'lerde galerilerin eserleri metalaştıramayışı ve sergi masraflarının artışı, video sanatına olumsuz bir şekilde yansımıştır. Bu sebeple özellikle de 1990'lardaki video sanatı için galerilerin alternatif arayışı, devam etmiştir. Çözüm yalnızca videonun sahip olduğu elektronik yapıyla ilişkili değildir. 'Global boyutta pek çok koleksiyon, enstalasyon<sup>1</sup> formunda video depolarken, videonun metalaşmasından ve te-

levizyon formatındaki tek kanallı yayının sunduğu görüntülerden daha çok görüntülerin heykelsiliğini de yaratmaktadır. Kurumlar ve koleksiyoncular açısından bu durumu geliştirmek için galerilerin de sürece dahil olduğu bir sistem geliştirilmiştir' (Arapoğlu, 2017: 274-275). 1990'ların ortalarında ise, video sanatının heykel ve enstalasyon ile iç içe sunulduğu görülmektedir (Arapoğlu, 2017).

1990'lardan sonra videoya yönelik ilgi, dijitalleşme ile birlikte devam eden "yeni medya" sistemlerinin gelişmesi sonucu azalmaya başlamıştır (Arapoğlu, 2017). Farklı süreçlerde internet sanatı, bilgisayar sanatı ya da dijital sanat olarak da isimlendirilen yeni medya sanatı; 1990'lardaki büyük 'dijital devrimin' ve Tim Berners-Lee'nin World Wide Web (www)'in keşfiyle hızla kitleselleşen internetin, bilgisayarın ve elektronik görüntülerden sonra sanatın laboratuvarlardaki üretimi ve yeni tip uygulamalarla birlikte daha geniş bir hal almıştır (Bayhan, 2018: 34). Dijitalleşme video tasarımını da dönüşüme ve değişime açık hale getirmektedir.

Dijital video sanatının değişimi şu şekilde açıklanabilir: 'Analog videodan sonra hareketli görüntüleri elde etme teknolojilerindeki en önemli değişim, görüntü ve sesi kaydederek bunları filmde ve videoda olduğu gibi kimyasal ve elektriksel bilgiler yerine sayısal verilere dönüştürecek dijital cihazların gelişmesi olmuştur. Dijital sistemler, tüm bilgilerin 0 ve 1 rakamlarının kombinasyonu olarak kaydedilen "ikilik sistem verileri"nden oluşmaktadır. (Yıldırım, 2013: 42).

Dijital görüntü, analog görüntünün oluşturulduğu biçimde "yeniden üretim" olarak işlevsellik kazanmaktadır. Görüntü, ekranda kodlanmış komutlara göre yeniden görünür kılınmakta ve simüle edilmektedir (Vaughan, 2005: 6). Dijital sanatta görüntünün kodlanmış komutlara göre yeniden görünür hale getirilmesi, yani dijitalleşmeyle simüle edilip sanal ortama taşınması üzerinde istenilen değişikliklerin

1 Yerleştirme ya da enstalasyon, geleneksel sanat eserlerinden farklı olarak, çevreden bağımsız bir sanat nesnesi içermeyip belirli bir mekân için yaratılan, mekânın niteliklerini kullanıp irdeleyen ve izleyici katılımının temel bir gereklilik olduğu sanat türüdür. Kapalı veya açık mekânlarda gerçekleştirilebilir ([https://tr.wikipedia.org/wiki/Yerleştirme\\_sanatı](https://tr.wikipedia.org/wiki/Yerleştirme_sanatı) Erişim Tarihi: 31.03.2020).

yapılması sağlanmaktadır. Buna bağlı olarak yeni medyanın, sanatçının sanat yaratım biçimlerinde etkili olduğu; nesne, özne, içerik ve iletişim aşamalarının, yeni medya ile ‘dijital çağ’ da sanatçılar tarafından da değişime uğratıldığı kanısına varılmaktadır (Güney, 2014: 134).

#### 4. BILL VIOLA VE ‘GEÇİCİ’ SERGİSİ

Bill Viola, 1973’te Syracuse Üniversitesi, Güzel Sanatlar bölümünden lisans derecesi ile mezun olmuştur. 1974-1976 yıllarında Floransa’daki öncü bir stüdyo olan Art/Tapes/22’de teknik yönetmen olarak çalışmıştır. Burada önemli bir video sanatının öncüsü olan Nam June Paik, Bruce Nauman ve Vito Acconci ile tanışarak, 1976-1983 yılları arasında, Newyork’taki WNET Thirteen Televizyon Laboratuvarı’nda misafir sanatçı olarak görev almıştır. 1976-1977 yıllarında yöresel performans sanatını kaydetmek için Solomon Adaları ve Endonezya’daki Cava Adasında bulunmuştur. 1983’te, California Sanat Enstitüsü’nde ileri video eğitmeni olmuş, 1995’te Viola Amerika’yı, *Buried Secrets* adlı çalışmaları ile 46. Venedik Bienali’nde temsil etmiştir. 1997’de Bill Viola’nın çalışmalarının 25. yılı retrospektifi organize edilmiş ve retrospektif “Whitney Museum of American Arts” tarafından uluslararası turneye çıkarılmıştır.

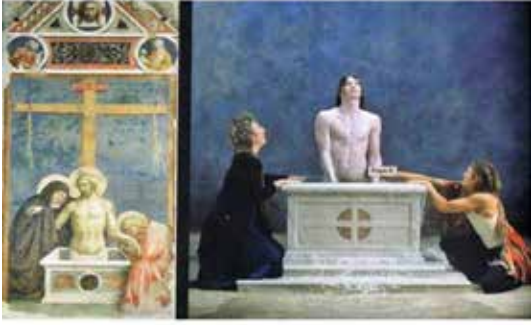
2000 yılında, Amerika Bilim ve Sanat Akademisi’ne seçilerek, 2002’de, “Going Forth By Day” adlı çalışmasını tamamlamıştır. 2003’te “The Passions” sergisi Los Angeles, Londra, Madrid ve Canberra’da sanatseverler ile buluşmuştur. 2009’da, Viola çalışmalarının, dünyanın dört bir yanında kültürel, bilimsel ve insan değerlerinin gelişmesine katkı sağlaması nedeniyle İspanya’nın Katalonya Hükümeti tarafından XXI. Premi Internacional Catalunya 2009 olarak bilinen Katalonya Uluslararası Ödülü’ne layık görülmüştür ([https://tr.wikipedia.org/wiki/Bill\\_Viola](https://tr.wikipedia.org/wiki/Bill_Viola) Erişim Tarihi: 01.04.2020).

Bill Viola çalışmalarında, görüntü ve ses algısıyla karmaşık bilişsel süreçleri sorgulamakta, özellikle de portreciliği merkeze alarak, bireysel ve toplumsal ruh durumları üzerine çalışmalarını sürdürmektedir. Bill Viola, video sanatında elektronik medya tasarımlarına odaklanmaktadır. Video sanatı üzerine deneysel çalışmalar yürüten Viola, yeni medyaya dair pek çok aracı keşfederek, video yaratımlarını geliştirmektedir. Fakat yeni medya araçlarından faydalanırken, algoritmik çalışmalar gerçekleştirilmekte, dijital video tekniklerini en üst boyutta kullanarak video sanatının evrilişini izleyiciye aktarmaktadır. Viola, video alanında yüksek teknoloji ürünü bir üretim pratiği yerine, insanlık durumlarını sorgulayan çalışmalara imza atmaktadır. Sanatçı bir röportajında bu konu adına şöyle bir ifade de bulunmaktadır: “*Hakiki soruşturma yaşam ve kendiliktir; ortam bu sorgulamada sadece bir araçtır*”. Bu açıklama, Viola’nın sanatta yaklaşımındaki resimsel ve duygusal yönelimini göstermektedir ([https://www.borusancontemporary.com/tr/blog-video-sanatinin-ustasi-bill-viola-gecici\\_902](https://www.borusancontemporary.com/tr/blog-video-sanatinin-ustasi-bill-viola-gecici_902) Erişim Tarihi: 01.04.2020).

Bill Viola, Türkiye’de ilk kez bu denli geniş ölçekli üretimlerini, 14 Eylül 2019–13 Eylül 2020 tarihleri arasında Borusan Contemporary Genel Sanat Direktörü Kathleen Forde küratörlüğünde “*Geçici*” başlıklı sergisiyle Borusan’da sergilemektedir. Sergide Bill Viola’nın 1970’lerin sonundan yakın dönem çalışmalarına yer verilmektedir. Temelde görsel algı ve illüzyon üzerine düşünen ve çalışan Bill Viola’nın sergide yer alan eserleri de bu bakış açısıyla oluşturulmuştur. Gerçeklik algısını ele alarak, fiziksel olanla psikolojik olan arasındaki gerilimi, halüsinasyon görme mantığı üzerinden yapılandırmaktadır. Çalışmalarının teması olan yaşam döngüsü, bu sergide de sunulmaktadır. Sanatçı bütün çalışmalarında aslında insan olmaklığa dair birçok bilindik olguyu, onlara -insanlara- yoğun bir biçimde odaklanarak ele almaktadır.

