

# IMCS

Cilt 1 Sayı 1 2024

 **YAŞAR ÜNİVERSİTESİ**  
İletişim Fakültesi



Interdisciplinary  
Media and  
Communication  
Studies

**Yaşar Üniversitesi**  
**İletişim Fakültesi**  
**İnterdisipliner Medya ve İletişim Çalışmaları**  
**Interdisciplinary Media and Communication Studies (IMCS)**

**Derginin Kapsamı**

Uluslararası

**Derginin Türü**

Elektronik

**Derginin Dili**

Uluslararası / Türkçe ve İngilizce

**Yayın Periyodu**

Yılda iki / Mayıs ve Kasım

**Sahibi**

Yaşar Üniversitesi Rektörlüğü  
adına Prof. Dr. Aylin Güney

**Yayın Kurulu Başkanı Editör**

Prof. Dr. Sevda Alankuş

**Kapak ve Kitap Tasarımı**

Orkun Destici

**Grafik Uygulama**

Kardelen Aysel

**Web ve Sayfa Tasarımı**

Doruk Türkmen

**Yayın Yılı**

2024

**ISSN**

3023-8188



## **Editör Yardımcısı**

Prof. Dr. Özlem Alikılıç

## **Alan Editörleri**

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık: Prof. Dr. Işık Özkan

Radyo, Televizyon ve Sinema: Dr. Öğr. Üyesi Burcu Dabak Özdemir

Görsel İletişim Tasarımı: Dr. Öğr. Üyesi Gizem Kızıltunalı Sonyol

Yeni Medya ve İletişim: Doç. Dr. Özlem Ozan Özarıslan

## **Sayfa Editörü**

Araş. Gör. Deniz Özyurda Ergen

Araş. Gör. Doruk Türkmen

## **İngilizce Editörü**

Doç. Dr. Dilek Melike Uluçay

Yaşar Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin dergisi olan ve 2024 yılında yayın hayatına başlayan "İnterdisipliner Medya ve İletişim Çalışmaları Dergisi" (Interdisciplinary Media and Communication Studies) dergisi, iletişim, medya, sinema, halkla ilişkiler, reklamcılık, görsel iletişim tasarımı ve yeni medya ürünlerinin üretildikleri coğrafyanın kültürel, sosyal, ekonomik, tarihsel verileri ile ilişkilendirerek, bağlamsal, karşılaştırmalı ve disiplinlerarası bir anlayışla kavranmasını sağlayan kuramsal ve uygulamaya yönelik akademik çalışmaları yayınlamak üzere tasarlanmış hakemli, elektronik, uluslararası bir dergidir. Türkçe ve İngilizce olarak, Mayıs ve Kasım aylarında olmak üzere yılda iki kere yayınlanır. Yazarlardan yayın ücreti talep edilmez. Dergide yayınlanan yazıların sorumluluğu yazarına aittir. Kaynak göstermeden alıntı yapılamaz.

## Yayın Kurulu

Yaşar Üniversitesi

Prof. Dr. Dilek Kaya

Prof. Dr. Ebru Gökaliiler

Prof. Dr. Eylem Yanardağoğlu

Prof. Dr. Huriye Toker

Prof. Dr. Işık Özkan

Prof. Dr. Nazlı Bayram

Prof. Dr. Özlem Alikılıç

Doç. Dr. Çağrı İnceoğlu

Doç. Dr. Dilek Melike Uluçay

Doç. Dr. Ferah Onat

Doç. Dr. Gizem Melek

Doç. Dr. Melek Atabey

Doç. Dr. Özlem Ozan Özarslan

Doç. Dr. Pelin Aytemiz Karslı

Dr. Araş. Gör. Baran Akkuş

Dr. Araş. Gör. Mert Seven

Dr. Öğr. Üyesi Burcu Dabak Özdemir

Dr. Öğr. Üyesi Tülay Görü Doğan

Dr. Öğr. Üyesi Ürün Yıldırım Önk

Araş. Gör. Deniz Özyurda Ergen

Araş. Gör. Simgе Uğurluer

Prof. Dr. İncilay Cangöz Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Nezih Orhon Anadolu Üniversitesi

Doç. Dr. Aysun Akan İzmir Ekonomi Üniversitesi

Doç. Dr. Gökçen İnce Başaran Ege Üniversitesi

Doç. Dr. Nazan Haydari Pakkan İstanbul Bilgi Üniversitesi

## Yayın Kurulu Fonksiyonları

Derginin kapsamının belirlenmesi, yayın ilkelerinin saptanması, yayın içerik sayısının saptanması, biçimsel ve görsel standartların belirlenmesi, yazım kurallarının belirlenmesi ve örnek yazımlarla desteklenmesi, yayın çeşitliliğinin belirlenmesi (araştırma makalesi, kitap özeti, çeviri, değerlendirme, vb.), bibliyografik erişim kaynakçalarında biçim seçimi (APA, Chicago, Harvard vb.), değerlendirme kriterlerinin belirlenmesi ve değerlendirme formlarının oluşturulması, hakem ve alan editörlerinin iş yüklerinin belirlenmesi, bilim/danışma kurulu üyelerinin belirlenmesi, derginin akademik ortamlarda duyurumu.

## Bilim Danışma Kurulu

Prof. Dr. Aysel Aziz Yeni Yüzyıl Üniversitesi  
Prof. Dr. Emine Yavaşgel İstanbul Üniversitesi  
Prof. Dr. Eser Köker Emeritus  
Prof. Dr. Esra Danacıoğlu Yıldız Teknik Üniversitesi  
Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu Marmara Üniversitesi  
Prof. Dr. Gökçen Karanfil İzmir Ekonomi Üniversitesi  
Prof. Dr. Mark Deuze University of Amsterdam  
Prof. Dr. Mutlu Binark Hacettepe Üniversitesi  
Prof. Dr. Nezih Erdoğan İstinye Üniversitesi  
Prof. Dr. Özlem Duva Kaya Dokuz Eylül Üniversitesi  
Prof. Dr. Özlem Özkal Özyeğin Üniversitesi  
Prof. Dr. Skadi Loist Babelsberg Film University  
Prof. Dr. Susan Dente Ross Washington State University  
Prof. Dr. Süleyman İrvan Üsküdar Üniversitesi  
Prof. Dr. Yeşim Kaptan Kent State University  
Doç. Dr. Ayda İnanç Sakarya Üniversitesi  
Doç. Dr. Burcu Sümer Ankara Üniversitesi  
Doç. Dr. Çiğdem Taş Alicenap Anadolu Üniversitesi  
Doç. Dr. Özge Güven Akdoğan Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Doç. Dr. Semih Delil Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Dr. Branco Di Fátima Universidade da Beira Interior  
Dr. Öğr. Üyesi Ali Özgür Gürsoy İzmir Ekonomi Üniversitesi  
Dr. Öğr. Üyesi Halil Göker Gülay Celal Bayar Üniversitesi  
Dr. Öğretim Üyesi Devrim İnce Uşak Üniversitesi  
Dr. Öğretim Üyesi Pembe Behçetoğulları Doğu Akdeniz Üniversitesi  
Ögr. Gör. Çağrı Sümengen Damen Breda University of Applied Sciences

## Editör Mektubu

### *Dergimizle ilk buluşma üzerine...*

İlkler hep heyecan verir. Yaşar Üniversitesi İletişim Fakültesi olarak son iki yıldır hazırlıklarımızı sürdürdüğümüz İnterdisipliner Medya ve İletişim Çalışmaları dergisinin ilk sayısı ile karşınızdayız ve heyecanlıyız. İletişim alanı dergimizin ismiyle de vurgulama ihtiyacı hissettiğimiz gibi interdisipliner bir alan, sosyal ve davranış bilimleriyle, insan bilimleri alanının her bir disipliniyle yakın ilişki içinde, karşılıklı olarak birbirlerine dokunuyor ve zenginleştiriyorlar. Ancak yaşanan COVID-19 dönemi ve küresel olarak evlerimize kapandığımız günler, bizlere iletişimin ve ilgili kuramların aslında iç içe bulunduğunu ve hatta bu alanların sınırlarını çok aşacak şekilde, pozitif bilimler olarak sınıflanan disiplinlerin de çekirdeğini oluşturduğunu gösterdi ve bu sadece yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı ve ilgili içeriklerin üretilmesinden ibaret bir ilişkisellik durumu değil. Yeni teknolojilerin gündelik ve mesleki alanımızın her anına dahil olduğu günümüzde, onlarla ilişkimiz ister “yerli” (“native”), ister henüz “göçmen” (“nomad”) düzeyinde olsun, hepimiz ileri düzeyde dijital okur-yazarlık geliştirmek durumundayız.

Ancak biliyoruz ki, İletişim her zaman medya teknolojilerinin ustaca kullanımından ötesine, bütün etkileşimler düzeyinde bir arada yaşayabilmenin ve üretebilmenin koşulunu oluşturan bir ortak anlam üretim sürecine işaret ediyor. Akademik bilgi söz konusu olunca ise, özellikle de günümüzün çoklu krizler ve küreselleşme-sonrası koşullarında, bu ortak anlam üretim süreci ve pratikleri bir yandan karmaşıklaşıyor diğer yandan aşırı uzmanlaşmalar nedeniyle zorlaşıyor. Bu nedenle, yakın zamanda iletişim ve medya alanında eğitimi veren kurumlarda açılan kimi temel derslerin bütün teorik ve uygulamalı eğitimlerin bir parçası haline geleceği gibi bir öngörüde bulunabiliriz. Yani iletişim kuramları, iletişim psikolojisi, kişilerarası ve kültürlerarası iletişim gibi derslerden başlayarak sağlık iletişimi, çevre iletişimi, sürdürülebilirlik iletişimi, veri haberciliği, kriz iletişimi gibi konular ve bunları eleştirel temelde kurma gerekliliğinin sadece bizim alanımızın değil, diğer bütün alanlarda alınan eğitimin de ayrılmaz parçası haline geleceği günlere doğru evriliyoruz. Günümüzde gerekliliğini giderek daha fazla hissettiğimiz “gerçek” interdisipliner yaklaşımdan da ancak o zaman söz edebileceğiz.

Bu ilk sayımızda, İngilizce ve “deneme” türünde hazırlanmış bir çalışma dışında, diğer tüm çalışmalar “araştırma makalesi” niteliğinde. Konu dağılımına bakıldığında ilk sayımızda “çuvaldızı kendimize batırıyoruz” ve Türkiye’deki tüm gazetecilik bölümlerinin müfredatlarının taranarak gazetecilik alanında verilmekte olan eğitimin, gazetecilerin güven duyulabilir meslek profesyonelleri olarak kabul görmelerine katkı sağlayıp-sağlayamadığının tartışıldığı bir araştırma makalesi ile başlıyoruz. İkinci yazımız ise yine artık yeniden tanımlanması gerektiğini düşündüğümüz lisansüstü iletişim eğitimini halkla



ilişkiler alanında yazılan lisansüstü tezler bağlamında tartışmaya açan bir diğer araştırma makalesi. Basın tarihimizin 1918-1945 zaman aralığında olmak üzere çok çalışılmamış bir yönünü, yabancı dile yayımlanan dergileri konu edinen bir diğer çalışmadan sonra, eleştirelliğin en fazla gerekli olduğu alanlardan birisi olduğu konusunda hemfikir olduğumuz reklamcılığa, toplumsal cinsiyet bağlamında yaklaşan çalışmayı sizinle paylaşıyoruz. Son olarak da, Gazze’de süregiden İsrail devletinin orantısız güç kullanımı karşısında medyanın tavrını Amerikan haber medyasını “sömürgecinin gazetecilik temel ders kitabı” sayılabilecek nitelikteki yanlılığını yapı-sökümüne uğratarak eleştiren bir deneme yazısını okuyabileceksiniz.

İlk sayımızın sizlerle buluşmasının heyecanı ve sevinciyle yayın ve danışma kurullarımıza katılmayı kabul eden bütün meslektaşlarımıza, bizi zahmetli ve özverili bir çalışmayla bu ilk sayıya ulaştıran öğretim üyelerimiz Prof. Dr. Özlem Alikılıç, Prof. Dr. Ebru Gökalliler ile araştırma görevlilerimiz Doruk Türkmen, Kardelen Aysel ve Deniz Özyurda Ergen’e içtenlikle teşekkür ederim. İnterdisipliner nitelikli, eleştirel çalışmalarınızla dergimize değer katmak üzere sizlerin de katkılarınızı bekliyoruz.

*Prof. Dr. Sevdâ Alankuş*

## Editorial

### *About our first issue...*

Firsts always evoke excitement. As the Faculty of Communication of Yaşar University, we are thrilled to present the inaugural issue of the Journal of Interdisciplinary Media and Communication Studies, which we have been diligently preparing for the past two years. As the title of our journal suggests, communication is an interdisciplinary field, deeply intertwined with social and behavioral sciences and the humanities, each enriching the other mutually. However, the COVID-19 pandemic and the ensuing global lockdowns have starkly revealed that communication and its theories permeate far beyond traditional boundaries, encompassing disciplines categorized within the natural sciences. This interconnectedness is not merely about the use and production of content related to new communication technologies. In our current era, where new technologies permeate every aspect of our daily and professional lives, we must all develop advanced digital literacy, whether we are "natives" or "nomads" in the academic world.

Communication is always about more than the skillful uses of media technologies; it is "co-creation of the meaning" as a condition of coexistence at all the levels of interactions, But, when particularly the academia is concerned, co-creation of the scientific knowledge and practices become more complicated and difficult in the age of multiple crises and post-globalization due to extreme specializations. Therefore, we may easily assume that in the near future, the core communication courses offered by the communication and media schools will be essential for all disciplines. We are transitioning to a time where the necessity of constructing courses such as communication theories, communication psychology, interpersonal and intercultural communication, health communication, environmental communication, sustainability communication, data journalism, and crisis communication on a critical basis will become an integral part of education not only in our field but in all other fields as well. Perhaps only then will we be able to speak of the "interdisciplinary approach", which we are increasingly beginning to feel is necessary across all scientific disciplines.

In recent years, numerous journals have emerged in the field of communication. Our distinction lies in our commitment to interdisciplinarity, as reflected in our name. In summary, we welcome all studies intersecting with communication, both in content and format. Our journal will be published biannually, featuring content in both Turkish and English. With our first issue, we are now available on Dergipark at <https://dergipark.org.tr/tr/pub/imes>. We aim to be indexed in Ulakbim soon and seek your support in achieving this goal.





In this first issue, apart from a single English essay, all other contributions are research articles. Our first issue begins with a self-reflective examination of journalism education in Turkey. We present a research article that explores the curricula of all journalism departments in Turkey, questioning whether the education provided contributes to journalists being recognized as trustworthy professionals. Our second article discusses the necessity of redefining postgraduate communication education, focusing on theses written in the field of public relations. Following another research article that explores an under-researched aspect of press history between 1918 and 1945, specifically focusing on journals published in foreign languages; we share a study that approaches advertising from a gender perspective, a field in which we believe that there is always a need for a critical analysis. Lastly, we present an essay deconstructing biased and "colonizer's basic journalism textbook" stance of the American news media, with a particular focus on its coverage of the disproportionate use of force by the Israeli state in Gaza, Palestine.

With the excitement and happiness of sharing our first issue with you, I extend my heartfelt thanks to all our colleagues who have agreed to join our editorial and advisory boards, to our faculty members Prof. Dr. Özlem Alikılıç and Prof. Dr. Ebru Gökalliler, and to our research assistants Doruk Türkmen, Kardelen Aysel, and Deniz Özyurda Ergen, who have guided us through this demanding and dedicated effort to bring this inaugural issue to the field. We eagerly await your critical and interdisciplinary contributions to enrich our journal.

*Prof. Dr. Sevda Alankuş*

## İçindekiler

- 06 Editör Mektubu**  
*Prof. Dr. Sevda Alankuş*
- 20 Gazetecilik ve Mesleki Güvenirliği Geliştirme Yolları**  
*Prof. Dr. İncilay Cangöz*
- 42 Lisansüstü Halkla İlişkiler Eğitiminde Eğilimler: Doktora Tezleri Üzerine Eleştirel Bir Bakış**  
*Büşra Göküş*  
*Prof. Dr. Özlem Alıkilıç*
- 60 Mütareke, Milli Mücadele ve Erken Cumhuriyet Dönemlerinde Yabancı Dillerdeki Süreli Yayınlar**  
*Prof. Dr. Uygur Kocabaşoğlu*  
*Doç. Dr. Aysun Akan*
- 80 Complicity and Duplicity in Mainstream U.S Media**  
*Prof. Dr. Susan Dente Ross*
- 86 Reklamlarda Kadın İmgesi: Yapısal-İşlevselci Kurama Göre Deterjan Reklamlarının İncelenmesi**  
*Gizem Arıcıoğlu*

## Özel Teşekkür

Dergimizin birinci sayısına başvuran çalışmaların hakemlik sürecini, bizleri kırmayarak titizlikle yürüten, çalışmalarını yayıma hazır hale gelebilmeleri için detaylı geribildirimleriyle daha da değerli kılan saygın hocalarımız;

Prof. Dr. Huriye Toker  
Prof. Dr. İsmet DüNDAR  
Prof. Dr. Mustafa Yağbasan  
Doç. Dr. Ayda Sabuncuoğlu İnanç  
Doç. Dr. Emrah Arğın  
Doç. Dr. Gizem Melek  
Dr. Öğr. Üyesi Aslı Galioğlu  
Dr. Öğr. Üyesi Halil Göker Gülay  
Dr. Öğr. Üyesi İnanç Alikılıç  
Dr. Öğr. Üyesi Soner Yağlı'ya içtenlikle teşekkür ederiz.

## Special Thanks to

We sincerely thank the esteemed professors who meticulously carried out the peer review process for the submissions to the first issue of our journal, and who enriched the works with their detailed feedback, making them ready for publication:

Prof. Dr. Huriye Toker  
Prof. Dr. İsmet DüNDAR  
Prof. Dr. Mustafa Yağbasan  
Assoc. Prof. Dr. Ayda Sabuncuoğlu İnanç  
Assoc. Prof. Dr. Emrah Arğın  
Assoc. Prof. Dr. Gizem Melek  
Assist. Prof. Dr. Aslı Galioğlu  
Assist. Prof. Dr. Halil Göker Gülay  
Assist. Prof. Dr. İnanç Alikılıç  
Assist. Prof. Dr. Soner Yağlı

## Özetler

### 20 Gazetecilik ve Mesleki Güvenirliği Geliştirme Yolları

*Prof. Dr. İncilay Cangöz*

#### Öz

Bu çalışmada gazetecilik bölümlerinde verilmekte olan eğitimin, gazetecilerin güven duyulabilir meslek profesyonelleri olarak kabul görmelerine katkı sağlayıp-sağlayamadığını konu edinmektedir. Bu konuyu ele alma nedenim, 21. Yüzyılda iktisadi düzen, siyasal alan ve kültürel üretimde önemli değişimler olması ve tüm bu olumlu ve olumsuz değişim-dönüşüm pratikleri ile bağlantılı olarak haber medyasına halkın güveninin hayli azalmış olmasıdır. Gazetecilik mesleğinin profesyonel norm ve kodları 20. Yüzyılın başlarında Amerika Birleşik Devletleri'nde pozitivist bilim kavrayışından hareketle tesis edilmiş; diğer pek çok ülkedeki gazeteciler tarafından da model olarak alınmıştır. 21. Yüzyılda dijital iletişim teknolojisi, haber üretim ve tüketiminde pek çok yeniliğe yol açarken bilgi kirliliği ve yalan haberin de yeni çağın önemli bir sorunu olarak belirginleşmesine yol açmıştır. Gazetecilik mesleğinin temel uğraşı olan haber üretim pratiğinin dönüşümü, mesleki kod ve normlarının da yeniden kurgulanmasını kaçınılmaz kılmaktadır. Bu noktada akademinin öncü bir rol üstlenmesi; gazeteciler ile halk arasındaki güvene dayalı ilişkisinin güçlendirilmesi önemli ve gereklidir. Böylesi bir inançtan hareketle, çalışmanın araştırma kısmında Türkiye'deki tüm gazetecilik bölümlerinin müfredatları taranmış ve toplumsal eşitsizlik, çatışma, dezavantajlılığı neden-sonuç ilişkisi bağlamında irdeleyen derslerin oranları tespit edilmiştir. Mevcut müfredatlar ile gazetecilik bölümlerinin eğitimlerinin, çoğulcu toplum modeli ve toplumun tüm kesimlerini ilgilendiren sorunları kapsayan bir müfredata sahip olmadıkları görülmüştür.

#### Abstract

This study examines whether the education provided in journalism departments contributes to journalists being perceived as trustworthy professionals. The reason for addressing this issue is the significant changes in economic, political, and cultural production in the 21st century, and the decline in public trust in the news media in connection with all these positive and negative changes and transformations. The professional norms and codes of journalism were established in the early 20th century in the United States based on a positivist understanding of science and have been adopted as a model by journalists in many other countries. In the 21st century, digital communication technology has led to many innovations in news production and consumption, while also highlighting misinformation and fake news as significant problems of the new era. The transformation of the news production practice, which is the primary focus of journalism profession, makes it inevitable to reconfigure professional codes and norms. At this point, taking a pioneering role in



academia is important and necessary for strengthening the trust-based relationship between journalists and the public. Based on such a belief, in the research part of the study, the curricula of all journalism departments in Turkey were scanned, and the proportions of courses that examine social inequality, conflict, and disadvantage in the context of cause-and-effect relationships were determined. It was found that the current curricula and education in journalism departments

## 42 Lisansüstü Halkla İlişkiler Eğitiminde Eğilimler: Doktora Tezleri Üzerine Eleştirel Bir Bakış

*Büşra Göküş*

*Prof. Dr. Özlem Alıkhç*

### Öz

Üniversitelerin lisansüstü eğitimleri, gerek yapısal gerekse de teorik olarak taşıdığı işlev itibarıyla üst bilimsel bilginin geliştiği ve akademik çalışmaların yapıldığı önemli bilim üretme sistemleridir. Dün olduğu gibi bugün de üniversiteler bünyesinde kurulmuş olan lisansüstü enstitülerin programlarında, yüksek lisans ve doktora çalışmaları, üniversitelerdeki akademik çalışmaların önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Özellikle doktora programları kapsamında hazırlanan tezler, bilimsel bilginin gelişimi ve yayılımı açısından oldukça önemlidir. Çünkü bir doktora tezi hem uzmanlaşmış bilginin hem de bu bilgiyi daha da geliştiren araştırmacının bir sentezidir. Ancak Türkiye genelindeki lisans eğitimi seviyesinden itibaren lisansüstü seviyelerde de eleştirel bakış açısı ve eleştirel kuramlar yerine ağırlıklı olarak ana akım kuramlara yer verildiği gözlenmektedir. İletişim ana bilim dalına bağlı halkla ilişkiler doktora programlarında hazırlanan tezlerde de ana akım bakış açısı ve teorilerin hala egemen olduğu söylenebilir. Bu çalışma, 1992-2023 yılları arasında Türkiyede halkla ilişkiler alanında yazılmış doktora tezleri inceleyerek, incelenen konular itibarı ile doktora seviyesindeki halkla ilişkiler eğiliminin ana akım veya eleştirel olup olmadığını ortaya koymayı amaçlamıştır. Ana akım yaklaşımlara karşı örüntüsüyle bilinen eleştirel kuramlar, çeşitli disiplinlere dayanan güçlü kuramsal çerçevesi ile insan davranışını ve ilişkilerini bütüncül ve çok yönlü olarak anlamaya çalışmaktadır. Bu anlama çabası, geleneksel düşünce sistemlerine uymaktan ziyade sorgulama, araştırma ve eleştirel düşünme gibi üst düzey zihinsel becerilerin geliştirilmesini gerektirmektedir. Eleştirel bakış açısının önemi bu denli açık olsa da özellikle halkla ilişkiler alanı ile ilgili lisansüstü tezlerde bu eğilim fazla görülmemektedir. Bu çalışmanın sonunda elde edilen veriler ışığında, halkla ilişkiler doktora alanında üretilmiş tezlerin eleştirel kuram örüntüsünden uzak olduğunu söylemek mümkün dür. Bulgulara göre, tez konularının ağırlıklı olarak ana akım halkla ilişkiler teorilerden beslendiği (S=129), eleştirel kuramlardan beslenenlerin ise sayıca nadir (S=1); tezlerde ana akım üzerinden en çok araştırılan konuların ‘Kurum içi halkla ilişkiler’, ‘Sosyal medya’ ve ‘Stratejik iletişim’ olduğu belirlenmiştir.

## Abstract

Postgraduate education in universities serves as a crucial system for developing advanced scientific knowledge and producing important scientific research. Particularly, the thesis prepared within postgraduate programs is highly important for the development and dissemination of scientific knowledge. This is because a doctoral thesis synthesises specialized knowledge and research that further advances this knowledge. However, it is observed that starting from the undergraduate curricula of communication faculties that provide four-year communication education in Turkey (sixty-seven communication faculties; thirty-nine public relations and promotion programs and thirty-nine public relations and advertising programs), it is observed that courses based on mainstream theories are predominantly included instead of courses based on critical theory. Within the scope of the findings of this study, the theses based on mainstream theories are still dominant in the curricula and theses prepared in public relations doctoral programs affiliated with the communication discipline, (ten public relations and promotions, four public relations and advertising, two public relations and one advertising and public relations) mainstream perspectives and theories still seem to dominate. This study aims to examine doctoral theses written in the field of public relations in Turkey between 1992 and 2023, to determine whether the trends in doctoral-level public relations studies are mainstream or critical based on the topics under investigation. According to the findings, it is determined that the topics predominantly researched through mainstream public relations theories in the theses are 'Internal Public Relations,' 'Social Media,' and 'Strategic Communication,' with a significant number (N=129), while those nourished by critical theories are rare (N=1).

## 60 Mütareke, Milli Mücadele ve Erken Cumhuriyet Dönemlerinde Yabancı Dillerdeki Süreli Yayınlar

*Prof. Dr. Uygur Kocabaşoğlu*

*Doç. Dr. Aysun Akan*

### Öz

1918-1945 yılları siyasi ve basın tarihi açısından iki ayrı dönemi kapsar. 1918'den 1922'ye kadar olan dönem Mütareke ve Kurtuluş Savaşı dönemi, 1923'ten 1945'e kadar olan dönem ise Tek Parti Dönemi olarak anılmaktadır. Bu çalışma, yabancı dil basınının genel durumunu bu iki zaman diliminde nicel veriler kullanarak incelemeyi amaçlamaktadır. Yabancı dildeki dergilerin ortaya çıkışı Osmanlı İmparatorluğu'nda basın yaşamının başlangıcı olmuş ve bu yayınlar İmparatorluğun yıkılışına kadar varlığını önemli ölçüde sürdürmeyi başarmıştır. Ancak savaşın ve hükümet politikalarının etkisiyle gayrimüslim nüfus azaldıkça, yabancı dildeki dergilerin sayısı da önemli ölçüde azalarak sadece sembolik bir varlığa ulaşmıştır.



## Abstract

The years 1918-1945 encompass two distinct periods in terms of political and press history. The period from 1918 to 1922 was marked by the Armistice and War of Independence, whereas the period from 1923 to 1945 was characterised by the Single Party rule. This study seeks to examine the overall state of foreign language press over these two time periods using quantitative data. The advent of foreign language magazines marked the beginning of press life in the Ottoman Empire, and these publications managed to sustain their presence to a considerable degree until the Empire's downfall. Nevertheless, as the non-Muslim population dwindled because of war and government policies, the number of foreign language journals also declined significantly, reaching a merely symbolic level.

## 80 Complicity and Duplicity in Mainstream U.S Media

*Prof. Dr. Susan Dente Ross*

### Abstract

Current U.S. newspaper coverage of the conflict between Israel and Gaza perpetuates a pattern of foregrounding and privileging Israeli interests and lives over those of Palestinians. This skew in coverage has been documented in mainstream U.S. media for decades. New is how such pro-Israeli war journalism or "textbook coloniser journalism" infiltrates coverage of seemingly unrelated topics, hinders informed and complicated public discussion, and fuels increased racist attacks and polarization in the United States. Such bias is the antithesis of ethical reporting and contributes to global enmity that feeds violent conflict.

### Öz

İsrail ve Gazze arasındaki çatışmaya ilişkin mevcut ABD gazeteleri, İsrail'in çıkarlarını ve yaşamlarını Filistinlilerin çıkarlarından üstün tutan ve ayrıcalıklı kılan bir modeli sürdürmektedir. Haberdeki bu çarpıklık, ana akım ABD medyasında onlarca yıldır belgeleniyor. Bu seferki çarpıklıkta dikkat çekici olan yenilik, İsrail yanlısı savaş gazeteciliğinin veya "tipik sömürgeci gazeteciliğin" görünüşte ilgisiz konuların haberlerine nasıl sızdığı, bilinçli ve karmaşık kamusal tartışmayı nasıl engellediği ve ABD'de artan ırkçı saldırıları ve kutuplaşmayı nasıl körüklediğidir. Bu tür bir önyargı, etik haberciliğin antitezidir ve şiddetli çatışmaları besleyen küresel düşmanlığa katkıda bulunduğunu söylenebilir.