Viola’nın Zen Budizm, Hristiyan ve İslam Tasavvufu’na olan ilgisi, çok yavaş geçişlere sahip hareketli videoyu kullanmasında görülmektedir. Örneğin;

Getty Müzesi'nde 2003 yılında gerçekleştirilen “*Bill Viola: The Passions*” sergisi kapsamında müze tarafından sipariş edilen “*Çıkış*” videosunda (2002) Hristiyan ikonografisi, Masolino da Panicale'nin İsa'nın çarmıhtan indirilerek, Meryem tarafından kucaklandığı “*Pietà*” sahnesinden esinlenmeyle kullanılmıştı ([https://www.borusancontemporary.com/tr/blog-video-sanatinin-ustasi-billviola-gecici\\_902](https://www.borusancontemporary.com/tr/blog-video-sanatinin-ustasi-billviola-gecici_902) Erişim Tarihi: 01.04.2020).



**Şekil 1:** Bill Viola, ‘Emergence’ ve Masolino da Panicale ‘Pietà’ Sahneleri (<https://www.alejandradeargos.com/index.php/en/artp/41470-bill-viola-mary-at-st-paul-s-cathedral> Erişim Tarihi: 01.04.2020).

Fakat ikonografik açıdan aynı video, İsa'nın yeniden canlanmasını işleyen “*Diriliş*” sahnesini de anımsatmaktadır. Buna bağlı olarak sanatçının doğum ve ölümü bir arada işleyerek, gerilimi ustaca verdiği görülmektedir ([https://www.borusancontemporary.com/tr/blog-video-sanatinin-ustasi-bill-viola-gecici\\_902](https://www.borusancontemporary.com/tr/blog-video-sanatinin-ustasi-bill-viola-gecici_902) Erişim Tarihi: 01.04.2020).



**Şekil 2:** Bill Viola ‘Resurrection’ Sahnesi (<https://www.christianart.today/daily-gospel-reading/18> Erişim Tarihi: 01.04.2020).

Metafizik, sanatçının ve çalışmalarının anlaşılmasında yardımcı olmakta ve bu açıklamaları gerçekleştiren; doğum, ölüm, dayanışma gibi insanlığın temel varoluşsal ve duygusal pratiklerini mercek al-

tına almak gerektiği açıkça görülmektedir. Viola'nın tasarladığı işler, yalnızca estetik açıdan değerlendirildiğinde “sinematik” olarak tanımlanmaktadır. Her işte bulunan büyük anlatının ipuçları bireyi içine çekmekte, doğum, ölüm, korku, arzu ya da gerçeklikle ilgili daha öğrenilmeyen birçok şeyi aktarma sözünü vermektedir. Tasarımların gizemli olduğu açıktır; görsel netliklerinin zenginliği, insan ve insan olmanın ne demek olduğunun sorgulanması, çelişkilerle yüzleşilen tavır, bireyin hikayeyi aramasına yol açmaktadır ([https://www.borusancontemporary.com/tr/bill-viola-gecici-dijital-rehber\\_909](https://www.borusancontemporary.com/tr/bill-viola-gecici-dijital-rehber_909) Erişim Tarihi: 04.04.2020). “*Geçici*” sergisindeki eserler de sanatçının çalışma alanlarını oluşturan konular etrafında çevrenmekte, yeni medya teknolojilerinin alternatifleri yoğun bir şekilde kullanılmakta ve ziyaretçilere sunulmaktadır. Sergide yer alan on işte de sanatçının genel olarak yoğunlaştığı temalar bulunmakta: İçine alma, dönüşüm, su ve hava gibi en basit elementlerle yüzleşme... Bu sergi, retrospektif bir yapı üzerine kurulmakta ve 1979'dan 2015'e kadar sanatçının tasarladığı işleri içermektedir.

‘*Geçici*’ sergisinden örnekler ise şu şekildedir:



**Şekil 3:** ‘*Geçici*’ Sergisinden Madison (2013) ve Sharon (2013) ([https://www.borusancontemporary.com/tr/bill-viola-gecici-dijital-rehber\\_909](https://www.borusancontemporary.com/tr/bill-viola-gecici-dijital-rehber_909) Erişim Tarihi: 04.04.2020).

Madison ve Sharon ayrı ayrı oluşturulmuş video yaratımlarıdır. Fakat içeriksel ve anlamsal olarak aynı konu üzerinde durulduğundan, birlikte yorumlama gereksinimi doğmaktadır. Madison ve Sharon dere yatağının dibinde yatan kişilerdir. Gözleri kapalı ve sükunet içindeymiş gibi gözükmektedir. Su, bedenle-

rinin üzerinde titreşmekte, hareketlerini ve uzun saçlarını hafifçe hareketlendirmektedir. Akan suyun sesi mekanı doldururken rüyalar, Madison ve Sharon'un su dolu ortamının filtresinden geçerek, izleyicilere ulaşmaktadır.

Sanatçının, çocukken boğulma tehlikesi geçirdiği bilinmektedir. Ancak sanatında otobiyografiyi görmek yerine bu deneyimi kendisinin nasıl yorumladığına dair fikir yürütmek gerekmektedir: Gerçekliği olduğu gibi aktarmakta ve bu deneyimi güzel ama geçici bir an olarak görmektedir ([https://www.borusancontemporary.com/tr/bill-viola-gecici-dijital-rehber\\_909](https://www.borusancontemporary.com/tr/bill-viola-gecici-dijital-rehber_909) Erişim Tarihi: 04.04.2020).



**Şekil 4:** 'Geçici' Sergisinden 'Üç Kadın' -Tree Women- (2008) (<http://flaminiogualdoni.com/?p=9325> Erişim Tarihi: 05.04.2020).

Karanlık ortamın grileşmesiyle bir anne ve iki kızı, yavaş hareketlerle görünmeyen bir sınıra doğru ilerlemektedir. Yaşam ve ölüm arasında bulunan eşiği işaretleyen su duvarından geçip ışığa doğru hareket ederek, etten kemikten yaşayan insanlara dönüşürler. Kısa bir süre sonra anne, geri dönmesi gerektiğini anlamakta ve kızları da onu yavaşça takip etmeye başlar. Ancak parlayan gri zaman huzmelerinden ayrılmadan önce, son bir kez dünyaya bakma isteğine karşı koyamazlar. 'Üç Kadın' eseri, insan hayatının sonsuzluğunu temsil eden bir yapıt olarak tanımlanmaktadır. Viola, eserlerinde doğum ve ölüm gibi evrensel insani deneyimleri keşfederek, hareketli görüntüleri maneviyat, kendini tanıma ve bilinçle ilgili fikirlerle tasarlamakta ve Üç Kadın'da bu tasarıma örnek gösterilmektedir (<https://artislive.co.uk/2018/08/20/bill-violas-three-women-in-edinburgh/> Erişim Tarihi:

hi: 05.04.2020). Bill Viola'nın 'Geçici' sergisinde yer alan iki önemli eseri, kaba hatlarıyla ikonografik olarak inceledikten sonra araştırmaya örneklem olacak 'Sal (The Raft)' videosu da ikonografik ve ikonolojik düzlemde çözümlenecektir. Çalışma, araştırma yönteminin açıklanması ve videonun çözümlenmesi yapılarak devam edecektir.

## 5. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Çalışmada incelenen 'Sal' videosu, Panofsky'nin geliştirdiği İkonografik ve İkonolojik Eleştirel Yaklaşım yöntemi kullanılarak çözümlenmektedir.

### 5.1. İkonografik ve İkonolojik Eleştirel Yaklaşım

Panofsky'nin ikonografik ve ikonolojik eleştirel yaklaşım metodu, hocası Heinrich Wölfflin'in 'sanat yapıtının biçimsel çözümlenmesi'ni gerçekleştirmek adına geliştirdiği fikre karşıt olarak: Eseri, biçim, konu ve içerik açısından inceleyen ve çağdaş sanat tarihi yönteminin temelini teşkil eden, üçlü inceleme düzeyine göre tasarlanmıştır (Akyürek, 1995:12). Bu üçlü inceleme düzeyi de; doğal anlam (olgusal ve ifadesel anlam), uzlaşmalı anlam (ikincil anlam) ve içsel anlamdır.