## 86 Reklamlarda Kadın İmgesi: Yapısal-İşlevselci Kurama Göre Deterjan Reklamlarının İncelenmesi

*Gizem Arıcıoğlu*

### Öz

Reklamlar, çeşitli ürünleri pazarlamak için kadın imgesini kullanmakta ve bu imge farklı rollerde temsil edilmektedir. Bu temsiller gerçek hayattaki kadını her zaman doğru şekilde

ve yeterince yansıtamayabilmektedir. Geçmişten günümüze, reklamlarda farklı kadın temsillerinin önemi göz ardı edilmekte, kadın imgesi kalıplaşmış bir şekilde evin içinde gösterilmeye devam etmektedir. Bu bağlamda, reklamlar genellikle kadını ev işleri ve aile odaklı bir konumda gösterirken, kamusal alan erkeklere atfedilir. Bu durum, reklamların kalıplaşmış toplumsal cinsiyet rollerini benimseyerek, kadınların gerçek yaşamlarındaki çeşitliliği eksik veya kısıtlı bir şekilde yansıtabildiği anlamına gelmektedir. Çalışmada amaç, eski ve yeni deterjan reklamlarındaki kadın imgesini yapısal – işlevselci kuram doğrultusunda incelemektir. Bu bağlamda incelenmek üzere, 1970'lerden ve günümüzden birer tane olmak üzere iki deterjan basın reklamı seçilmiştir. Çalışmada göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Basın ilanları üzerinden yapılan çözümlemeler, deterjan reklamlarındaki kadın imgesinin 1970'lerden günümüze değin hemen hemen aynı kaldığını göstermektedir. Analiz süresince elde edilen bulgular, kadının ev işlerinden sorumlu olan tek kişi olduğu algısının medya aracılığı ile dayatılması sorununun yıllar içinde çözülemediğini açıkça ortaya koymaktadır.

## Abstract

Advertisements frequently utilize the image of women to market a variety of products, portraying this image in various roles. However, these representations may not always accurately or sufficiently reflect women in real life. Throughout history, the significance of diverse representations of women in advertisements has been overlooked, often maintaining a stereotypical portrayal of women confined to household settings. Consequently, advertisements commonly depict women in domestic and family-oriented contexts, while associating public spaces predominantly with men. This situation suggests that advertisements may embrace stereotypical gender roles, potentially limiting or inadequately reflecting the diversity of women's lives. This study aims to examine the portrayal of women in old and contemporary detergent advertisements through the lens of structural-functional theory. To this end, two print advertisements for detergent, one from the 1970s and another from the present day, have been selected for analysis. The study employs a semiotic analysis methodology. Analyses conducted on these print ads indicate that the representation of women in detergent advertisements has remained largely unchanged from the 1970s to the present. The findings obtained during the analysis clearly reveal that the problem of imposing the perception that women are the only ones responsible for housework through the media has not been solved over the years.









## Gazetecilik ve Mesleki Güvenirliği Geliştirmenin Olanakları

Prof. Dr. İncilay Cangöz<sup>1</sup>

### Özet

Bu çalışmada gazetecilik bölümlerinde verilmekte olan eğitimin, gazetecilerin güven duyulabilir meslek profesyonelleri olarak kabul görmelerine katkı sağlayıp-sağlayamadığını konu edinmektedir. Bu konuyu ele alma nedenim, 21. Yüzyılda iktisadi düzen, siyasal alan ve kültürel üretimde önemli değişimler olması ve tüm bu olumlu ve olumsuz değişim-dönüşüm pratikleri ile bağlantılı olarak haber medyasına halkın güveninin hayli azalmış olmasıdır. Gazetecilik mesleğinin profesyonel norm ve kodları 20. Yüzyılın başlarında Amerika Birleşik Devletleri'nde pozitivist bilim kavrayışından hareketle tesis edilmiş; diğer pek çok ülkedeki gazeteciler tarafından da model olarak alınmıştır. 21. Yüzyılda dijital iletişim teknolojisi, haber üretim ve tüketiminde pek çok yeniliğe yol açarken bilgi kirliliği ve yalan haberin de yeni çağın önemli bir sorunu olarak belirginleşmesine yol açmıştır. Gazetecilik mesleğinin temel uğraşı olan haber üretim pratiğinin dönüşümü, mesleki kod ve normlarının da yeniden kurgulanmasını kaçınılmaz kılmaktadır. Bu noktada akademinin öncü bir rol üstlenmesi; gazeteciler ile halk arasındaki güvene dayalı ilişkisinin güçlendirilmesi önemli ve gereklidir. Böylesi bir inançtan hareketle, çalışmanın araştırma kısmında Türkiye'deki tüm gazetecilik bölümlerinin müfredatları taranmış ve toplumsal eşitsizlik, çatışma, dezavantajlılığı neden-sonuç ilişkisi bağlamında irdeleyen derslerin oranları tespit edilmiştir. Mevcut müfredatlar ile gazetecilik bölümlerinin eğitimlerinin, çoğulcu toplum modeli ve toplumun tüm kesimlerini ilgilendiren sorunları kapsayan bir müfredata sahip olmadıkları görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Yabancı dillerde basın, Türkiye, basın, gayrimüslim basın

### 1. Giriş

Yirminci yüzyılın son çeyreğinde tüm dünyada siyaset, ekonomi, toplumsal/kültürel alanların tümünde önemli dönüşümler yaşandı. Tüm bu dönüşümlerde teknoloji önemli bir role sahip. 1990'lı yıllarda internet ve 2000'li yıllarda ise sosyal medyanın yaygın kullanıma erişimiyle, iş yapma biçimleri değişti ve esnekleşti; Bauman'ın (2017) değişiyse modernite akışkan bir hal aldı. Belirsizlik, risk ve düzensiz bir devinim yeni dönemin karakteristiğini oluşturuyor. Farklı bir anlatımla, bir tür "modernitenin 'katı' evresinden 'sıvı' evresine geçiş" yapılmış; "Günümüzün 'sıvılaşmış', 'akışkan', dağılmış, saçılmış ve düzensiz modernite

<sup>1</sup>Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi

icangoz@anadolu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-2670-444X>



versiyonu”nda (Bauman, 2017: 37) katı modernitenin kesinliğe, kusursuzluğun ve “iyi yaşam”ın evrensel ölçütlerine yaptığı felsefî yolculuk bir hayal kırıklığıyla son bulmuştur (Bauman, 2003, s.169).

Bu makalenin sorunsalı böylesi belirsiz, riskli ve güvencesiz bir dönemde halkın gazetecilere olan güvenin gazetecilik bölümlerinin müfredatları aracılığıyla nasıl geliştirilebileceği; güven normunun gazetecilerin güvenilirliğini artırma yönünde güçlendirilmesinde akademinin rolüdür. Böylesi bir araştırmayı kaleme almada hedefim ise gazetecilik bölümlerinin müfredatlarının gazeteci adaylarına haber üretim pratiğinin sivil dinamiklerden temellenmesine ne denli alan açabildiğini görünür kılmaktır. Bu doğrultuda Türkiye’de gazetecilik bölümlerinin müfredatları toplumsal yapıdaki ataerkil, feodal, milliyetçi, ayrımcı ve popülist söylemlerin dışına çıkılmasını vurgulayan içeriklere sahip olduğu varsayılan toplumsal cinsiyet, barış gazeteciliği, haklar ve ayrımcılık karşıtı gibi derslerin müfredatlarda ne denli yer bulabildiğini görebilme amacıyla taranarak veriler gazetecilere güven duyabilme normunu güçlendirme potansiyeli açısından yorumlanmıştır. 20. yüzyıl gazetecilik meslek norm ve kodları, Anglosakson dünyada tesis edildiği ve dünyanın farklı coğrafyalarında da söz konusu toplumun gerçekliğine uyum sağlayabileceği gerekçesiyle benimsenen objektif gazetecilik modelinden, siyasal tarafgirliği öne çıkan ve tüm mesleki norm ve etik değerlerinin esnetildiği bir gazetecilik ve habercilik meslek modeline evrilmektedir. Dahası haberin ciddiyeti ve önemi sunuma da yansırken artık haber sunumu da bir performansa dönüşme yolundadır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin dijitalleşmesiyle haber üretim ve dağıtımında da paradigmatik değişim ve dönüşümler yaşanmaktadır. Gazeteciliğin istihdam açısından zaten profesyonel bir meslek olarak kendi alanını diploma zorunluluğu ile kapatamamış olmasının yanı sıra yayıncılığın hayli pahalı bir iş olması nedeniyle analog teknoloji haber üretimi daha kurumsal bir örgütlenmeyi gerektirerek bireysel veya küçük grupların habercilik yapmasına da engel olmuştur. Ne var ki dijital iletişim teknolojilerinin sunduğu olanaklarla, gazetecilik yapmak ve küresel ölçekte yayına geçmek mobil teknolojiler ile mümkün hale gelmiştir. Dolayısıyla gazetecilik mesleğinin zaten güçlü olmayan sınırları da çok çabuk aşınmıştır.

Dijital teknolojiler, liberal perspektiften bakarak gazetecilere atfedilen eşik bekliliği rolünün zayıflamasına yol açtı ancak dijitalleşmeyle birlikte, toplum ile gazeteci arasındaki etkileşimlerin kapsamını genişleterek, haberlerin ortak üretiminden haber tüketicileri ve gazeteciler arasındaki parasosyal ilişkilere kadar her çeşit etkileşime alan açtı. Ne var ki; Giddens’ın (1990) belirttiği gibi, modern toplumların yapısı daha parçalı hale gelmiş, bu yapılar ve sosyal ilişkileri giderek daha soyut bir düzleme taşınmıştır. Yüksek düzeyde dijitalleşmiş toplumların bir parçası olarak iletişim alt yapıları ve ağlarındaki hızlı değişim hem önemli bir zorluk getirmekte hem de muhtelif fırsatların önünü açmaktadır. Ağ ne kadar karmaşık, bireyin bağlantı sayısını anlamak için göstermesi gereken zihinsel çabası da bir o kadar artmaktadır.

Medya sektörü için 21. yüzyıl paradigmatik dönüşümlerle başlarken, bir önceki

yüzyılın son çeyreğinde araştırmalar da gazetecilere yönelik güvenin azalmasına dikkat çekmektedir (Koliska, Moroney ve Beavers, 2023; Farid, 2023; Schudson, 2022; Fisher, 2016). 21. yüzyılda hakikatin göreliliği yaygın kabul görürken dijital teknolojiler yalan haber üretim ve dağıtımını hayli kolaylaştırmış, özellikle seçim dönemlerinde küresel ölçekte bazı siyasi liderler tarafından manipülasyon tercih edilen bir teknik olmuştur. Dijital teknolojilerle üretilen yalan haber basına duyulan güvenin hayli azalmasına yol açmış olsa da ve dünyanın büyük bölümünde basın halen halktan önemli ölçüde destek görmektedir (Hanitzsch vd., 2018; Tsfati & Ariely, 2014). Düşük güven seviyeleri özellikle medya-iktidar ilişkileri bağlamında basının özerklik yitimiyle sonuçlanarak, medyanın demokratik işlevlerini yerine getirmedeki başarısızlığına bağlanırken, medyanın özgür ve basının özerk olduğu ülkelerde basına olan güvenin her zaman en yüksek seviyede olması gerekmez. Bu durum, gazeteciliğe duyulan güvenin tek nedensel açıklamalara ve basit kavramsallaştırmalara elverişli olmayan karmaşık yapısının altını çizmektedir. Hanitzsch'in (2013, s. 207-208) belirttiği gibi, "haber medyasının performansı ile gazeteciliğe duyulan güven arasındaki ilişkinin sorunlu doğası, güvenin doğası ve bir kuruma güven duymanın esasen ne anlama geldiği hakkındaki oldukça sınırlı bilgimizle ilgili olabilir." 20. Yüzyılda sosyoloji ve rasyonalite temelli kurgulanan gazetecilik meslek norm ve kodları, akışkan modernite ve dijital teknolojilerin egemenliğine aldığı günümüz toplumsal gerçekliğini açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Gazetecilik norm ve kodlarının da günümüz toplumunun temel özellikleri olarak işaret edilen hakikatin göreliliği (post-truth), dijital ve akışkan kültür çağında yeniden yapılandırılmaya muhtaçtır.

Dijitalleşme kuşkusuz haber üretim süreçlerini dönüşüme uğratmıştır. Haber medyası hayatta kalabilmek için yeni ve daha dijital kültür ile uyumlu iş modelleri geliştirmek durumunda. Gazeteciler bireysel olarak haber yapma yetkinliklerini artırmanın yanı sıra yeni işbirliği ve koordinasyon biçimleri de oluşturmak zorundadır. Veri gazeteciliği, barış gazeteciliği, hak odaklı habercilik gibi yeni gazetecilik içerik ve sunum biçimleri açısından değişik haber yapma biçimlerini anlatmaktadır. İster geleneksel isterse de dijital platformlarda hayata geçirilen habercilik pratikleri olsun, gazetecilik mesleği açısından okuyucular, dinleyiciler ve izleyiciler ya da yeni medyanın diliyle kullanıcılar, bir kurum olarak gazeteciliğe ve özellikle de haber medyasında sunulan konu ve olayların doğru ve güvenilir olduğuna dair haber kuruluşlarına ve gazetecilere güvenmek zorundadır. Dijitalleşme, alıcılar ile gazetecilik arasında güven üzerine kurulu olan ilişkiyi de etkilemektedir (Winterlin ve Blöbaum, 2016, s.2). Gazetecilik mesleğinin toplumda yerine getirdiği işlevlere ilişkin kaygıların temelinde basının güvenilirliği ve kamusal bilginin inandırıcılığına ilişkin kaygılar yer alır; basının kamu kurumlarını denetleme işlevini yerine getirebilmesi için haber medyasının modern toplumların iş bölümü gereği meşruiyete ihtiyacı vardır. Söz konusu meşruiyeti de halkın gazetecilere yönelik güveninden alır. Bilgilendirme işlevini yerine getirmek için basının önemli toplumsal ve siyasi gelişmeler hakkında kamuoyuna güvenilir bilgi sağlaması beklenir (van Dalen, 2020, s.356). Bu nedenle de profesyonel gazetecilik meslek söyleminde güven (trust) normu önemli bir role sahip

olagelmıştır.