#### 5.1.1. Doğal Anlam (Olgusal ve İfadesel Anlam)

Eserde görünen biçimleri, bireyin hakim olduğu nesnelere benzeterek; bu biçimler arasındaki ilişkileri belirtip ve biçimlerin hangi hareketler içinde olduğunu ortaya çıkararak olgusal anlam elde edilmiştir. Panofsky bu ilk inceleme adımını, "ön-ikonografik inceleme" olarak adlandırmaktadır. Bu durum nesnelere en yalın halleriyle tanıtmaktır. Sanat yapıtının biçim olarak algılanması, çizgi, biçim, renk ve hacim oluşumlarının belli nesnelere ya da olaylar olarak tanınmasıdır" (Panofsky, 1995:12). Cömert'e göre ise 'Bir resimde görülen biçimleri, tanıdığımız kimi nesnelere benzetmekle; bu biçimler arasındaki ilişkileri belirtmekle, yani biçimlerin hangi hareketler içinde olduklarını saptamakla elde ettiğimiz anlam, olgusal anlamdır' (2008:15). Belirli nesnelere benzetip adlandırılan, ardından biçimlerin ifade ettiği durumları belirleyerek, yapıtın ifadesel anlamı gerçekleşmektedir.

Eserde bulunan bir hareketin, bir biçimin hüznü ya da sevinçli niteliği, ortamın dinginliği, hareketli ya da kasvetli oluşu ifadesel özelliklerdir. Buna bağlı olarak, olgusal ve ifadesel anlamların analizi sonucunda 'doğal anlam'a ulaşılmaktadır.

### 5.1.2. Uzlaşmalı Anlam (İkincil Anlam)

Panofsky, ikinci analiz aşamasını "ikonografik tanımlama" olarak isimlendirmektedir. Sanat eserinde belirlenen biçimlerle, tema ve kavramlar arasında ilişki kurulması, imgelerin çözümlenip öykü ve alegorilerin<sup>2</sup> belirlenmesi işlemi olarak tanımlanmaktadır. Panofsky, eserin ilk bakışta kapalı kalan ve gündelik deneyimlerle tanımlanamayan anlamına "uzlaşmalı anlam" demektedir. Bu anlamı bulmak için gündelik tecrübelerin dışına çıkmak ve onları ekstra bilgilerle geliştirmek gerekmektedir (Cömert, 2010:16). Wölfflin'in 'biçimsel analizi'ne bakıldığında, motiflerin bir araya getirdiği kompozisyonların bir analizi görülmektedir. Biçimsel analiz katı biçim takıntısı ile duygu ve ifadesel anlatımlardan uzak durmaktadır (Panofsky 2014:29).

### 5.1.3. İçsel Anlam (İçerik)

İncelemenin son aşaması içsel anlam ya da içeriktir. Bu aşamada, sanat eserini gerçekleştirdiği dönemdeki kültürel seviye, sanatçının karakteri ve bu ortamda meydana gelen eserin içerdiği "anlam" incelenmektedir (Akyürek, 1995:13). Panofsky'e göre; yapıtın anlamı, bir ulusun, bir dönemin, bir sınıfın, bir dinsel veya felsefi görüşün temelini ortaya çıkaran asıl ilkelere incelenerek anlaşılmalıdır. Böylece, ikonografi ne kadar çözümlenmeye dayanıyorsa, ikonoloji de o kadar birleşirme yöntemi etrafında şekillenmektedir (Panofsky 2014:29)

Bu aşamalara uygun olarak, sanat eserlerini sanat eleştirisi anlamın doğru biçimde analiz etmek gerekmektedir. Sanat eleştirilerinin amacı, "O yapıta övgü

veya yergi belirtmeyi değil, o yapıtın bilgisini vermeye yöneliktir" (Erinc, 1995: 60).

## 5.2. Bill Viola'nın 'Geçici' Sergisindeki 'Sal (The Raft)' Videosu Üzerine İnceleme

### 5.2.1. 'Sal' Videosu Hakkında Genel Bilgiler

Viola'nın 'Sal' eseri, Amerikan Sanat Federasyonu ve Bill Viola Stüdyosu tarafından düzenlenmiş ve uluslararası bir turun parçası olmuştur. İlk olarak Mayıs 2004 yılında James Cohan Galeri'de ziyaretçilerle buluşmuştur. Video dünya çapında çeşitli galerilerde ve müzelerde gösterime sunulmuştur. 14 Eylül 2019-13 Eylül 2020 tarihleri arasında Borusan Contemporary'de Genel Sanat Direktörü Kathleen Forde küratörlüğüyle "Geçici" başlıklı sergiyle Borusan'da sergilenmektedir. Sergide Bill Viola'nın 1970'lerin sonundan yakın dönem çalışmalarına da yer verilmektedir. 'Sal' video ve ses yerleştirmelerinden oluşmaktadır fakat ses destekleyici bir öğe olarak yalnızca video ortamında var olan seslerin kaydedilmesi sonucu yaratıma dahil olmaktadır. Videoda, saniyede 300 kare çeken video kameralar kullanılmış ve ağır çekim tekniğiyle oluşturulmuştur. Su, hava, içine alma, dönüşüm gibi elementlerle insanın mücadelesini ve bu elementlerin de insanları ne denli kontrol altına aldığı göstermek amaçlanmaktadır.

### 5.2.2. 'Sal' Videosunun İkonografik ve İkonolojik Eleştirel Yaklaşım Düzleminde Çözümlenmesi

#### 5.2.2.1. Doğal Anlam (Olgusal ve İfadesel Anlam)



Şekil 5: 'Sal' Videosunun Açılış Sahnesi (<https://www.youtube.com/watch?v=4Ili9pvlxdk> Erişim Tarihi: 05.04.2020).

2 Alegori; bir görüntü, bir yaşantı veya bir davranışın daha iyi kavranmasını sağlamak için göz önünde canlandırıp dile getirme sanatıdır (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Alegori> Erişim Tarihi: 10.04.2020).



**Şekil 6:** 'Sal' Videosunda Suyun İnsanları Etkilediği Bir Sahne ([https://www.borusancontemporary.com/tr/bill-viola-gecici-dijital-rehber\\_909](https://www.borusancontemporary.com/tr/bill-viola-gecici-dijital-rehber_909) Erişim Tarihi: 05.04.2020).



**Şekil 7:** 'Sal' Videosunda Suya Karşı İnsanların Mücadele Sahnesi (<https://www.nytimes.com/2012/10/28/arts/artsspecial/bill-viola-retrospective-explores-isolation-and-communion.html> Erişim Tarihi: 07.04.2020).



**Şekil 8:** 'Sal' Videosunun Son Sahnesinden Bir Kare ([https://www.borusancontemporary.com/tr/bill-viola-gecici-dijital-rehber\\_909](https://www.borusancontemporary.com/tr/bill-viola-gecici-dijital-rehber_909) Erişim Tarihi: 07.04.2020).

Videonun doğal anlamı değerlendirildiğinde: Çeşitli etnik ve ekonomik kökenlerden gelen, on erkek ve dokuz kadından oluşan bir grup insanın, aniden, yüksek basınçlı bir hortumdan gelen büyük bir su saldırısına uğradığı görülmektedir. Grup üyelerinden bazıları, suyun gücüne karşı koyamadan hemen devrilmekte, bazıları ise kendiliğinden oluşan tufana karşı dirençli olmaktadır. Her yerde uçuşan sular videoya hâkim olmakta, kıyafetler ve bedenler suyun şiddetine maruz kalırken, artık her yerde var olan su, zenginleri fakirlerden ayıran güzel kıyafetleri başkalaştırmakta, çekici algılanmasını imkansız hale getirmektedir. Yıpranmış bedenler ve kıyafetlerle soğuk

içeri girmeye başlarken, grup üyeleri doğa tarafından sertçe vurulmaktadır. Yüzler, uzuvlar bir yaşam çizgisi sunabilecek her şeyi kavramaya çalıştıkça, hayatta kalmak için acı ve çaresizlikten bahsedilmektedir. Acı ve çaresizlik içinde olan insanlar, hayatta kalmak adına birbirlerine tutunmaktadır, bunun nedeni ise dik durma eyleminin yoğun bir fiziksel mücadele gerektirmesidir.

Videonun son sahnelerinde, su geldiği anilikte durmakta ve acı içinde olan, şaşkın, yıpranmış hatta suyun şiddetiyle karşılaşan kişiler, izleyiciye sunulmaktadır.