Sosyal ilişkilerin oluşumunun ve deneyimlenmesinin birçok etkileşim türünden kaynaklandığını varsayabiliriz. Aile bağları, romantik ilişkiler, profesyonel iş birlikleri, öğrenci-öğretmen-mentorluk ilişkileri, grup etkileşimleri ya da uzun süreli arkadaşlıklar çerçevesinde gelişebilir; uzun ya da kısa süreli karşılaşmalardan doğabilir. Kendilerini yalnızca başkalarıyla doğrudan etkileşim yoluyla değil, aynı zamanda sosyal ağlar, gruplar ve kurumlar, kuruluşlar ve hatta tüm uluslar gibi büyük kolektif varlıklar yoluyla da oluşturabilirler. Güven, sosyal ilişkileri deneyimleme sürecini bütünüyle temsil etmese de, diğer sosyal aktörlerle nasıl ilişki kurduğumuzda önemli bir rol oynar. Bu bağlamda, güvenin değerlendirilmesi ve analizi, sosyal ilişkiler deneyiminin ardındaki genel işleyiş ilkesini ve belirli bir ilişkinin bir birey için taşıdığı kişisel anlamı daha iyi anlamamıza yardımcı olabilir (Kunnell, 2021, s.24). Kamusal alandaki tartışmalara yön veren aktörler olarak gazetecilerin güven duyulabilir meslek profesyonelleri olmaları işte bu nedenle daha da önemli olmaktadır.

## 2. Profesyonellik, Gazetecilik Mesleği ve Mesleki Güven Normu

Gazeteciler, liberal bir kavrayışla söylenirse demokratik toplumlarda kamusal alandaki tartışmalar için enformasyon ve bilgi sağlama işlevini yerine getiren uzmanlardır. Gazeteciler halka giderek karmaşık, belirsiz ve risklerle dolu modern dünyada olan-biteni kavramak için haber ve enformasyon sağlar. Kamusal tartışmalar, kamuda adalet ve eşitlik, seçmenlerin haklarının takibi gazeteciler tarafından sağlanan haberlerle gündemde tuttuğu öne sürülür. Bu nedenle de gazeteciler ile halk arasında kurulan güven ilişkisi gerek çoğulcu demokrasiler gerekse de gazetecilik mesleği açısından önemli ve gereklidir.

Larson'a (1977) göre profesyonel meslek, tarihsel olarak spesifik bir iş etrafında örgütlenme şeklidir. Bu örgütlenme formunun temel karakteristiği, -görelî olarak değişmekle birlikte-, (i) mesleki kontrol altında formel ve belgelendirilebilir bir eğitime dayalı olarak elde edilen mesleği icra etme ayrıcalığı (credentials) ve (ii) mesleği icra edene saygın bir sosyal statü garanti eden pozisyonudur. Aynı konuda Abbott (1988, s.318) ise bir mesleğin, (i) bir örgütlenme biçimi olmasının, (ii) sosyal olarak saygı görmesinin (iii) mesleği icra edenin bilgisi ile bütünleşmiş olmasının ve (iv) mesleği icra edenlerin nasıl bir kariyer gelişim sürecinden geçeceğinin tanımlı olması koşullarına sahipse profesyonel meslek olarak kabul edilebileceğini belirtir.

Downie mesleği belirli becerilere ve uzmanlığa sahip olan ve özel bir ilişki yoluyla kamuya hizmet sunan üyelere sahip grup (Downie, 1990, s. 154) olarak tanımlar. Ayrıca, mesleklerin meşruiyetini 'yasal' ve 'ahlaki' olmak üzere iki dinamik yaslandığını belirtir; yasal meşruiyet basitçe mesleğin kanunla kurulması ve işlerini düzenlemek için belirli yetkilerle donatılmasıyla ortaya çıkar. Ahlaki meşruiyet ise mesleğin halk tarafından nasıl görüldüğüyle, özellikle de mesleğin ne ölçüde itibara sahip olduğuyula, eş deyişle '...bağımsız, meslek birliği tarafından disipline edilmiş, bilgi tabanını aktif olarak genişleten ve üyelerinin eğitimiyle ilgilenen' bir meslek olarak görülme derecesiyle ilgilidir. Ahlaki

meşruiyet, genel kamuoyunun mesleğe ne derece güvendiğinin bir göstergesidir. Özetle, profesyonelleşmesini tamamlamış bir mesleği, (i) özel bir bilgi ve uygulamayı gerektiren, (ii) icra edilirken mesleği icra edenin imtiyazlı bir konuma sahip olduğu, (iii) mesleğin icrasının sorgusuz kabul gördüğü, (iv) güvene dayalı ve hizmeti alanın mesleği icra edenini yüksek prestijli olarak algıladığı bir süreç olarak tarif etmek mümkündür (Barber, 1963; Evetts, 2003; Sena, 2017, p.1-3).

Güven, profesyonelliğin temel koşulu olarak kabul edilir. Kime ve ne kadar güvenileceği sorusu, kişisel yaşamda olduğu kadar siyasi yaşamda da merkezi bir sorundur. Güvenin kişisel ilişkilerdeki yeri oldukça açık olsa da güvenin daha geniş siyasi ve sosyal yaşam alanlarındaki rolü de önemlidir ve güvenin doğası üzerine önemli miktarda felsefi çalışma yapılmıştır. Bununla birlikte güvenin evrensel bir tanımının yapılması da hayli güçtür. Yine de literatürde güvenin üç boyutu öne çıkmaktadır: Birincisi, güven aktif bir karardır; geçmiş deneyimlere ve olumlu beklentilere dayanan güvenilene karşı savunmasız olma isteğini somutlaştırır (Mayer vd., 1995). Medya bağlamında güven söz konusu olduğunda, bu tarz deneyimler ve beklentiler gazetecilik kalitesi ve medyanın normatif işlevleriyle (Prochazka ve Schweiger, 2019) bağlantılı hale gelir. İkinci olarak güven, geleceğe yönelik olmasıyla karakterize edilir (Sztompka, 1999). Üçüncü olarak ise güven sosyal karmaşıklığı azaltır çünkü bireyler sağlanan tüm bilgileri doğrulayamaz ve/veya bilgiler eksik olabilir (Luhmann, 2017). Oysa insan varlığı ontolojik olarak içinde yaşadığı dünyada olan-bitenden haberdar olmak ve bilme arzusuna sahiptir.

Gazeteciler gerek haber yapmada resmi kurum ve kuruluşlarla olan bağları gerekse de kamusal alandaki tartışmaların temel aktörleri olmaları nedeniyle sembolik sermayesi güçlü bir meslek (Canğöz, 2015) grubu olarak kabul edilmektedir. Onlara bu meşruiyeti sağlayan ise liberal bir bakış açısıyla halkın haber alma hakkı ve demokratik olarak halkın temsilcilerini denetleme misyonunu yerine getiren meslek mensupları olmalarıdır. Bununla birlikte gazetecilik mesleği hekimlik, mühendislik gibi tam olarak profesyonelleşmiş bir meslek grubu değildir; bu nedenle de kendi meslek alanlarını özerk tutabilen bir uzmanlığa sahip olamamaktadırlar. Profesyonel/profesyonel olmayan ilişkisinde, profesyonel olmayan aktör eşdeğer uzmanlığa sahip olmadığı için mesleki anlamda daha kırılgan bir pozisyona sahiptir. Profesyonel olmayan mesleklerde çalışanlar, tıpkı gazeteciler gibi, daha savunmasızdır ve söz konusu alan siyasetçiler, sermayedarlar gibi kesimlerin dış müdahalelerine daha rahat maruz kalmakta ve ilgili alanın eğitimini almayan işgücüne de açık hale gelerek hayli esnek istihdam koşullarını kabullenmek durumunda kalmaktadır. Bu noktanın konumuz açısından önemi ise tüm güven ilişkilerinde olduğu gibi burada da gazeteci-halk arasında Weberyen anlamda güven ilişkisi açısından risk unsuru artmakta ve tüm meslek örgütlerinin etik beyanlarına rağmen bazı gazeteciler siyasal tarafgirliği, siyasal iktidarların popülist, milliyetçi hatta ayrımcı söylemlerinin ideolojik olarak yeniden üretimine katkı sağlayarak, Downie'nin (1990) sözünü ettiği tarzda mesleğin ahlaki vaatlerini aşındırarak, mesleki söylemin de meşruiyetini zedelenmektedir. Gazetecilik meslek ahlak ilkeleri hiçbir profesyonel davranış kurallarının, profesyonelin durumu



istismar edecek şekilde hareket etmeyeceğine dair kesin garantiler sağlayamamaktadır.

### 3. Dijital Kültür ve Gazetecilere Güven

Postmodern tartışmalar, “bilgi”nin verili olmadığı, bilginin bizatihi kendisinin de bir inşa/yapılandırma sonucunda ortaya çıktığı dolayısıyla modernizm ve pozitivizmin öne sürdüğü gibi nötr/yansız bilgi ve bilgi üretiminden söz edilemeyeceği gerekçesiyle çoklu gerçekliklerden söz etmektedir. 21. yüzyıl siyaset arenasını ve seçimlerin postmodern durumuna damgasını vuran post truth ya da hakikatin göreliliği çağında siyasi aktörler, “algı yönetimi” taktiklerini günden güne geliştirmekte ve haber medyası da onlar açısından vazgeçilmez güç olarak önemini korumaktadır. Kamusal alana egemen olan gerçekliğin kimin gerçekliği olduğu medya-iktidar ilişkisi bağlamında çok önemli bir noktadır; çoklu gerçeklikler ve hakikatin göreliliği kuşkusuz önemli tartışmalardır. Foucault’a (2019) göre, bakışın çerçevesinin kurulmasında iktidar belirleyicidir çünkü insan davranışlarının ve kurumlardaki hiyerarşik ilişkinin normalleştirilmesini iktidar sağlar. Buradaki iktidar hükümet ve güç odaklarıdır. Bu nokta bizi medya-iktidar ilişkisini ele alan literatüre götürebilir ancak burada makalenin kapsam ve izleğinden ayrılmamak için kamusal alanda temsil olanağı bulan gerçekler ve bu gerçeklerin kimin gerçekleri olduğu sorusuyla sınırlı kalarak gazetecilerin eşik bekçiliği rolünün daha çok resmi kurum ve kuruluşlardan beslendiği dolayısıyla haber içeriklerinin ve çerçevelerinin de söz konusu kurumlar tarafından şekillendirildiğini yineleyelim<sup>1</sup> sadece. Hangi haber örgütüne güvenebileceğimiz veya kime güven duymamız gerektiği giderek daha da önemli hale gelmektedir. Sosyal medya kamusal alanda anaakım medya öncülüğünde kurulan gündemlere muhalif gündem kurma potansiyeliyle bu anlamda geleneksel medyanın gücünü sarsmaktadır. Ne var ki sosyal medya aracılığıyla kurulan gündemlerin siyasal iktidarlar nezdinde muhalif bir gücü olduğu aşikâr olsa da toplumda dezavantajlı grupları oluşturan göçmenler, kadınlar, engelliler, çocuklar, yoksullar veya azınlıklar gibi kesimlerin sorunlarını dile getirmek için gerekli olan sosyal ve kültürel sermayeye sahip olmadıkları da bilinmektedir. Gazetecilerin yaptıkları haberlerin toplumun bütününe kapsar nitelikte olması, gazetecilerin inandırıcılıkları açısından önemlidir. Sadece siyasi partilerde olan-bitene odaklanan bir medya tartışma programının seçmenler yani halk arasında ne kadar karşılığının olduğu hayli tartışmalıdır. Benzer şekilde gerek dijital gerekse de anaakım medyanın gündemi toplumsal gerçek -burada tüm kesimlerin gerçeğini kastediyorum kuşkusuz- ve olguları ne denli temsil etmektedir sorusunun yanıtı muğlaktır. Bu sorunun ampirik veya yorumsamacı yanıtı da gazetecilik profesyonel meslek kodu olan güven duyulabilir normu ile yakından ilgilidir.

Gazetecilik/haber çalışmaları literatüründe genel kabul gören yaklaşıma göre, gazetecilere olan güven, gazetecilik performansına (veya işine) ilişkin değerlendirmelere

---

<sup>1</sup> Gazeteci-kaynak ilişkisine dair literatür derlemesi için şu çalışmaya bakılabilir: Dan Berkowitz (2020) “Reporters and Their Sources”, *The Handbook of Journalism Studies*, Ed. Karin Wahl-Jorgensen ve Thomas Hanitzsch, <sup>2</sup>. Edt. London: Routledge Fr

ve gazeteciliğin toplumsal işlevine dair olan genel kabule dayanmaktadır. Gazeteci-güven ilişkisi daha çok gazetecilerin kaynaklarıyla ilişkisi doğrultusunda irdelenmektedir. Oysa güven yalnızca diğer insanlara değil, aynı zamanda ekonomide, toplumda ve siyasette bulunan resmi ilişkilere ve soyut örgütlere bile yöneltilebilir.

Gazeteciler açısında güvenli kaynak kullanımı ve kaynaklardan alınan bilgilerin nasıl yapılandırılacağıyla ilgili olarak açıklanır. Gerçekleri doğru aktarmak gazeteciliğin temel ahlak ilkelerinden biridir ve etik kurallar güvenilirliği merkezi bir ilke olarak öne çıkarır (Zelizer 2004). Reich'e (2011a) göre kaynak güvenilirliği standartları, habere erişimin yanı sıra gazeteciliğin adil, doğru ve tarafsız haber üretme kapasitesini de belirler; ona göre kaynak güvenilirliği, bir kişinin bilgi kaynağı olarak inanılabilirliği ya da bir kaynaktan gelen bilginin gazeteci tarafından doğru, adil, tarafsız ve güvenilir olarak algılanma derecesi olarak tanımlanabilir. Gazeteciler daha güvenilir haber kaynaklarını tercih eder çünkü bu kaynakların daha fazla doğrulama yapılmasına gerek duyulmaz (Fishman, 1980).

Kendisi de gazeteci olan Reich (2011b), gazetecilerin hatalı yayınlardan kaçınmak için başvurdukları dört strateji olduğunu belirtir: Güvenebilecekleri kaynaklardan oluşan bir halka oluşturmak; çapraz doğrulama ve ek kaynakları yalnızca kaynağın güvenilirliğiyle ters orantılı olarak kullanarak pratik şüphecilik; güvenilir kaynaklar ile çalışmak ve güvenilirliği düşük kaynaklardan uzak durmak.