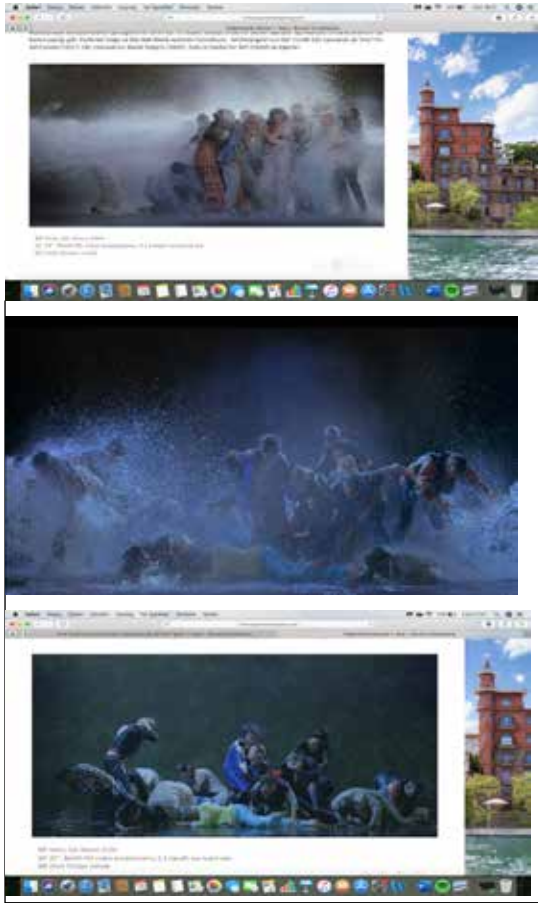
Grup yavaş yavaş toparlanırken, bazı insanların duyarlılığını geri kazandığı, bazılarının ağladığı, bazılarının da korku içinde kaldığı ve gücü kalan az sayıda kişinin de yere düşen kişilere ayağa kalkması için yardım ettiği görülmektedir. İzleyiciler bu olayı, karanlık bir odada duran ve suyun kükreleyen sesiyle çevrili, sürükleyici bir ortamda yaşamaktadır.

Bill Viola'a göre, dengesiz ve çoğu zaman görünmeyen güçler dünyasında, bir saldırının herhangi bir zaman diliminde nedensiz bir şekilde oluşması mümkün değildir. Onun için Sal'daki herkesin insan dayanıklılığının bir ifadesi olarak, hayatta kalması önemli bir durumdur (<https://www.amfedarts.org/art-room-bill-viola-raft/> Erişim Tarihi: 07.04.2020).

#### 5.2.2.2. Uzlaşmalı (İkincil Anlam)

Uzlaşmalı anlam bakımından incelenecek sahneler şu şekildedir:





Şekil 9: 'Sal' Videosundan Belirli Sahneler

Farklı etnik ve kültürel öğelere sahip kişilerin bir araya gelmesiyle başlayan sahne, uluslararası düzeyde insan yaşamına izin veren, bir var oluşu simgelemektedir. Siyahi bir kişinin etnik kıyafetiyle ortamda yer alması, beyaz kişilerle aynı konumda gösterilmesi, siyahi kadının beyaz bir erkekle aynı ortamda kitap okuyor oluşu bu duruma örnek teşkil etmektedir. Videoda seçilen renkler ise yumuşak tonlardadır; turuncu, sarı, kahverengi, beyaz, mavi, bordo ve siyah. Ayrıca videoya ışık açısından bakıldığında, kişi yüzlerinin belirgin bir şekilde seçilmesini sağladığını göstermektedir. Bu duruma şu şekilde bir açıklama yapmak mümkündür: renk ve ışık kullanımında Rönesans eserleri referans alınmıştır. Rönesans dönemine ait eserlerde görülen, kişilerin aynı eşit şekilde ışıklandırılması, yüz ifadelerinin net bir şekilde izleyiciye geçmesi gibi özellikler, videonun açılış sahnesinde mevcut durumdadır.

15.yy'ın ortalarına doğru sanatta din etkisini kaybetmeye başlayarak, doğaya dönüşe izin verilmekte ve

realizm ön planda olmaktadır. Antik dönemin özgür insan modeli örnek alınmakta, sanatçı kişiliği önemli hale gelmektedir. Buna bağlı olarak Rönesans sanatçıları, eserlerine kendi sanat görüşlerini katarak, Orta Çağın katı kurallarından ve şekilci tavırlarından sıyrılmak için, bütünlüğe, dengeye, uyuma, ışık ve gölgeye, perspektif gibi bilimsel kuralları geliştirerek eserler bırakmaktadır (Şenses, 107). Ayrıca Rönesans döneminde antik sanattan esinlenen renk kuramında dört temel renk yer almaktadır, bunlar açıklık derecesine göre; beyaz, sarı, kırmızı ve maviye çalan siyah olarak sıralanmaktadır (Per, 2012:106). Öte yandan Orta çağ resimlerinde var olan donuk yüzlü portreler Rönesans döneminde yerini jestlerin, mimiklerin, yüz ifadelerinin daha yoğun gösterildiği resimlere bırakmıştır. Erken Rönesans Dönemi'nde de aynı özellikler görülmektedir; İnsanın anatomik yapısını inceleyerek, doğru tasvir etmeyi amaçlayan Leonardo da Vinci'nin "Son Akşam Yemeği" tablosu bu duruma örnek olarak gösterilmektedir.



Şekil 10: Leonardo da Vinci'nin 'Son Akşam Yemeği' Tablosu (<https://www.wannart.com/iki-farkli-ustadan-son-aksam-yeme-gi/> Erişim Tarihi: 09.04.2020).







**Şekil 11:** 'Sal' Videosunun İlk Sahnesi ve 'Son Akşam Yemeği' Tablosu' Karşılaştırması

İki karede de eşdeğer ışık ve renk kombinasyonunun olduğu görülmektedir. Kişilerin birbirlerini sorgular ve buldukları ortamı korumak adına bir araya geldikleri yorumu yapılırken yüz ifadelerinin açık bir şekilde izleyiciye geçmesi de muhtemeldir. Her kişinin yüzünün aynı derece ışıklandırılması da bunundan dolayıdır. Bill Viola'nın eserlerinde görülen dini figürler burada da görülmektedir fakat insan anatomisi üzerinde bu olgular, kurgulanmaktadır. Burada önemli olan sanatçının ne anlatmak istediği değil, izleyicilerin hangi çıkarımlarda bulunduğudır. Ona göre, görünmekle hakikat arasındaki ilişki çok önemlidir ve bunu da izleyiciye bırakmaktadır. İbn al Arabi'nin dediği gibi: 'Benlik, kıyası olmayan bir okyanustur. Bu ve öbür dünyada buraya bakmanın başı ve sonu yoktur' ([https://www.borusancontemporary.com/tr/bill-viola-gecici-dijital-rehber\\_909](https://www.borusancontemporary.com/tr/bill-viola-gecici-dijital-rehber_909) Erişim Tarihi: 07.04.2020).

Videoda yer alan su sahnesini açıklarken, suyun sa-nattaki konumunu açıklamak gerekmektedir. Su görüntüleri; ruhsal yolculuk, metamorfoz, doğum ve yeniden doğuş, yenilenme, hatta şiddet ve ölüm için bir metafor olarak kullanılmaktadır. Yağlıboya, fresk ve gravür gibi görsel sanat formlarının her türü için vazgeçilmezdir. Bir tema olarak su, resim dünyası için çok önemlidir. 16. yüzyıl sonlarında, Caravaggio "Narkisos" isimli resminde, gerçeği yansıtmak ve bir tür filtre için suyu kullanmaktadır. Resim, kişinin asıl

kişiliğiyle yansımaları arasında bir karşılaştırmayı ele almaktadır. Burada hakikate yüzleşme anlamı çıkmaktadır (Pehlivan, 2014: 295). -Caravaggio, güçlü ışık-gölge kullanımı ve resimsel düzenlemeyi dramatik bir açıdan ele almaktadır ve barok sanatının özgün uygulayıcılarından biridir (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Caravaggio> Erişim Tarihi: 09.04.2020).-



**Şekil 12:** Caravaggio "Narkisos" (Kendine Aşık Olan Adam) Tablosu (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Narsisizm> Erişim Tarihi: 09.04.2020).

Ayrıca su, sanatsal göstergeler haricinde psikanalizmde de önemli bir metafordur. Bu durum, Freud'un preödüpal (0-3 yaş) dönemi dikkate alınarak açıklanacak olursa: İnsan varlığının, yaratımına kadar anne karnındaki suda<sup>3</sup> can bulması, doğum figürünün suyla nitelendirilmesi Viola'nın, 'doğum' temasını su kullanarak, göstermesine sebep olmuştur. Buna bağlı olarak, Viola'nın eserlerinde yer alan; doğum, ölüm ve yeniden doğuş temaları da su görüntüleri sayesinde seyircilere aktarılmaktadır. Suyun gücünü neredeyse tüm eserlerinde aktarmaya çalışan sanatçı 'Sal' eserinde bunu zamanı yavaşlatarak seyirciye sunmaktadır. Burada zamanı yavaşlatma nedeni ise çağdaş yaratımların hızlı bir şekilde üretilip tüketilmesini eleştirmektir. Kişilerin yüz ifadelerini çözümleyebilmek de yavaşlayan görüntüler sonucu mümkün hale gelmektedir. Ağır çekim tekniğinin iyi bir uygulaması olan 'Sal', insani felakete ve paylaşılan insanlığa hitap ederek, krize verilen yanıtların çeşitliliğini göz önünde bulundurmaktadır. Sal eserinde, Antik Yunan ve Roma frizlerinden, bir gemi enkazından kurtulan-

3 Anne karnındaki su, amniyotik sıvı olarak tanımlanmaktadır. Amniyotik sıvının büyük bir kısmı %97 - 99'u su ve mineral tuzlarından oluşur (<https://www.sabah.com.tr/saglik/2019/06/27/anne-karnindaki-hayati-sivinin-amniyon-sivisi-onemi-nedir-sivinin-az-ya-da-cok-olmasi-tehlikeli-midir> Erişim Tarihi:09.04.2020).

ların anıtsal romantik bir tablosu olan Théodore Géricault'un Medusa Raft'ında (1818–1819) bulunan öğelerden esinlendiği düşünülmektedir (<https://nb-maa.org/exhibitions/bill-viola-the-raft> Erişim Tarihi: 09.04.2020).



Şekil 13: Théodore Géricault'un Medusa Salı Eseri ([https://tr.wikipedia.org/wiki/Medusa%27nin\\_Salı](https://tr.wikipedia.org/wiki/Medusa%27nin_Salı) Erişim Tarihi: 09.04.2020).

Kraliyet firkateyni olan Medusa, Fransa limanından 1816'da ayrılmış ve Senegal'de Saint-Lois'e giderken Kanarya Adaları civarında karaya oturmuştur. 147 kişi botlarda yer bulamayıp gemi direğinden ve kalaslardan yapılmış bir sala tırmanmaya zorlanmıştır. Fakat sal üzerinde hayat mücadelesi veren insanlar, kargaşa ve kaos ortamı yaratmıştır. Kargaşa sonucu ölümler olmuş ve salda 28 kişi kalmıştır. Gemi kazasına uğrayanlar, açlık ve susuzlukla baş etmeye çalışılmış. Kazazedeleri kurtarmak için gönderilen 'Argut' adlı geminin kendilerini görmesi için fiçileri üst üste koyarak renkli mendilleri tepesine bağlamıştır. Ancak gemi gözden kaybolduğunda saldakiler çılgınca bir mutluluktan derin bir ümitsizlik ve kedere düşmüşlerdir. Géricault'un resminde en tepede el sallayan figür olarak çizdiği zenci, belki de hayatta kalan tek sıradan insandır, geriye kalan 15 kişi subaylar, bilim adamları ve katiplerdir. Géricault, bu tarihi olayı resmederek ve anıtsal bir eser bırakmaktır (<https://indigodergisi.com/2015/12/bir-hazin-oyku-ve-bir-basyapit-medusanin-sali-theodore-gericault-ressam/> Erişim Tarihi: 09.04.2020). Esere bakıldığında, su teması durduktan sonra zamansız ve yersiz doğal afetle karşılaşan bir grup insanın kendilerini mahveden bir sahnesi görülmektedir. İnsan yaşamına yönelik tehdidi ve kurtuluş umudunu evrensel bir metafor olarak sunan Théodo-

re Géricaults'un Medusa Raftı, ölüm, umutsuzluk ve umut arasında dramatik bir tarihsel yapıttır.

Viola'nın 'Sal' eserinde de, bir grup insanın büyük bir su saldırısına maruz kalmasını ve birlikte buldukları ortamı muhafaza etmeye çalıştıklarını temsil etmeye çalışmaktadır. Suyun üzerinden geçmek için bir sal kullanmak, diğer tarafa ulaşmak için umutsuzluk ve kararlılık anlamına gelmektedir. Bill Viola, insan mücadelesinin bu yönünü sanat eserine dahil etmektedir. Ani bir su saldırısına uğrayan kişilerin kendi mücadeleleri sonucu bu süreçten kurtulmayı beklemleri ve karşı koymaları gösterilerek, saldırı bittikten sonra birbirlerine yardım edişleri gösterilmektedir. Acı, umut, umutsuzluk temsiliyetleri söz konudur. Video nun son sahnelerinde, su geldiği anilikte durmakta ve acı içinde olan, şaşkın, yıpranmış hatta suyun şiddetiyle karşılaşan kişiler, Medusa Raft'ında olduğu gibi izleyiciye sunulmaktadır.





Şekil 14: Medusa Raft'ı ve Bill Viola'nın 'Sal' Videosundan Görüntü Karşılaştırması

### 5.2.2.3. İçsel Anlam

Bill Viola, video ve enstalasyon sanatının<sup>4</sup> geliştirilmesinde önemli bir figür olarak görülmektedir. Yirmi yılı aşkın bir süredir Viola, video çalışması, mimari video kurulumları, ses ortamları, elektronik müzik performansları ve televizyon yayını için çalışmalar yapmaya devam etmektedir. Evrensel insan deneyimlerini keşfetmekte, insan bilincinin katmalarını konu olarak ele almakta ve Hristiyan mistisizm, İslam Sufizmi ve Zen Budizmi gibi çeşitli manevi geleneklerden de ilham almaktadır. Geleneksel video sanat pratiklerini bir kenara bırakarak, dijital teknolojinin imkanlarını kullanıp bu imgeleri izleyiciye sunmaktadır. Dijital medya teknolojilerinin hızlı şekilde üretime ve tüketime izin vermesini eleştiren ve insan bilincine odaklanarak, dijital video sanatının tüm tekniklerini kullanmaya özen göstermektedir. Sal eserinde, renk-ışık, su, insan davranışları 21.yüzyılın izleyicilerine farklı şekilde sunulmaktadır. Saldaki eylemler, suyun patlayıcı etkisinde ışık ve rengin ince nüanslarını ve ezici bir saldırı karşısındaki figürlerin bireysel ifadelerini ve jestlerini ortaya çıkarmak için aşırı yavaş hareketle ortaya çıkmaktadır. Sanatçı tarafından “yıkım ve hayatta kalma imgesi” olarak nitelendirilen bu güçlü ve son derece hareketli eser, izleyici de duygusal anlar yaratmaktadır. (<https://2015.acmi.net.au/exhibitions/past-exhibitions/2011/bill-viola-the-raft/> Erişim Tarihi: 10.04.2020). McLuhan,

4 Yerleştirme veya enstalasyon, geleneksel sanat eserlerinden farklı olarak, çevreden bağımsız bir sanat nesnesi içermeyip belirli bir mekân için yaratılan, mekânın niteliklerini kullanıp irdeleyen ve izleyici katılımının temel bir gereklilik olduğu sanat türüdür ([https://tr.wikipedia.org/wiki/Yerleştirme\\_sanatı](https://tr.wikipedia.org/wiki/Yerleştirme_sanatı) Erişim Tarihi: 10.04.2020).

‘iletişim aracının değişimi algıyı dönüştürerek görselliğin daha duygulu bir boyut taşıdığını’ dile getirmiştir (Tuğal, 2018: 58). Yeni iletişim teknolojileri çağında etkileşimli iletişimden bahsedilirken yalnızca izleyicinin esere interaktif katılımından da bahsedilmemektedir. Sanatçı algoritmik bir yapıt sunmaz fakat video sanatının sunduğu matematiksel işlemlerle izleyiciyi eserin içine çekmektedir. Bill Viola’da bu durumu dünyada en iyi yapan video sanatçısıdır.

## SONUÇ

Görsel dil, teknoloji ve bilimin gelişmesine bağlı olarak yaşam biçimlerinde ve algı normlarında önemli bir dönüşüm dinamiğine sahiptir. Dönüşümün bireysel ve toplumsal etkiler yaratması, görsel tasarımlar yoluyla yaratılan yeni bir kültürel dilin oluşmasına sebep olmuştur. Kültürel dilin oluşum aşamasında ve şekillenmesinde ise dijitalleşme önemli bir unsur olarak görülmektedir. Bireylerin dijitalleşmeyle birlikte karşılaştığı yeni teknoloji ve bu yeni teknolojilerin sunduğu araçlarla yaratılan görsel içeriklere veya görsel ürünlere ‘dijital görsel kültür’ tanımlaması yapılmaktadır. Yeni teknoloji ürünleri aracılığıyla üretilen tasarımlarda gizli mesajların kodlandığı, sanal ortamda yaratılan içeriklerin, bireyleri şekillendirdiği ön görülmektedir.