Bu normlar, uygulamalar ve değerler, gazetecilerin hakikat anlatıcıları olarak demokratik işlevlerini yerine getirmelerini meşrulaştıran, gazetecilik rol anlayışlarının da temellerini oluşturmaktadır. Bu normlar aynı zamanda gazetecilik mesleğinin sürdürülebilirliğini sağlar çünkü bu normlar kurumun paydaşları, yani kamuoyu arasında güveni geliştirir ve modern toplumlardaki iş bölümü gereği mesleğe meşruiyet kazandırır (Tuchman, 1972).

Bir önceki başlıkta ele almaya çalıştığımız gibi gazetecilere güven kavramı, görüşlere eşit yer veya zaman ayırma, üçüncü tekil şahıs dili kullanma gibi performanslara yaslanarak hayli muğlak bir anlama sahiptir. Özellikle internet ve sosyal medyanın kullanımı yaygınlaştıkça gazetecilik mesleğinin profesyonel sınırları muğlaklaşmakta, kullanıcılar kendileri de birer haber ve bilgi kaynağına dönüşebilmektedir. Literatürde dijital teknolojiler ve kültürün, haber ve haber örgütlerini olumsuz etkisi yalan ve manipülatif enformasyonun hızlı yayılması olarak ifade edilmektedir (Sambrook, 2012; Yıldızgörür, 2022; Kılıç, 2021). Schudson (2022, p. 148) ise 2000'lerden sonrası internet ve sosyal medya çağında, Amerikan gazeteciliği özelinde önemli dönüşümlerin yaşandığını ve daha agresif, daha bağımsız, daha kanıta dayalı ve daha yoruma dayalı bir gazetecilik ortaya çıktığını belirtmektedir. Türkiye özelinde ise gazeteciliğin daha yoruma dayalı olduğunu söylemek mümkün olsa da kanıta dayalı ve daha bağımsız bir gazetecilik pratiğinin gelişmekte olduğunu söylemek güçtür. Ancak anaakım veya yaygın medyada siyasal iktidara muhalif olmaları nedeniyle işlerinden edilen ve kendilerini ancak

<sup>2</sup> Örneğin, gazeteci Ruşen Çakır Mediascope platformunda; Ünsal Ünlü de YouTube kanalı ile bilinen haber ve yorum organları arasındadır.

alternatif mecralarda<sup>2</sup> ifade olanağına kavuşan gazeteciler dışında bağımsız bir gazetecilik pratiğinden söz etmek mümkün değildir.

Sambrook (2012, p.27) Reuters Akademi için hazırladığı raporda, literatürde yeniden tanımlanması gerekenleri şöyle özetlemektedir: daha fazla şeffaflık, tarafsızlığın yeniden tanımlanması, meslek pratiğinin uygulama kuralları, yeni düzenleme biçimleri, teknoloji çözümleri ve medya okuryazarlığı konusuna daha fazla önem verilmesi.

Toplumsal gerçeklik, normlarla tanımlı bağlamda, yinelenen mesleki rutin ve iş görme pratiklerindeki kalıpları ile etkileşimsel düzeyde kurgulanan öngörülebilir bir yapı arz ederler. Akışkan toplumda kurgulanmış bu yapılar, değişmez unsurlar olmaktan ziyade çözülebilir ve değiştirebilir bir özelliğe sahiptirler. Bu noktada gazetecilerin güven duyulabilir meslek mensupları olmaları için meslek normlarının gözden geçirilmesi ve “olgusal hakikati aktarma” performanslarının yeniden yorumlanmasına ihtiyaç olduğu aşıkardır.

#### 4. Gazetecilik Eğitimi: Müfredat Tartışmaları

Sambrook (2012, p.27) Reuters Akademi için hazırladığı raporda, literatürde yeniden tanımlanması gerekenleri şöyle özetlemektedir: daha fazla şeffaflık, tarafsızlığın yeniden tanımlanması, meslek pratiğinin uygulama kuralları, yeni düzenleme biçimleri, teknoloji çözümleri ve medya okuryazarlığı konusuna daha fazla önem verilmesi.

Toplumsal gerçeklik, normlarla tanımlı bağlamda, yinelenen mesleki rutin ve iş görme pratiklerindeki kalıpları ile etkileşimsel düzeyde kurgulanan öngörülebilir bir yapı arz ederler. Akışkan toplumda kurgulanmış bu yapılar, değişmez unsurlar olmaktan ziyade çözülebilir ve değiştirebilir bir özelliğe sahiptirler. Bu noktada gazetecilerin güven duyulabilir meslek mensupları olmaları için meslek normlarının gözden geçirilmesi ve “olgusal hakikati aktarma” performanslarının yeniden yorumlanmasına ihtiyaç olduğu aşıkardır.

Gerek Batıda gerekse de Türkiye’de iletişim fakültelerinin ve gazetecilik bölümlerinin kuruluşu gazeteci kimliği ve nasıl bir müfredata ihtiyaç olduğu gibi kapsamlı tartışma ve analizlerin sonucu değil, toplumsal ve siyasal oluşumlar ile teknolojik ilerlemelerin sonucunda alınan kararlarla hayata geçirilmiştir. Batıda savaş ve endüstriyel üretim gazetecilik eğitimi için önemli dinamikleri oluştururken Türkiye’de bu dinamikler çok partili siyasal hayata geçiş, kentleşme ve endüstrileşme sonucunda olmuştur. Büyük kentlerde açılan gazetecilik bölümleri yerleşik üniversitelerde ve üniversitenin kendi bünyesindeki köklü disiplinin -örneğin, siyaset, hukuk, ekonomi vb.- egemenliğinde bir müfredata sahip olmuştur.

Deuze’e (2006, p.22) göre, dünyada ve Türkiye’de gazetecilik bölümündeki akademisyenler ve araştırmacılar kendi müfredatlarını, yöntemleri ve teorilerini sektör genelinde paylaşılan değerler karşısında savunmak; üniversitenin öğrencilere medyada nasıl iş bulacaklarını öğretecek bir yer olmadığı; gazeteciliğin haber medyasının toplumdaki rol ve işlevleri üzerine düşünmenin yeri olmadığını söylemek durumunda kalmaktadır. Ona

göre, gazetecilik bölümleri “... bir yandan kendi alanının tutarsızlıklarını aşmanın yollarını bulurken, diğer yandan da hem sektörün hem de akademinin özcü benlik algılarını müzakere etmelidir.” Deuze, günümüzde gazetecilik eğitiminin sektörün takipçisi durumuna geldiğini, oysa tıpkı 20. yüzyılın başlarında olduğu gibi mesleğin normlarının gelişmesinde öncü olması gerektiğini vurgular.

Solkin (2022), yakın tarihli gazetecilik eğitimiyle ilgili çalışmaların söylem ile temalarını analiz ettiği makalesinde üç ana mesele tespit eder: birincisi, teori-pratik karşıtlığı veya profesyonellik ve zanaat karşıtlığı; ikincisi, yeni gelişmeler, girişim ve eğitim hastanesi metaforu; üçüncüsü ise küresel profesyonel ile yerel ortam (environment) karşıtlığıdır. Bu başlıkta ben de Solkin ile benzer bir tematik izleği takip edeceğim.

Müfredat tartışmalarında ders isimleri ve düzeyleri doğrudan gazeteci adaylarının haber yapma becerisini geliştirme ve/veya olayları kavrayışlarını nasıl etkileyeceği doğrultusunda irdelenir. Uygulama dersleri ile teorik dersler örtük veya açık yollardan karşıtlık içeren bir karakteristiğe sahipmiş gibi gösterilir çünkü birbirinden bağımsız değişkenlermiş gibi irdelenir (Turner, 2000). Söz konusu tartışmalar ise gazetecilik bölümlerinde istihdam edilen akademisyenlerin kendi kimlikleriyle ve gazeteci kimliğine atfedilen yaklaşımla doğrudan ilgilidir. Nitekim Karaduman ve Akbulutgiller (2017), Türkiye’deki gazetecilik bölümlerinin müfredatlarını analiz ettikleri makalelerinde ders programları arasındaki tutarlılık ve standardın zayıflığına dikkat çeker. Söz konusu araştırmada işaret edilen standart bir eğitim içeriğinin olmayışı doğrudan gazetecilik mesleğindeki profesyonelliğin zaafiyetlerinin eğitim sürecine yansımalarıdır çünkü gazetecilik alanı “kendine özgü bir bilgi” içermediğinden müfredatlar arasında uyumlu ve tutarlı bir eğitim içeriği mümkün olmamaktadır. Ancak gazetecilik bölümlerindeki bu zaafiyet yüksek öğretimin önemsiz ve gereksiz olduğu anlamına da gelmemektedir; aksine, gazetecilik eğitimcileri ahlaki açıdan güçlü mesleki normları inşa etme ve sürdürme konusunda benzersiz bir yetkiye sahiptir. Normlar bir kez inşa edildiğinde, gazeteciler güçlü bir dengeleyici güçle karşı karşıya kalırlar. Gerçekten de bu normlar gazetecilik alanını tanımlamaya yardımcı olan kültürel sermayeyi oluşturur (Benson ve Neveu, 2005; Bourdieu ve Johnson, 1993).

Kültür ve İletişim (Kİ) dergisi yayın hayatının ilk yılının ikinci sayısında iletişim eğitimini dosya konusu yapar.<sup>3</sup> Mutlu (1998), Mutman (1998) ve Morgan (1998) “nasıl bir iletişim eğitimi” sorunun yanıtlanmasında iletişim olgusu ve medyanın rolünün tanımlanmasındaki güçlülere paralel sorunun yanıtının da güçlüğüne ve liberal ve eleştirel medya çalışmaları paradigmalarının epistemolojik ve metodolojik ayrımından hareketle yanıtların da farklılaşacağına dikkat çekerler.

<sup>3</sup> Derginin ilk yılında böylesi bir konuya yer vermesi pek de tesadüfi değildir. 1990’ların sonları Türkiye’de neoliberal politikaların etkileri hem kamu kurum ve kuruluşlarında hem de özel sektörde etkilerini gösterdiği ve yüksek öğretim kurumların da daha fazla ilgili sektörle işbirliği yapılması taleplerinin yüksek sesle dillendirildiği bir dönemdir. Özügür (1998) tam da bu mesele eksenli “Üniversite-Sanayi İşbirliği Programı Üzerine Bir Eleştiri” adlı makalesinde Türkiye’de üniversite sisteminin sanayinin kar isteği eksenli yeniden yapılandırılma çabası ve sosyal bilimlerin ihmali ele alır.

Deuze (2006, s.19) gazeteciliğin artık bağımsız bir bilimsel çalışma alanı olduğunu, gazetecilik eğitimiyle ilgili çalışmaların müfredat veya gazetecilik eğitiminin nasıl olması gerektiği konusuna odaklandığını, söz konusu tartışmaların ise araştırma odaklı değil normatif ve betimleyici kaldığını altını çizer. Dağdaş ve Kaymas (1998, s.107) iletişim fakültelerinde müfredata yönelik öneriler geliştirmektedir. Onlara göre, iletişim fakültelerinin müfredatlarının %50'sinin temel kültür ve iletişim alanında, %50'sinin de uygulamaya yönelik olması gerektiğini savunur.

Solkin'in işaret ettiği "uygulama hastanesi" modeline yönelik literatür ise gazetecilik eğitimindeki teori-pratik tartışmalarını aşmaya yönelik uygulamaları tartışmaktadır. Uygulama hastanesi gazetecilik bölümlerinde uygulanması önerilen bir eğitim modeli metaforudur. Söz konusu modeli Amerika Birleşik Devletleri'nde uygulayan gazetecilik bölümleri mevcuttur. Profesyonel mesleklerin eğitimini veren hukuk ve tıp fakültelerinde olduğu gibi öğrencilerin doğrudan mesleki süreçlere profesyonel gazetecilerle dahil edilmesini önerir. ABD'de gazetecilik eğitiminde öncü üniversitelerden olan Missouri Üniversitesi gazetecilik bölümü öğrencileri, profesyonel gazetecilerle birlikte Columbia Missourian adlı günlük yayınlanan bir gazete çıkarmaktadır. Bir öğretim döneminde 300 (yaz okulunda 70) civarı öğrencinin dahil olduğu bu gazetecilik eğitim modelinde öğrenciler hem ders kredi almakta hem de bir sektör deneyimi kazanmaktadır. Bu öğrencilerden 30 kadarı da mezun olduklarında editör yardımcısı olarak yarı zamanlı çalışan olarak istihdam edilmektedir (Francisco, Lenhoff &Schudson, 2012, s.2678)<sup>4</sup>

Eğitim hastanesi modelini gazetecilik bölümleri için olumlu bir uygulama olarak gören araştırmacılar teknik beceri ile etik ilkeler ve teorik bilgileri birleştiren bir eğitim modeli olarak benimsenmesi gerektiğini belirtirken ve bu uygulamanın esas olarak bir üniversite çaltısı altında hayata geçirilmesi ve uygulama ayağının da haber örgütlerinde profesyonel gazetecilerin yönlendirilmesiyle yapılması (Creech ve Mendelson, 2015; Newton, 2012, s.2670) gerektiğine dikkat çekerler. Eğitim hastanesi modelinin geliştirilmesinin temelinde gazetecilik mesleğinin profesyonelleşmesi argümanı yer alır; bu uygulamayı savunan akademisyen veya gazetecilerin temel savı, tıp fakültesi öğrencileri hasta bakım sürecinde; hukuk fakültesi öğrencileri dava dosyalarıyla ilgili özet hazırlamada yer alabildiklerine göre gazetecilik bölümü öğrencilerinin de halkın bilgilendirilmesinde rol almaları önemli ve gereklidir. Newton eğitim hastanesi modelini Knight Vakfının başkanı olarak savunur. Gazetecilik bölümlerindeki akademik kadroların çoğunun haber örgütlerinde aktif çalışma deneyimleri olmadığı gerçeği göz önünde bulundurulduğunda bu uygulamanın gazeteci adayları için 'gerçek dünya laboratuvarı' işlevi göreceğini belirtir (Newton, 2012, s.2673).

Amerika'da eğitim hastanesi modeli gazetecilik eğitiminde yaygın bir model olarak benimsenmemiş olmakla birlikte uygulayan köklü üniversiteler mevcuttur. Newton'un (referans) belirttiği gibi deneyimli gazetecilerle öğrencilerin pratik deneyimi

---

<sup>4</sup> 1636-7279-1-PB.pdf

kazanmalarında önemli olmakla birlikte bu uygulama için bir sermayedar yatırımcı bulmak; öğrencileri doğrudan sektör norm ve değerleriyle tanıştırmak yüksek öğretimin felsefesini olumsuz etkileyebilir. Nitekim Picard, eğitim hastanesi modeli üniversite öğrencilerinin sektörde doğrudan içerik üretimine katkı sağlamasına karşın onlara ödeme yapılmaması nedeniyle eleştirirken, gazetecilik bölümleri emek sömürsünde dikkatli olmaya davet eder (Picard, 2015, s.8).

Fisher'ın (2012) en temel eleştirisi gazetecilik meslek eğitiminin mühendislik, tıp gibi alanlarla aynı yapılmaya çalışmasının gazetecilik meslek gerçekliğine uymadığıdır; tıp, mühendislik gibi bölümler nihai olarak diploma verebilmek için yetkinlik sınavı yapmaktadır. Fisher, deneyimli gazetecilerin üniversite eğitiminden en önemli beklentilerinin ise "iyi yazmayı" öğrenerek mezun olmaları olduğunu belirtir. Bu nokta tam da meslek alanının kendine özgü teknik bilgiye sahip olup-olamamasıyla doğrudan ilgilidir. Gazetecilik diploması olmadan da meslek icra edilebildiği sürece kuşkusuz gazetecilik bölümlerinin müfredatı tartışmaya açık olacaktır. Uygulama hastanesi modeline değin vurgulamak istediğim son nokta ise üniversite-sektör ilişkilerinin artan önemi bağlamında piyasadan eğitim için destek bul(a)mayan bölümlerin üniversite üst yönetimi tarafından baskı görmesi ise üniversite eğitiminin temel ilkelerini aşındırma potansiyeli taşımaktadır.

21. yüzyılın ilk çeyreğinde dünya genelindeki gazetecilerin ortalama yüzde 84,2'sinin üniversite diplomasına (lisans, yüksek lisans veya doktora) sahip olduğu ve neredeyse 24-40 yaş arası gazetecilerin üçte ikisinin gazetecilik veya iletişim eğitimi aldığı (WJS, 2017)<sup>5</sup> görülmektedir; Pulitzer'in tüm gazetecilerin üniversite mezun yapma hayalinin gerçekleştiği açıktır. Her ne kadar özellikle yerel medya için Türkiye'de durumun farklı olacağı, alaylı gazetecilerin yaygın olduğu argümanını öne sürecekler olsa da iletişim fakültelerinin yaygınlığı nedeniyle pek çok ilde artık iletişim mezunları yerel medyanın istihdam koşullarını kabul ederek çalışmakta olduğu da artık Türkiye gerçeğidir. Gazetecilerin eğitimlerinin yükselmesi, teknoloji olanaklarıyla haber yapmada olanaklar hayli gelişmiş olsa da gazetecilerin istihdamı ve haber medyasının güvenilirliği hızla gerilemektedir. Gazeteciliğin profesyonel bir meslek olarak kabul edilip edilmemesi gerektiği noktasında bir yasal ilerleme yoktur, oysa bu çalışmayı yapma motivasyonumu da oluşturduğu üzere gazetecilik alanında yaşanmakta olan pek çok sorunun temel nedeni mesleğin profesyonel olarak kabul edilmemesidir. Demokrasi kültürünün kırılğan olduğu ülkelerde söz konusu kırılğanlık ülkenin tüm kurumlarına sirayet etmekte ve gazeteciler için editoryal bağımsızlık ve ifade özgürlüğü de hayli sınırlı olmaktadır. Haber örgütlerinin büyük sermayeye veya devletin doğrudan veya dolaylı ekonomik desteğine bağımlıdır. İşte bu bağımlılık haber örgütlerinin özerkliğinin yitimiyle sonuçlanmaktadır. Gazetecilik alanın özerkliğinin kurulması için eğitim veren yüksek öğretim kurumları, meslek örgütleri ve mesleğin duayenlerinin etkili lobi ve kamuoyu çalışmalarına ihtiyaç duymaktadır. Gazetecilik eğitiminin amacı profesyonel gazeteci yetiştirmek olarak tanımlanabilir. Bugün devlet ve vakıf üniversitelerinde mevcut yapı içinde, hangi bölümden mezun olursa olsun iletişim eğitimi almış bir kişinin iş bulacağı alanın ağırlıklı olarak medya sektörü

olduğu varsayılmaktadır; bu nedenle de müfredatlar profesyonel gazeteci yetiştirme temelli oluşturulmaktadır. Gazetecilik mesleği, yirminci yüzyılda kapitalizm ve liberal politikaların gelişimine paralel profesyonelleştikçe ilgili alanda üniversite eğitimi de gerek gazeteciler gerekse de sosyal bilimciler arasında gerekli görülmeğe başlamıştır. Bununla birlikte, mesleğin standart bir eğitimi değil; ilgili üniversite -veya bölümün- yapılanması sürecinde etkili olan dinamikler gereği hem akademik kadronun eğitim ardalanı hem de kurumun potansiyeli doğrultusunda farklılıklar içermektedir.

Gazetecilik eğitimi literatüründe UNESCO tarafından desteklenen ve Philip Gaunt'un kaleme aldığı Habercileri Yetiştirmek (Making the Newsmakers) adlı kitap önemli bir yere sahiptir. UNESCO (2007, s.8) gazetecilik eğitiminin şu bilgi ve becerileri içermesi gerektiğini belirtir:

- Kavrama, analiz ve sentezi içeren eleştirel düşünme yeteneği ki bu beceri temel düzeyde veri toplama, verileri yorumlama ve analiz etme bilgisi; aşına olmadığı materyalleri değerlendirebilir.
- Anlatı, betimleme ve analitik yöntemlerin kullanıldığı anlaşılır ve mantıklı yazma becerisi.
- Ulusal ve uluslararası siyasal, ekonomik, kültürel, dinî ve toplumsal kurumlara dair bilgi.
- Güncel olaylar ve konular ile tarih ve coğrafya konusunda bilgi.

Gaunt (1988, s.158), gazetecilik eğitiminin bölgesel ve devletlerin sosyo-politik farklılıklar kaynaklı değişiklik taşıdığına dikkat çeker: Gelişmekte olan ülkelerde en önemli sorun, otoriter yönetimlerin medyayı rahatlıkla kontrol etmesi; endüstrileşen bölgelerde ise aşırı ticarileşme ve teknolojik gelişmelerin mesleği zora sokmasıdır. Mutlu ve Tuncel (1998), Amerika Birleşik Devletleri ile Türkiye'de iletişim fakültesi öğrencileri arasında yapılan anketten hareketle öğrencilerin medyanın rolü, medya denetimi ve iletişim eğitimine öğrencilerin bakış açılarını analiz ederler. Amerikalı ve Türkiyeli öğrenciler arasında sosyo-ekonomik göstergeler, toplumsal cinsiyet ve ırk özelliklerine bağlı olarak önemli bir farklılık görülmeğe de toplumsal ve kültürel yapıya bağlı olarak önemli değişiklikler görülmektedir. Türkiye'deki öğrenciler medyanın rolü konusunda hayli korumacı ve elitist bir tutum sergilerken Amerikalı öğrenciler eğlence işlevini önemseyerek daha liberal ve piyasa eksenli görüş bildirmektedir. Benzer şekilde medya denetimi Amerika'da daha piyasa dinamikleri temelli tanımlanırken Türkiye'de politik aktörler ilk sıraya yerleşmektedir. Türkiye'de iletişim eğitimi çok daha önemli görülürken Amerika'da bu oran daha düşük olduğu belirtilmektedir. Böylelikle Gaunt'un (1998) dikkat çektiği, sosyo-politik farklılıklar gazeteci adayları arasında da görülebilmektedir.

Gazetecilik meslek eğitiminin üniversitelerde verilmeye başlamasından bugüne eğitimin niteliğine yönelik tartışmalar yapılagelmektedir. Kuşkusuz değişen teknolojik, politik, ekonomik ve kültürel gelişmelerden hareketle gazetecilik eğitiminin nasıl olması gerektiğine dair düşünme, tartışma ve yeni içerikler geliştirme çabaları da kaçınılmaz olmaktadır. Bu bağlamda tartışmalar, ağırlıklı olarak müfredatı konu edinir. Söz konusu

tartışmalar kuram-uygulama ve profesyonel meslek (profession)-zanaat/uğraş/kabiliyet (craft) karşıtlığı baz alınarak bu “ikili karşıtlık” üzerinden yazarın tercihi yönünde bir oran ve bir müfredat önerisi geliştirilir. Bu analizler doğrultusunda araştırmalarda “gazeteci” kimliği ve bu kimlikle ilgili olarak gazetecilerin toplumdaki rol veya misyonlarının ne olması gerektiği ağırlıklı olarak normatif liberal bir bakışla “tespit edilir” ve buradan hareketle de gazetecilik eğitiminin hedeflerinin ne olması gerektiği dolayısıyla bir gazeteci adayının hangi tutum, bilgi ve becerilere sahip olarak mezun olması gerektiği sıralanır.

Bununla birlikte gazetecilik mesleğine güvenin hayli yıprandığı bir ortamda toplum-gazeteci güveninin nasıl inşa edileceği gündem dışı kalan bir konudur. Yirminci yüzyılın sonu gerçekte gazetecilerin norm ve kodlarının yetersizliğini ve dijital teknolojiler ile hakikatin göreliliği kavrayışına adapte edilemediği aşikar olsa da gazetecilik eğitiminde tartışmalarında bu boyutların ihmal edildikleri görülmektedir. Gazetecilere güven (trust) veya güvenilirliğin (credibility) geliştirilmesinde, gazetecilik bölümlerinin ve üniversitelerin de sorumluluk alması önemli ve gereklidir. Toplumsal gerçeklik, normlarla tanımlı bağlamda, yinelenen eylem kalıpları ile etkileşimsel düzeyde kurgulanan öngörülebilir bir yapıdır. Akışkan toplumda kurgulanmış bu yapılar, değişmez unsurlar olmaktan ziyade çözülebilir ve yenileri tesisi edilebilir bir özelliktedir.

#### 4. Yöntem

Bu araştırmada veriler Yüksek Öğretim Kurumu'na (YÖK) bağlı iletişim fakültelerinin gazetecilik bölümlerine ait müfredatlar taranarak toplanmıştır. Öncelikle YÖK'ün sayfasından iletişim fakülteleri tespit edilmiş; söz konusu fakülteler içerisinde de gazetecilik bölümü olanların müfredatları ilgili birimlerin kendi web sayfalarında beyan edilen müfredatlar üzerinden taranmıştır. Taramada araştırmanın amaçları doğrultusunda şu üç kategoride yapılmıştır: Kadın/toplumsal cinsiyet; ayrımcılık ve nefret söylemi ile barış gazeteciliği. Söz konusu kategorilerin toplumun tüm kesimlerini kapsama potansiyeli ve yerleşikleşen haber değerliliğinden farklı bir kavrayışı anlattığı varsayımıyla söz konusu kategoriler üzerinden tarama yapılmıştır.

Tarama şöyle bir rehber yardımı ile yapılmıştır:

**Kadın ve/veya toplumsal cinsiyet** içeriği, dersin başlığında toplumsal cinsiyet, kadın veya gender olan dersleri kapsamaktadır.

**Ayrımcılık/nefret söylemi veya ırkçılık konuları** Her çeşit dezavantajlı grubu temsil eden azınlık, göç, LGBTI+, ırkçılık sözcüklerinden birini veya bir kaçın, insan hakları içeren derslerin adlarını kapsamaktadır.

**Barış gazeteciliği:** Barış gazeteciliği veya çatışma çözümü gibi ders adlarını içeren tüm dersleri kapsamaktadır.

Taramada vakıf veya kamu üniversitesi ayrımı yapılmamış, toplumsal cinsiyet, kadın hakları, nefret söylemi, ayrımcılık, barış gazeteciliği gibi konuları kapsayan derslerin nicel olarak sayımı ve zorunlu mu seçimlik mi olduğu kodlanmıştır.

Türkiye'deki iletişim fakültelerinin sayısı daha fazladır ancak gazetecilik adına



sahip bölümü olan fakülteler tarama kapsamına alınmıştır çünkü bu makalede doğrudan gazetecilik mesleğine güven duyabilirlik meselesi ve akademinin mesleğin güven normuna katkısı konu edilmektedir. Profesyonel gazetecilerin hepsinin gazetecilik diplomasına sahip olmadığı bilinmektedir ancak gazetecilik eğitimi ve gazetecilik mesleğinin temel sorunlarının üniversitelerin de önemli bir meselesi olması gerektiği bakış açısıyla böyle bir tercih yapılmıştır. Tarama 1.Mayıs.2023 ile 30.Haziran.2023 tarihleri arasında yapılmıştır dolayısıyla bulgular bu süreci içeren müfredatlar odaklıdır; daha sonra ders programında yapılan değişiklikleri kapsamamaktadır. Tarama sonucunda iletişim fakülteleri bünyesinde toplamda 45 gazetecilik bölümü tespit edilmiş ve bu bölümlerin kendi resmî web sayfalarında duyurdukları ders programı üzerinden veriler toplanmıştır.

## 5. Bulgular ve Yorum

Türkiye’de YÖK’e kayıtlı ve gazetecilik bölümüne sahip iletişim fakültesi 45 olarak tespit edilmiştir; bu bölümlerin müfredatlarına daha yakından bakmaya çalışalım.

### 5.1. Kadın Odaklı Bakışta Olumlu Adımlar

Bu bölümler içerisinde *kadın, gender veya toplumsal cinsiyet* konularında açılan zorunlu ve seçimsiz derslerin tamamı 41 adettir. Söz konusu 41 dersin ise 5’i zorunlu ders statüsünde; geriye kalan 33 ders ise seçimsiz olarak açılan derslerdir.

12 adet gazetecilik bölümünde *Kadın, gender veya toplumsal cinsiyet* konularında hiç ders açılmamaktadır. Bunun anlamı ise 33 bölümde birden fazla *toplumsal cinsiyet* alanında ders açılmaktadır. Hem zorunlu hem de seçimsiz ders olarak açılan bölüm sayısı ise 2’dir. Toplumsal cinsiyet konularında hiç ders açmayan bölümlerin yeni kurulmuş bölüm olma, vakıf veya kamu üniversitesi olma, Batıda olma veya olmama hatta büyükşehirde olup-olmama gibi temel bir karakteristiği yoktur. Büyükşehir’de olan, İstanbul ve Ankara gibi Batıda konuşlanan illerde eğitim faaliyetini sürdüren, içinde bulunduğu fakülte açısından köklü bir geçmişe sahip olan, hem vakıf hem de devlet üniversitelerinde bulunan 12 gazetecilik bölümü hiç halen müfredatlarında *kadın, gender veya toplumsal cinsiyet* konularında herhangi bir derse sahip değildir.