Teknolojik yaratımlar, bireylerin bir ürünü doğrudan kabul etmesine imkan vermeyerek, onun alt mesajlarını okuması için yeni bir kültürel dil oluşturmaya çalışmaktadır. Teknolojik yaratımlar, dijital sanat oluşumlarına izin verdiğinden çeşitli ürünlerin farklı ortamlarda izleyicilerle buluşması mümkün hale gelmektedir. Dijital sanatın yeni teknolojik alt yapı sayesinde güçlenmesi, video sanatının da gelişimini sağlayarak yeni kültürlerin bireyler üzerinde etkin olmasını sağlamaktadır. Işık ve gölgenin temel unsur olarak bilindiği video sanatında dijitalleşme sonucu,

geleneksel ve çağdaş sanat yaratımlarının bir arada kullanılması, video sanatını önemli hale getirmektedir. Çünkü görsel kültürün herhangi bir bilgi birikimi var olmadan mevcut olması düşünülecek bir durum değildir.

Çağdaş sanat üretimleri de belirli görsel kültürler üzerinde yoğunlaşarak, teknolojik üretim araçlarıyla dijital görsel üretimleri sağlamaktadır. Video sanatı da bu doğrultuda gelişerek, dijital video sanatı oluşumunu gerçekleştirmek adına ürünler sunmaktadır. Bu bağlamda öncül video sanatçısı Bill Viola, Sal eserinde geleneksel ve çağdaş sanat unsurlarını bir arada kullanarak, dijital video sanatına örnek sunmuştur. Sal eseri, örneklem alınarak gerçekleşen Panofsky'nin 'ikonografik ve ikonolojik eleştirel yaklaşım' analizi doğrultusunda Viola'nın Rönesans eserlerinde yer alan renk, ışık, gölge unsurlarını referans alarak bir eser ortaya çıkardığı görülmektedir.

Ayrıca dini motiflere yer verilerek, doğum, ölüm ve yeniden doğum temaları işlenmektedir. Suyun gücünü her ürününde vurgulayan sanatçı, bu eserde de bu gücü kullanmaktadır. 'Medusa Salı' eserinde işlenen umut ve umutsuzluk kavramları bir arada verilmektedir. Ayrıca Viola, görünmeyen şeyler üzerine odaklanmakta, bilinmeyen insanın kendini daima keşfetmesi gerektiğine inanmakta ve cevaplar yerine sorulara odaklanmak gerektiğini eserlerinde izleyicilere sunmaktadır. Sanatçı ve izleyici tek bir doğru üzerine düşünmeyerek, dijital video sanatının sunduğu görsel kültür çeşitliliğiyle karşı karşıyadır.

## KAYNAKÇA

- Akay, A. (2007). Toplumbilim, Görsel Kültür Özel Sayısı, 22 (1), İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Akyürek, E. (1995). Erwin Panofsky ve “İkonografi ve İkonoloji Üzerine, İstanbul: Alfa Yayınları.
- ‘Aligori’, (2016). <https://tr.wikipedia.org/wiki/Alegori> Erişim Tarihi: 10.04.2020.
- Alioğlu, N. (2011). Yeni Medya Sanatı ve Estetiği, İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Altunay, A. (2012). Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya: Görüntü Yüzeyi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Entitüsü Dergisi, 27, 33-44.
- ‘Anne karnındaki hayati sıvının önemi nedir? Sıvının az ya da çok olması tehlikeli midir? (Amniyon Sıvısı)’, (2019). <https://www.sabah.com.tr/saglik/2019/06/27/anne-karnındaki-hayati-sivinin-amniyon-sivisi-onemi-nedir-sivinin-az-ya-da-cok-olmasi-tehlikeli-midir> Erişim Tarihi: 09.04.2020.
- Arapoğlu, F. (2017). Video Sanatı’nın Öyküsü. N. Ç. Bikiç ve F. Özgür (Ed.), Belgesel / Kısa Film / Video Sanatı içinde (269-277). İstanbul: Doruk.
- Arapoğlu, F. (2019). ‘Video Sanatı’nın Ustası Borusan Contemporary’de: Bill Viola “Geçici”’, [https://www.borusancontemporary.com/tr/blog-video-sanatinin-ustasi-bill-viola-gecici\\_902](https://www.borusancontemporary.com/tr/blog-video-sanatinin-ustasi-bill-viola-gecici_902) Erişim Tarihi: 01.04.2020.
- Avcı Tuğal, S. (2018). Oluşum Süreci İçinde Dijital Sanat, İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- Aydoğan, F. (2004). Medya Ve Popüler Kültür. İstanbul: Mediacat Akademi Yayınları.
- Barnard, M. (2002). Sanat Tasarım ve Görsel Kültür, (Çev: Güliz Korkmaz), Ankara: Ütopya Yayın Evi.
- Barnard, M. (2003). Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Berger, J. (2013). Görme Biçimleri, İstanbul: Metis Yayınları.
- Bayhan, A. (2018). Videodaki Sanatsal Dilin Ontolojisi. İstanbul: Işık Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.
- ‘Bill Viola- The Raft, May 2004’ <https://www.youtube.com/watch?v=4lli9pvlxdk> Erişim Tarihi: 05.04.2020.
- ‘Bill Viola- The Raft’ (2011). <https://2015.acmi.net.au/exhibitions/past-exhibitions/2011/bill-viola-the-raft/> Erişim Tarihi: 10.04.2020.

- ‘Bill Viola- The Raft’, <https://www.amfedarts.org/artroom-bill-viola-raft/> Erişim Tarihi: 07.04.2020.
- ‘Bill Viola: Dijital Sergi Rehberi’ (2019). [https://www.borusancontemporary.com/tr/bill-viola-gecici-dijital-rehber\\_909](https://www.borusancontemporary.com/tr/bill-viola-gecici-dijital-rehber_909) Erişim Tarihi: 04.04.2020.
- ‘Bill Viola’, (2020). [https://tr.wikipedia.org/wiki/Bill\\_Viola](https://tr.wikipedia.org/wiki/Bill_Viola) Erişim Tarihi:01.04.2020.  
Bill Viola’s Three Women in Edinburgh’ (2018).<https://artislive.co.uk/2018/08/20/bill-violas-three-women-in-edinburgh/> Erişim Tarihi: 05.04.2020.
- Brown Elizabeth A. R.(1999). The Dinteville Family and the Allegory of Moses and Aaron Before Pharaoh. Metropolitan Museum Journal, 34, 32-45.
- Burnett, R. (2012). İmgeler Nasıl Düşünür, (Çev.Pusar, G.) İstanbul: Metis Yayınları.
- ‘Caravaggio’, (2020). <https://tr.wikipedia.org/wiki/Caravaggio> Erişim Tarihi: 09.04.2020.
- Cömert, B. (2008). Mitoloji ve İkonografi, Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Cömert, B. (2010). Mitoloji ve İkonografi, Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Dobbs, S. (1998). A Guide to Discipline-Based Art Education Learning in And Through
- Erdemgil, E. (2019). ‘İki Farklı Ustadan Son Akşam Yemeği’, <https://www.wanart.com/iki-farkli-ustadan-son-aksam-yemegi/> Erişim Tarihi: 09.04.2020.
- Erinç, S.M. (1995). Resmin Eleştirisi Üzerine. İstanbul: Hil Yayın.
- Güney, E. (2014). Dijital Görsel Kültür ve Yeni Medya Ekseninde Sanatın Değişen Rolü. İzmir: Ege Üniversitesi, Doktora Tezi.
- Hall, S. (1998). Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik. Anthony King (Der.), Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi: Kimlik Temsilinin Çağdaş Koşulları, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Kargın, N. (2015). ‘Medusa’nın Salı: Bir Hazin Öykü ve Bir Başyapıt’, <https://indigodergisi.com/2015/12/bir-hazin-oyku-ve-bir-basyapit-medusanin-sali-theodore-gericault-ressam/> Erişim Tarihi: 09.04.2020.
- Kazel, G.İ., (2017). Görsel Kültür ile Sosyoloji Arasındaki İlişki, Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi, 1(1), 45-69.