Gender, toplumsal cinsiyet veya kadın çalışmaları konularında gazetecilik bölümleri halen ataerkil yapılarını korumakta ısrarlıdır; beş bölüm dışındakiler sadece seçimsiz ders olarak müfredatlarında alan açabilmektedir. Taramada LGBT+ kavramı da anahtar sözcük olarak kullanılmış olsa da gazetecilik bölümlerinin müfredatlarında bu isimle bir ders olmadığı görülmüştür.

Akademi içerisinde haber odasının eril kültürü, haberlerin cinsiyetçi bir dil ve söyleme sahip olması, medya kuruluşlarında da varlığını hissettiren cam tavan sendromu gibi ayrımcılığı ve eşitsizliği besleyen boyutlar dile getirilen sorunlu noktalar olsa da gazetecilik bölümlerinin de patriarkal bir kültüre sahip olduğu görülmektedir. Toplumun (ve dünyanın) yarısını oluşturan kadınların kendilerini kapsamadığı haber dünyasına daha az ilgi gösterdiği bilinmektedir; güvenilirlik normunun toplumun tüm kesimlerini

kapsayacak şekilde genişletilmesinin ilk durağı kadınlar olmalıdır. Gazetecilik bölümleri arasında açılan söz konusu 41 ders kuşkusuz görmemiz gereken olumlu adımlardır ancak yeterli değildir. Haber medyasının bilinçli veya bilinçsizce ezberlerle ilerlediği gazetecilik normlarını bilinçli bir taraflılıkla<sup>6</sup> genişlettiği noktada erişebildiği kesimlerde çok daha genişleyecektir. Tam da bu hedefe ulaşmak için gazeteciler normatif bir yerden tanımladıkları ancak toplumun bütününe değil, erkek özneleri içeren ve onlara seslenen söz konusu normu güven duyabilir aktörler olabilmek için neden bilinçli taraflılığa çevirmesin ki... Gazetecilik bölümleri misyonları olduğu üzere kavram ve teorik bilgileri geliştirirken gazeteciler de pekâlâ hayata geçiren aktörler olabilirler.

İnsan hakları, ayrımcılık, nefret söylemi, ırkçılık, göç ve haber konularında seçimlik ve zorunlu dersler birlikte düşünüldüğünde toplam 30 bölümde ders olduğu görülmektedir. Bu kategoride 40 adet seçimlik ders, 11 adette zorunlu ders olduğu görülmektedir; bazı bölümler birden fazla ders açmaktadır. Bu kategoride ders sayısının diğer kategorilere kıyasla daha çok çıkmasının nedeni, insan hakları temasının bu kategori içerisinde yer almasıdır. Bu kategoriye biraz daha detaylandırarak bakarsak: insan hakları ve toplumsal hareketler ile medya ilişkisini aktaran dersler de dahil edilmiştir. Dersler, İnsan Hakları ve Anayasa, İnsan Hakları ve Demokrasi, İnsan Hakları ve Haber, Hak ve İnsan Odaklı Habercilik, Genel Haklar ve Medya şeklinde isimlerle adlandırılmakta ve bu konularda da temel bir uzlaşımın olmadığı ve farklı isimlerle açıldığı görülmektedir. Dersin başlığından ziyade içeriğinin daha önemli olduğu düşünüldüğünde, gazetecilik bölüm müfredatlarında insan haklarının alanının daha çok benimsenmiş olduğu öne sürülebilir.

İnsan hakları kavrayışı, Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne tam üyelik sürecinde AB tarafından sıklıkla gündeme getirilen bir konu olmuş ve AB yasalarına uyum sürecinde önemli bir konu olmuştur. Bu konudaki derslerin göreceli yüksek olmasının nedeni de ülke gündemine giren bir konu olmasıyla ilişkili olmakla birlikte, insan haklarının gazetecilik bölümlerinin müfredatlarında yer almış olması da olumlu bir gelişmedir ancak kadın, çevre, mülteciler gibi meseleleri de içerecek daha da geliştirilmeye ihtiyaç vardır.

## 5.2. Gazetecilik Alan Dersleri

Journo internet haber sitesi Burak Altınok<sup>7</sup> tarafından kaleme alınan ve söz konusu haber sitesi tarafından yapılan araştırma haberine göre, 41 üniversitedeki gazetecilik öğrencilerine 4 yılda 12 farklı kategoride 1.679 ders verilmektedir. Gazetecilik bölümlerinin müfredatlarında en sık yer bulan kategori, 499 adet gazetecilik alan dersleridir. 110 adet ders, yani programın % 6,5'i yabancı dil eğitimine ayrılmıştır. Görsel kültür kategorisi ise 12 dersle en alt sırada yer almaktadır.

Aynı araştırmada, iletişim akademisyenleri ve gazetecilerin şu 3 alandaki derslerin

<sup>6</sup> Bilinçli taraflılık kavramını Maria Mies'in feminist metodoloji için önerdiği yaklaşımdan almaktayım. Ona göre, temel değerden arınmış (value free) araştırma önermesi, araştırma nesnelere karşı tarafsızlık ve kayıtsızlık ilkesi yerine, araştırma nesnelere ile kısmen taraf tutan, kısmi özdeşleşmeyle gerçekleştirilen "bilinçli taraflılık" benimsenmelidir (Mies, 1996).

<sup>7</sup> <https://journo.com.tr/gazetecilik-bolumu-dersleri-program-mufredat>

müfredatta daha fazla yer alması gerektiği yönünde kanaat bildirdikleri belirtilmektedir. Uzman gazetecilik, yeni iletişim teknolojileri ve yabancı dil. Nitekim Atabek ve Şendur Atabek'in 2014 yılında yapmış olduğu araştırmanın sonucu da bu bulguya paralel bir yaklaşıma sahiptir: "Öğrencilerin, akademisyenlerin ve meslek mensuplarının uygulamalı derslerin ve yüksek teknolojik olanakların artırılması ile yabancı dil eğitiminin önemi konularında ortak ve yüksek düzeyde olumlu tutuma sahip oldukları görülmüştür." İki araştırma arasında aradan geçen geçen on yıllık bir zaman dilimine rağmen değişen bir şey yok gibi görünmektedir. Uygulamalı dersler ve uzman gazetecilik her zaman önemli olarak görülmekte; teknolojiyi yetkin kullanım becerisi ve yabancı dil her zamanki gibi önemini korumaktadır.

Çalışmanın literatür kısmında vurgulamaya çalıştığım gibi medya sektörü, iktisadi üretim koşulları ile teknolojik gelişmelerden çok hızlı etkilenmekte ve haber örgütlerinin de sermayenin iş modeline hızlı uyum sağladığı görülmektedir. Ne var ki, sektörün üretim ve dağıtım süreçlerindeki söz konusu uyum ve "yeni" yapılanmalar, gazetecilerin çalışma koşulları ve özlük haklarına olumlu şekilde yansımakta aksine onları daha güvencesiz ve kırılğan bir çalışma ortamına itmektedir. Teknolojik yöndeşme ve yapay zekâ temelli iş üretimi, sanayinin tüm iş kollarında gündün güne ağırlığını hissettirdiği bir dönemde kuşkusuz haber medyasında çalışanlar da bu çalışma koşullarından muaf değillerdir. Sektörde iş gücüne olan talep azalırken mevcut çalışanlardan çok daha yüksek bir haber üretme becerisi ve performans beklenmektedir. Günümüz de artık dijital iletişim teknolojileri sayesinde "herkesin gazetecilik yapabileceği" beceri düzeyinde "haberciler" sektöre dahil olurken teknolojiye yeterince uyum sağlayamayanlar önemli oranda işini kaybetme ve gelecek korkusu yaşamaktadır (Liu, 2006; Törenli ve Kıyan, 2019). Tam da bu noktada gazetecilerin dijital teknolojiler içerisinde bu kadar kırılğan kaldığı bir çalışma ortamında gazeteci-halk bağına güçlendirmek; gazetecilerin sivil dinamiklerle haber üretim beceri ve perspektifini üniversite öğrenciliği yıllarında güçlendirmek sektörün genişlemesine de katkı sağlayacağı kanaatindeyim. Daha da önemlisi iletişim fakültelerinin gazetecilerin çalışma koşulları ve özlük haklarının iyileştirilmesinde onları mezun eden kurumlar olarak hak mücadelelerinde basın emekçilerinden yana taraf ve takipçi olmaları önemli ve gerekli.

Gazeteciler haber üretiminde kamu kurum ve kuruluşlarına bağlı kaldığı sürece toplumun -kadın, göçmen, engelli, azınlık vb.- gruplarıyla etkileşimi zayıf olmaya devam ettikçe habercilik teknolojik olarak gelişkin olsa da sektör olarak küçülmek durumunda kalacaktır. Gazetecilerin temel uğraşı olarak haber üretiminin, temel öznesini halk olmadığı sürece haber örgütleri elitlere seslenmenin ötesine geçemeyecektir. İlaveten gazetecilik meslek söyleminde yer alan "kamuyu halk adına denetleme" veya "halkın gözü ve kulağı olma" misyonu, sosyal medyanın kamu kurum ve kuruluşları tarafından kullanılmaya başlamasıyla, halkın bilgilendirilmesi noktasında gazetecilere ihtiyaç azalmaktadır. Siyasetçilerin halk ile doğrudan iletişim kurması kuşkusuz olumlu bir iletişim şeklidir ancak gazetecilik mesleki statüsünü de aşındıran bir dinamiktir. Gazeteciler artık siyasetçilerin sosyal medya hesaplarını takip ederek oradan haber yapmak durumunda kalmaktadır.

Bu nedenle de haberin sahici anlamıyla toplumun tüm kesimlerinden ve ülkenin tüm sorunlarından hareketle üretilmesi gazetecilik mesleki güvenilirliğini kuşkusuz olumlu yönde etkileyecektir. Tam da bu noktada gelişen iletişim teknolojileri gazetecilere yeni fırsatlar da sunmaktadır. Örneğin, sosyal medya aynı zamanda gazeteci-toplum etkileşimini de güçlendirecek bir olanak sağlamaktadır; bu kanalların teknik olarak etkin kullanımının ötesinde toplumsal sorunlarla nasıl ilişkili ele alınabileceği ancak toplumsal cinsiyet eşitliği ve adaleti; toplumsal diyalog, barış ve uzlaşma kültürü, çocukların refahı gibi konulara vakıf olmakla mümkün olabilir.

### 5.3. Gazeteciler Toplum Problemlerine Işık Tutabilir mi?

Bu kısımda “Gazeteciler toplum problemlerine ışık tutabilir mi?” sorusunu başlığa taşıırken gerçekte soruyu akademiye yöneltmekteyim. Türkiye’deki 45 gazetecilik bölümlerinde açılan barış gazeteciliği dersinin (İngilizce ve Türkçe dahil) sayısı 6’dır; barış gazeteciliği dersi açan bölüm sayısı da altıdır. Söz konusu derslerin tümü de seçimsiz ders olarak açılmaktadır. Oysa 21. Yüzyılın kapıları tamamen küresel kriz, çatışma ve savaşlarla açıldı; ne var ki, akademinin kapıları barış ve uzlaşma kültürünün olanaklarını sorgulamaya hâlâ açılmış görünmüyor. Sektöre öncülük etmesi ve değişen ekonomi-politik koşullarda, bozulan uzlaşma ve diyalog ortamlarında tabanı geniş halk topluluklarının çıkarına olan norm ve kodları geliştirmesi gereken kurumlar iletişim fakülteleri ve bu anlatı kapsamında da gazetecilik bölümleridir.

Gazetecilik alanı da sanayi devrimi sonrasında ekonomik, politik ve toplumsal gelişmelerle diyalektik bir ilişki içerisinde gelişim göstermiş; yirminci yüzyılın ilk çeyreğinde ise Batılı ülkelerin merkezi kentlerinde kurumsal ve profesyonel bir yapı sergilemeye başlamıştır. Üçüncü dünya ülkelerinde ise basın gelişimi daha çok bağımsızlık hareketleri ve milliyetçilik hareketlerine içkin dinamiklerle ortaya çıkıp gelişme göstermiştir. Bu nedenle de üçüncü dünya ülkelerinde basın -basın çalışanları- siyasal iktidarlardan özerk bir alan inşa etmede zorlanmaktadır. Türkiye açısından da durum farklı değildir; Osmanlı İmparatorluğu döneminden Cumhuriyet Türkiye’sinin basın tarihinde gazeteler ve haber medyası siyasal iktidarlardan bağımsız bir yayın politikası sergilemekte zorlanmışlar; çoğu muhalif gazeteci ve basın kuruluşu bedel ödemek durumunda kalmıştır. Haber, bilgi ve kamusal alanda tartışma motivasyonu yüksek bir okur tabanı olmadıktan veya piyasadan haberdar olma isteyen ticaret ve finans çevreleri de sınırlı olduğundan basın kuruluşları da belirli sermaye gruplarının desteğine ihtiyaç duymuştur. Bu nedenle de Batı gazetecilik/habercilik literatürünün ülkemiz açısından geçerliliği olan boyutları olsa da modernleşme süreci ile bağımsızlık mücadelesi ile kesişen milliyetçi bir siyasal-kültürel iklimde gelişim gösteren gazetecilik mesleğinin yapısal olarak devletçi ve siyasal iktidar yanlısı bir tutum sergilediğini de unutmamak gerek (Gürkan, 1998; Taş, 2012; Cangöz, 2015). Basının özerkliği ve mesleğin profesyonelleşmesi dolayısıyla gazetecilerin eğitimi Batıya kıyasla hayli geç gündeme gelen konular olmuştur.

Gelinen noktada gazetecilik bölümlerinin sayısı önemsenmeyecek kadar fazladır

ancak bu bölümlerin müfredatları akademiye norm ve kod üretmede öncülük rolü üstlenecek bir noktada değildir. Akademi ataerkil, feodal, milliyetçi, statükodan yana tavır sergiler bir müfredat ile sınırlı kalmaktadır. Oysa risk, şiddet, çatışma, belirsizlik ve esneklik bu denli arttığı bir dünyada güven duyabilirlik normuna ihtiyaç artmaktadır.