- Kılıç, L. (2000). Görüntü Estetiği, İstanbul: İnkılap Kitabevi .
- Lister, M. (Ed) (2013). The Photographic Image In Digital Culture. London: Routledge.
- Lovejoy, M. (1997). Postmodern Currents: Art and Artists in the Age of Electronic Media. UK: Prentice Hall International.
- Mamur, N. (2012). Görsel Sanatlar Öğretmen Adaylarının Görsel Kültür Diyaloglarına Yönelik Algıları, Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi, 12(3), 2166-2173.
- ‘Medusa’nın Salı’ (2018). [https://tr.wikipedia.org/wiki/Medusa%27nin\\_Salı](https://tr.wikipedia.org/wiki/Medusa%27nin_Salı) Erişim Tarihi: 09.04.2020.
- Merdeşe, T. (2017). Yeni Medya Sanatında Devingen İmgeler: Video Alanlar. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.
- Messaris, P. (2001). Visual Culture. James Lull (Ed.), Culture in the Communication Age içinde (179-192), London and New York: Routledge.
- Mirzoeff, N. (1998). The Visual Culture Reader, London and New York: Routledge.
- Mitchell, W. J. T. (1995). What is visual culture?. In I. Lavin (Ed.), Meaning in the visual arts: Views from the Outside içinde (207-217). Princeton: Institute for Advanced Study.
- ‘Narsisizm’, (2020). <https://tr.wikipedia.org/wiki/Narsisizm> Erişim Tarihi: 09.04.2020. Panofsky, E., (1995). İkonografi ve İkonoloji: Rönesans Sanatının İncelemesine Giriş, (Çev. Akyürek, E.), İstanbul: Afa Yayınları.
- Panofsky, E., (2014). İkonoloji Araştırmaları-Rönesans Sanatında İnsancıl Temalar, (Çev. Düz, O.), İstanbul: Pinhan Yayıncılık,
- Panza, V. (2012). ‘Bill Viola- Reflections’, <http://flaminiogualdoni.com/?p=9325> Erişim Tarihi: 05.04.2020.
- Per, M. (2012). Resim Sanatında Rengin Tarihsel Süreçte İncelenmesi. İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 2(4), 103-119.
- Rubinstein, D., ve Sluis, K. (2013). The Digital Image in Photographic Culture: Algorithmic Photography and the Crisis of Representation. Lister, M. (Ed.), The Photographic Image In Digital Culture içinde (22-40). London: Routledge.

Rush, M. (2007). Video Art, Londra: Thames&Hudson.

Sheets, H. (2012). ‘A Sea of Solitary Islands, Coming Together’, <https://www.nytimes.com/2012/10/28/arts/artsspecial/bill-viola-retrospective-explores-isolation-and-communion.html> Erişim Tarihi: 07.04.2020.

Şenyapılı, Ö. (2002). Sinema Tasarım, İstanbul: Boyut Kitapları.

‘The Resurrection of the Lord’ (2019). <https://www.christianart.today/daily-gospel-reading/18> Erişim Tarihi: 01.04.2020.

Türk Dil Kurumu Sözlüğü’ <https://sozluk.gov.tr> Erişim Tarihi: 28.03.2020.

Türk Dil Kurumu, (1998). Türkçe Sözlük, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basım Evi.

Uysal, A. (2011). Görsel Kültürün ve Sosyo-Kültürel Olguların Öğrenci Resimlerindeki İmgelere Etkileri, Akademik Bakış Dergisi, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E- Dergisi, 24, 1-20.

Valcárcel, M. (2017). ‘Bill Viola: “Mary” at St Paul’s Cathedral’ <https://www.alexandradeargos.com/index.php/en/artp/41470-bill-viola-mary-at-st-paul-s-cathedral> Erişim Tarihi: 01.04.2020.

Vaughan, W, (2005). Digital Art History. (Eds: Anna Bentkowska-Kafel, Trish Cashen, Hazel Gardiner) History of Art in the Digital Age: Problems and Possibilities içinde (3-15). USA: Intellect Ltd.

Yaykın, M. (2010). Sanat, Teknoloji, Bilim ve Fotoğraf, İstanbul: Kalkedon Yayınları. ‘Yerleştirme Sanatı’, (2019). [https://tr.wikipedia.org/wiki/Yerleştirme\\_sanatı](https://tr.wikipedia.org/wiki/Yerleştirme_sanatı) Erişim Tarihi: 31.03.2020.

‘Yerleştirme Sanatı’, (2019). [https://tr.wikipedia.org/wiki/Yerleştirme\\_sanatı](https://tr.wikipedia.org/wiki/Yerleştirme_sanatı) Erişim tarihi: 10.04.2020.

Yıldırım, C. (2011). Matematiksel Düşünme, İstanbul: Remzi Kitapevi.





# KİTAP İNCELEMESİ: SÖZLÜ BASIN TARİHİ

Prof. Dr. Aysel AZİZ  
İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi İletişim Fakültesi

“*Türkiye Sözlü Basın Tarihi*” adlı çalışma, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Genel Yayın 3619 sayı ile 2016 yılında üç cilt olarak yayınlandı (S. Gezgin, V. Polat, E. Arcan (2016). *Türkiye Sözlü Basın Tarihi*, İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları. Cilt I, Cilt II. Cilt III)

Çalışma Cilt I: 516 sayfa, Cilt II: 618 sayfa, Cilt III: 798 sayfa olmak üzere toplam 1932 sayfa röportaj çözümlemesi ile her bir ciltte aynı içerikte 4'er sayfa ile Cilt I'de 24 sayfalık “Giriş” kısmıyla toplam 1968 sayfadan oluşmaktadır.

Çalışma 2017 tarihinde İLAD (İletişim Araştırmaları Derneği) tarafından “Yılın en iyi akademik çalışma ödülü”nü aldı.<sup>1</sup>

“Türkiye Sözlü Basın Tarihi” adlı bu çalışma bir sözlü tarih araştırma projesi olarak, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü öğretim

elemanlarından oluşan geniş bir kadro ile yürütüldü. Proje, yürütücüsü **Prof. Dr. Suat Gezgin**, Proje koordinatörleri **Veli Polat** ve **H. Esra Arcan** tarafından bir sözlü tarih çalışması olarak 2005 yılında başlatılmış ve 2009 yılında tamamlanmış. Çözümlemesi, yazıya dökülmesi, redaksiyonu 2015 yılına kadar sürmüş ve 2016 yılında ise basımı gerçekleşmiştir. Özet olarak söylemek gerekirse, araştırma en az 10 yıllık bir süreyi kapsamıştır.

Projenin tüm süreci, Proje yürütücü ve koordinatörlerinin kendi deyimleriyle; “...herhangi bir finansal destek almadan İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi çalışanlarının gönüllü desteğiyle gerçekleştirilmiştir...” Bu denli uzun soluklu bir araştırmanın mali desteksiz yürütülmesi günümüz koşullarında çok zor, hatta imkânsız olmakla beraber; zor olan başarılmış, özverili bir çalışma

1 Konuyla ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. [www.ilad.org](http://www.ilad.org).



sonucu ortaya çıkarılmıştır. Araştırmanın bu denli uzun sürmesinin bir nedeni olarak “gönüllülük” esasıyla yürütülmüş olmasına bağlanabilir. Çok iddialı bir gözlem olabilir ama şimdiye kadar görebildiğim kadarıyla türünün tek örneği... Bu zoru aşarak bu çalışmayı ortaya çıkardıkları için başta Prof. Dr. Suat Gezgin olmak üzere tüm ekibin kutlanması gerekir...

Kitap, sözlü tarih çalışmasına güzel bir örnek olması yanında, basımı yapılarak gün yüzüne çıkarılan; sonuçları toplama sunulan ilk araştırma olma özelliğini de taşıyor... Kitabın önemli bir diğer özelliği ise, Türk basın tarihi ile ilgili olarak mesleğinin yaşayan ilkleri, duayenleri ile ilgili olarak yapılması ve aşağıda değinileceği üzere, Türk basınının çeşitli yönlerini anlatırken aynı zamanda 1930’lardan bu yana yer yer toplumsal olguların da anılarla belgelenecek okuyucuya aktarılmasının sağlanmış olmasıdır.

### **Çalışmanın Yöntemi:**

Çalışma, sözlü tarih çalışmasının yöntem ve tekniklerini kullanarak öncesi hazırlık aşaması, röportajların yapımı ile ilgili uygulama aşaması ile röportajların çözülmesi ve redaksiyonu olmak üzere üç ana aşamada gerçekleştirilmiştir.

Üç cilt halinde yayımlanan çalışmanın her bir cildinin başında; “Önsöz” olarak, araştırmanın yapılarıyla ilgili aynı bilgileri tekrar ederek, ancak o cilde özgü bilgiler eklenerek verilmiştir. Bir anlamda her cildin kendi içinde bütünlüğü sağlanmak istenmiştir. Sözlü tarih çalışmalarının en önemli özelliği, tarihe tanıklık eden kişilerin, konu çerçevesinde olayları anlatmalarını; geçmişin sesini günümüze aktarmalarıdır.

Sözlü tarih çalışmasının olmazsa olmaz yöntem ve teknikleri bu araştırmada da kullanılmış; Türk basınına damgasını vuran, hayatta bulunan yazılı basın çalışanları ile yapılan röportajlardan oluşturulmuştur. Bu kapsamda, gazetecilik mesleğiyle ilgili toplam 55 gazeteci ile röportaj yapılmıştır.<sup>2</sup>

Röportaj yapılacak gazetecilerin seçiminde, doğum

2 Doğrudan röportaj yapılan sayısı 54 olarak

tarihleri esas kullanılmıştır. İlk olarak 1910 yılından itibaren Osmanlı İmparatorluğu uyruğunda doğan 15 gazeteci alınmıştır. Cilt I’de yer alan röportajlar 12 Mart 1971 Muhtırasına kadar aktif görevde olan gazetecileri kapsamaktadır. Cilt II’de Cumhuriyetin kuruluşundan sonra; 1927-1930 yıllarında doğan 17 gazeteci ile röportaj, Cilt III’de ise 1932 - 1940 tarihleri arasında doğan 23 gazeteci ile röportaj yapılmıştır.

Uygulamada, oluşturan soruların ışığında gazetecilerin açıklamaları oldukça serbest bırakılmış; kişisel, mesleki özgeçmiş, toplumsal çevre ile kurumsal ilişkiler olmak üzere üç ana tema üzerinden tam ya da yarı yapılandırılmış 29 soru çerçevesinde röportajlar yapılmıştır. Bu bakımdan kimi gazeteciler, olayları yalnızca gazetecilik mesleğiyle ilgili olduğu kadarıyla anlatırken, kimileri kendi öz yaşamlarındaki ayrıntılara da yer vermiştir. Bu bakımdan 7 sayfa tutan kısa röportajlar yanında (Cilt II: İlhan Banguoğlu gibi) ya da Orhan Karaveli gibi 79 sayfa (Cilt II; 509-588); ya da Fikret Otyam gibi 76 sayfa (Cilt 1: 419-495) gibi çok uzun röportaj veren gazeteciler de olmuştur. Verilen uzun ya da kısa röportajların redaksiyonu yapılarak bazı bilgilerin –tarih ya da isim gibi- eksik tarafları giderilmiş, kontrolü yapılmış; ancak uzun olan röportajların kısaltılması yoluna gidilmemiş: neredeyse ‘virgülüne dokunmadan’, bant kayıtları çözümlenmiştir.

**Fotoğrafların yer alması:** Kitaplarda röportajların ses kayıtlarının çözümlenerek yazı haline getirilmesi yanında, kendilerinin anlattıklarıyla ilgili, yaşamlarından kesitleri aktaran fotoğraflara da yer verilmiştir. Türk basın tarihine sözlü tanıklığın yanı sıra görsel tanıklığın yapılması, röportajları daha da renklendirmiş, zenginleştirmiş; özellikle de anlatılanların belgelenmesi; inandırıcılığı açısından son derece önemli bir özellik de tamamlanmıştır.

### **İçerik Değerlendirmesi:**

Çalışmada, Önsöz’de de belirtildiği üzere, gazeteci-

saptanmış, 55. gazeteci olarak yer alan gazeteci **Hal-**

**dun Simavi** ile röportaj değil, onun yerine gazeteci **Necati Zincirkıran**’ın anlatımıyla dolaylı bir röportaj gerçekleştirilmiştir (bkz. Cilt 1 sh. 407-417).

lerin ağzından gazetecilik mesleğinin anıları anlatılırken. dönemin "...*Türkiye tarihinin hukuki, politik, sosyal ve kültürel dönüşümünün Türkiye basın tarihi içindeki yansımaları sözel kaynaklarına dayalı olarak...*" okuyucuya sunulmaktadır. Bu anlatımlarda küçük anekdotlara da yer verilerek; zamanın çok önemli olayları neredeyse mizahi bir üslupla anlatılmıştır.

Çalışmanın en önemli yanı Türk basın tarihinin, Türkiye'nin demokratikleşme sürecinin bir parçası olarak ortaya çıkması, gazetecilere ve yazılarına olan baskının günümüzde olduğu gibi geçmişte de var olduğunu; Türk basın özgürlüğünün hangi süreçlerden geçtiğinin gözler önüne sermesidir. Bu bağlamda Kurtuluş Savaşı döneminde basına yönelik kısıtlamalar, "Tahrir-i Sükûn Kanunu" uygulamaları, 1931 yılında "Matbuat Kanunu" ile Ceza Kanunu'nun çıkarılması, çok partili dönemdeki basın özgürlüğüyle ilgili söylemler, vaatler, Demokrat Parti'nin iktidara geldikten sonra basına uyguladığı baskı rejimi; Tahkikat Komisyonunun kurulması, 27 Mayıs 1960 ihtilali, Demokrat Parti iktidarının son bulması, 1961 Anayasası'nın basın özgürlüğü açısından getirdikleri, kısa süren basın özgürlüğü ve sonrası 12 Mart muhtırası, 12 Eylül 1980 İhtilali basın özgürlüğüne getirilen kısıtlamalar... Tüm bu gelişmeler, röportajların satır aralarından çıkan önemli sonuçlar...

Çalışmanın sistematik bir değerlendirilmesi yapılmamış, onun yerine Cilt I'de yer alan ve araştırmanın koordinatörleri **H. Esra Arcan** ile **Veli Polat**'ın kaleme aldığı 24 sayfalık "Giriş" yazısında röportajların analizi yapılmıştır. Oldukça kapsamlı olan giriş niteliğindeki bu değerlendirmenin çalışmanın son değerlendirme olmasının daha uygun olacağı söylenebilir. Her cildin kendine özgü sonuç kısmının olması, hepsini okuyamayanlar için daha yararlı olabilirdi; özellikle tüm ciltleri okuyamayan ancak belirli döneme ışık tutan anlatımlardan yararlanmak isteyen araştırmacılar için çok daha işlevsel ve yararlı olabilirdi düşüncesini taşıyoruz.

Değerlendirmede değinilmesi gereken bir diğer hu-

sus, röportaj yapılamayan, hayatta olmayan gazetecileri kapsayan kronolojik bir listenin hazırlanması, çalıştıkları gazetelerle birlikte ve her cildin sonunda verilmesinin hem bu konuda araştırma yapmak, bilgi almak isteyen araştırmacılara yol gösterici olması, hem de aramızdan ayrılan gazetecilere, isimlerini anarak saygı gösterilmesi açılarından önemlidir...

Röportaj yapılan gazetecilere gelince; seçilen gazeteciler yanında röportaj yapılmayan gazetecilerin varlığını da dile getirmek gerekirdi. Örneğin Ankara ve İzmir gibi bölge basınının yaşayan duayenlerinin de olduğu biliniyor.

Örneğin yıllardan beri Ankara Gazeteciler Başkanlığı görevini yürüten gazeteci **Nazmi Bilgin** ile o zamanlar hayatta olan İzmir Gazeteciler Cemiyeti Başkanı İsmail Silivri'nin de röportaj yapılan gazeteciler listesinde yer alması, 1950 sonrası basının, özellikle Ankara ve Anadolu serüvenine ışık tutması açısından önemlidir.

Değinilmesi gereken bir diğer husus ise, kadın gazetecilere az yer ayrılması! Burada, bazı gazetecilerin anlatılarında da görüldüğü gibi, kadın gazetecilerin sayıları az olmakla birlikte son zamanlarda yaşayan kadın gazetecilere de yer verilebilirdi. Bu arada Türkiye'de ilk kadın gazeteci olarak da adlandırılacak önemde olan bir kadın gazetecinin unutulduğunu ya da sonraki meslek alanının gazetecilik mesleğinin önüne geçtiği için alınmadığı önemli bir isimden de söz etmek gerekir: **Prof. Dr. Nermin Abadan Unat**... Nermin Hoca, Ankara'da Ulus Gazetesi'nin ilk kadın gazetecilerindendir. Gazetecilik yaptığı yılları gururla anlatır. En azından röportajı verilen **Betül Mardin** kadar gazetecilik mesleğini yapmıştır.

Yaşayan kadın gazetecilerimizden 30 yılını çalışma konusuna vermiş, işçi haklarının sürekli dile getiren bir gazeteci olarak Şükran Soner, ANKA Ajansı muhabirliği yapmış, çeşitli gazetelerde çalışmış bir **Füsun Özbilgen** de kadın gazeteci kontenjanından alınabilirdi!

## SONUÇ

“*Türkiye Sözlü Basın Tarihi*” adlı çalışma Türk basın tarihine büyük katkısı olan büyük bir proje... Konuyla ilgilenen genç araştırmacılar, bu projede yer alan gazeteci açıklamalarından iyi bir söylem analizi ve içerik çözümlemesi yaparak önemli sonuçlar elde edebilir; daha sistematik çıkarımlarda bulunabilirler.

Projenin yürütücüsü **Prof. Dr. Suat Gezgin**'i ve emek veren tüm proje ekibini bir kez daha kutluyoruz...



**T.C.**

*Istanbul*

**YENİ YÜZYIL  
ÜNİVERSİTESİ**