## 6. Sonuç

Gazetecilik mesleğinin temel uğraşı olarak haber üretim pratiğinin dijital teknoloji ile dönüşümü mesleki kod ve normlarının da yeniden kurgulanmasını kaçınılmaz kılmaktadır ve bu noktada akademinin öncü bir rol üstlenmesi; gazeteciler ile halk arasındaki güvene dayalı ilişkisinin güçlendirilmesinin gerekliliği düşüncesinden hareketle bu makaleyi kaleme aldım.

Dijital teknolojilerin yaygın kullanımı her meslek grubunda olduğu gibi gazetecilerin de haber yapma rutinleri ve kaynaklarını değiştirmiştir. 21. Yüzyılın belirsizlik, risk ve akışkan kültürü içerisinde de gazetecilerin halka güvenilir ve doğru haber ve enformasyon aktarımı daha da önemli hale gelmiştir ancak internet ve sosyal medyanın yaygın kullanımı bilgi kirliliğini en önemli sorun olarak belirginleştirmiştir. Dijital iletişim teknolojileri gazetecilik mesleğinin sınırlarını ve mesleğin statüsünü aşındırmış gibi görünse de bu makalede gerçekte gazetecilerin toplumsal rol ve sorumluluklarının daha da önemli hale geldiğini öne sürmekteyim çünkü 21. yüzyılda insanlık sadece ulusal ölçekte değil küresel ölçekte de iklim krizi, açlık, zorunlu göç, savaş ve işgaller ile çok boyutlu ve çok taraflı sorunların üstesinden gelmek durumunda.

Söz konusu tehdit ve krizleri kamusal alana taşıyacak ve çözüm önerileri için siyasi liderleri uyuracak aktörlerin başında gazeteciler gelmektedir. Çıkar odakları ve siyasal tarafgirlik odaklı değil; kaynağını halktan alan ve halkın tüm kesimlerini kucaklayan bir gazeteciliğin olanaklarını aramak sadece gazetecilerin işi olmamalıdır. İletişim fakülteleri ve gazetecilik bölümleri konvansiyonel gazetecilik müfredatlarını genişleterek sektöre de öncülük eden bir konumda olabilirler. Gazetecilerin bir taraftan dijital teknolojiler diğer taraftan ise neoliberal politikaların onları böylesi esnek çalışma koşulları ile hayli kırılğan kıldığı bir çalışma ortamında akademinin de kendisinde hak savunuculuğu ve çağın toplumsal gereklerine uygun öncülük rolü üstlenmesi önemli ve gereklidir. Gazeteci-halk bağını güçlendirmek; gazetecilerin sivil dinamiklerle haber üretim beceri ve perspektifini üniversite öğrenciliği yıllarında güçlendirmek sektörün genişlemesine de katkı sağlayacağı kanaatindeyim. Daha da önemlisi iletişim fakültelerinde de savunulan ve öğretilen kamu yararı ilkesinin hayata geçirilmesinde öncelikle gazetecilerin çalışma koşulları ve özlük haklarının iyileştirilmesinde onları mezun eden kurumlar olarak hak mücadelelerinde basın emekçilerinden yana taraf ve takipçi olmak; ilaveten müfredatları çok kültürlülük ve barışı destekleyen, toplumsal cinsiyet eşitliği ve adaletini savunan, dezavantajlıların haklarını görünür kılan ve temiz bir çevrede yaşam hakkını önceleyen habercilik eğitimi önemli ve gereklidir.

### Kaynakça

- Abbot, A. (1988). *The system of professions: An essay on the division of expert labor*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bauman, Z. (2003). *Yasa koyucular ile yorumcular* (K. Atakay, Çev.). İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Bauman, Z. (2017). *Akışkan modernite* (S. O. Çavuş, Çev.). İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- Barber, B. (1963). Some problems in the sociology of the professions. *American Academy of Arts & Sciences*, 92(4), 669-688.
- Carey, J. (2000). Some personal notes on US journalism education. *Journalism*, 1(1), 12-23. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/146488490000100103>
- Cangöz, İ. (2015). *Değişen anlam ve değerleriyle gazetecilik*. Ankara: Sınırsız.
- Downie, R. S. (1990). Professions and professionalism. *Journal of Philosophy of Education*, 24(2), 147-159.
- Evetts, J. (2003). The sociological analysis of professionalism: Occupational change in the modern world. *International Sociology*, 18(2), 395-415. <https://doi.org/10.1177/0268580903018002005>
- Farid, A. S. (2023). Changing the paradigm of traditional journalism to digital journalism: Impact on professionalism and journalism credibility. *Journal International Dakwah and Communication*, 3(1), 22-32.
- Fisher, C. (2016). The trouble with 'trust' in news media. *Communication Research and Practice*. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/22041451.2016.1261251>
- Fishman, M. (1980). *Manufacturing the news*. Austin: University of Texas Press.
- Folkerts, J. (2014). History of journalism education. *Journalism and Communication Monographs*, 16(4), 227-299.
- Foucault, M. (2019). *Hapishanenin doğuşu* (M. A. Kılıçbay, Çev., 8. Baskı). İstanbul: İmge.

Gaunt, P. (1988). The training of journalists in France, Britain, and the U.S. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 65(3), 582-588.

Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Stanford: Stanford University Press.

Gürkan, N. (1998). *Türkiye’de demokrasi’ye geçişte basın (1945)*. İstanbul: İletişim.

Hallin, D. (1997). Commercialism and professionalism in the American news media. In J.

Curran & M. Gurevitch (Eds.), *Mass media and society* (pp. 243-262). London: Arnold.

Hanitzsch, T. (2013). Journalism, participative media and trust in a comparative context. İçinde C. Peters & M. Broersma (Der.), *Rethinking journalism: Trust and participation in a transformed news landscape* (pp. 200-209). London: Routledge.

Hanitzsch, T., van Dalen, A., & Steindl, N. (2018). Caught in the nexus: A comparative and longitudinal analysis of public trust in the press. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1), 3-23.

Joseph, B. (2020). Journalism education. İçinde K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Der.), *The handbook of journalism studies* (2nd ed., pp. 132-145). London: Routledge.

Kılıç, D. (2021). *Dijital dünyada habercilik pratikleri*. Ankara: Gece Kitaplığı.

Koliska, M., Moroney, E., & Beavers, R. (2023). Trust through relationships in journalism. *Journalism Studies*. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2023.2209807>

Larson, M. S. (1977). *The rise of professionalism*. Berkeley: University of California Press.

Luhmann, N. (2017). *Trust and power*. Cambridge, UK: Polity Press.

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709-734.

Mies, M. (1996). Feminist araştırmalar için bir metodolojiye doğru. İçinde S. Çakır & N.

Akgökçe (Der.), *Farklı feminizmler açısından kadın araştırmalarında yöntem* s. 48-64. İstanbul: Sel Yayıncılık.

Newton, E. (2012). Promise, peril of “teaching hospitals”. *International Journal of*

*Communication*, 6, Feature 2670-2673.

Odabaşioğlu, C. (Ed.). (1993). *Trabzon milli mücadele yılları basını 1919-1925*. Trabzon.

Prochazka, F., & Schweiger, W. (2019). How to measure generalized trust in news media? An adaptation and test of scales. *Communication Methods and Measures*, 13(1), 26-42.

Reich, Z. (2011a). Source Credibility and Journalism: *Journalism Practice*, 5(1), 51-67.

Reich, Z. (2011b). Source Credibility as a Journalistic Work Tool, İçinde: B. Fanklin ve M.

Carlson (Der.) *Journalists, Sources, and Credibility: New Perspectives*, New York: Routledge, s.16-39.

Sambrook, R. (2012). Delivering trust: impartiality and objectivity in the digital age (Publisher's version). *Reuters Institute for the Study of Journalism Reports*. University of Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/delivering-trust-impartiality-and-objectivity-digital-age>

Schudson, M. (2022). What does "trust in the media" mean? *Dædalus*, 151(4), 144-160.

Solkin, L. (2022). Journalism education in the 21st century: A thematic analysis of the research literature. *Journalism*, 23(2), 444-460.

Somel, S. A. (2001). Osmanlı reform çağında Osmanlılık düşüncesi (1839-1913). İçinde *Tanzimat ve Meşrutiyet'in birikimi* (pp. 11-26). İstanbul: İletişim Yayınları.

Sztompka, P. (1999). *Trust: A sociological theory*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Törenli, N., & Kıyan, Z. (2019). Analysing journalism skills: A field study on Turkish case. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 57, 195-223.

Tsfati, Y., & Ariely, G. (2014). Individual and contextual correlates of trust in media across 44 countries. *Communication Research*, 41(6), 760-782.

Tuchman, G. (1972). *Making news*. New York: Free Press.

Van Dalen, A. (2020). Journalism, trust, and credibility. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (2nd ed., pp. 230-244). London: Sage.





Vos, T. (2011). Homo journalisticus: Journalism education's role in articulating the objectivity norm. *Journalism*, 12(3), 229-244.

Zelizer, B. (2004). When facts, truth, and reality are God-terms: On journalism's uneasy place in cultural studies. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 1(1), 100-119.

# Lisansüstü Halkla İlişkiler Eğitiminde Eğilimler: Doktora Tezleri Üzerine Eleştirel Bir Bakış

Büşra Göküş<sup>1</sup>

Prof. Dr. Özlem Alikılıç<sup>2</sup>

## Özet

Üniversitelerin lisansüstü eğitimleri, üst düzey bilimsel bilginin geliştiği ve akademik çalışmaların yapıldığı önemli bilim üretme sistemleridir. Lisansüstü enstitülerin programlarında yüksek lisans ve doktora çalışmaları, akademik araştırmaların önemli bir kısmını oluşturur. Özellikle doktora tezleri, bilimsel bilginin gelişimi ve yayılması açısından önemlidir. Çünkü bir doktora tezi, uzmanlaşmış bilginin yanı sıra bu bilgiyi daha da ileriye taşıyan araştırmanın bir sentezidir. Ancak Türkiye’de iletişim fakültelerindeki (altmış yedi iletişim fakültesinde; otuz dokuz halkla ilişkiler ve tanıtım programı ve otuz dokuz halkla ilişkiler ve reklamcılık programı) lisans müfredatlarına bakıldığında, eleştirel kuram temelli dersler yerine ağırlıklı olarak ana akım kuramlardan temel alan derslere yer verildiği gözlenmektedir. Bu çalışmanın bulguları kapsamında da iletişim ana bilim dalına bağlı halkla ilişkiler doktora programlarında (on halkla ilişkiler ve tanıtım, dört halkla ilişkiler ve reklamcılık, iki halkla ilişkiler ve bir reklamcılık ve halkla ilişkiler) müfredatlarında ve hazırlanan tezlerde de ana akım kuramlardan temel alan tezlerin hala egemen olduğu söylenebilir. Bu çalışma, 1992-2023 yılları arasında Türkiye’de halkla ilişkiler alanında yazılmış doktora tezlerini inceleyerek, incelenen konular itibarı ile doktora seviyesindeki halkla ilişkiler eğiliminin ana akım veya eleştirel olup olmadığını ortaya koymayı amaçlamıştır. Bulgulara göre, tez konularının ağırlıklı olarak ana akım halkla ilişkiler teorilerden beslendiği (S=129), eleştirel kuramlardan beslenenlerin ise sayıca nadir (S=1); tezlerde ana akım üzerinden en çok araştırılan konuların ‘Kurum içi halkla ilişkiler’, ‘Sosyal medya’ ve ‘Stratejik iletişim’ olduğu belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Halkla İlişkiler, Lisansüstü Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler Doktora Tezi, Eleştirel Kuramlar, Eleştirel Düşünce

## 1. Giriş

Düşünme, şimdiki zamanı yorumlamaya çalışan aktif, amaçlı ve sistematik bir zihinsel süreci içerir (Cüceloğlu, 1999). Vural (2004)’a göre iyi bir eğitim, öğrencilere eleştirel

<sup>1</sup>Yaşar Üniversitesi, İletişim ABD Lisansüstü Öğrencisi

busragokus@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7869-3474>

<sup>2</sup>Yaşar Üniversitesi, İletişim Fakültesi

ozlem.alikilic@yasar.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-6311-2622>



düşünme yeteneği kazandırmalıdır; çünkü düşünme becerileri, onların yeni bilgileri anlama ve uygulama yeteneklerini etkileyebilir. Bilimsel düşünme, analitik düşünme ve yaratıcı düşünmenin yanı sıra eleştirel düşünme de son yıllarda popülaritesi önemli ölçüde artan ileri düzey bir düşünme yöntemidir. Eleştirel düşünme kavramının Sokrates'e kadar uzanan derin bir tarihi vardır (Haladyna, 1997). O dönemde düşünme kavramı mantıksal düşünme eylemi olarak kabul ediliyordu. Zamanla olayların kesin tanımını ve değerlendirilmesini anlamak için "düşünme" terimi kullanıldı. "Eleştirel düşünme" kavramı ise, "yargılama sanatı"nı ifade etmek için kullanılan ifadeye dönüştürülmüştür (Lipman, 2003). Literatürde eleştirel düşünmenin genel kabul görmüş bir tanımı bulunmamaktadır (Siegel ve Carey, 1989; Cairns, 1996). Bu yüzden farklı tanımlarla karşılaşabilmek mümkündür. Eleştirel düşünme deyince akla ilk gelen bilim insanlarından olan Watson ve Glaser'a göre (1964), eleştirel düşünme; tavırların, tutumların ve bilgilerin yanı sıra kullanılan ve uygulanan beceri, tutum ve bilginin birleşimidir. Ülkemizde eleştirel düşünmenin ilk tanımlarından biri Kazancı (1989) tarafından yapılmıştır. Kazancı (1989) eleştirel düşünmeyi, bilim, kültür ve sanatla ilgili konuların tutarlılığını ve geçerliliğini değerlendirmek için kullanılan bir kavram olarak tanımlamaktadır. Güven ve Kürüm (2004) ise eleştirel düşünmeyi; sorgulama, yargıda bulunma, sonuç çıkarma gibi ileri düzeyde zihinsel beceriler gerektiren aktif, hedefe yönelik, kanıta dayalı, kapsamlı bir süreç olarak tanımlamaktadır.

Bilgi toplumunun gelişmesi ve yaygınlaşmasında bilgi itici bir güçtür. Üniversiteler gerçek bilgiyi üreten önemli kurumlardır. Üniversitelerin kültürel değişim, teknik eğitim, bilimsel araştırma ve eğitim işlevleri bulunmaktadır. Ancak bugün mesleki ve teknik eğitim boyutunun daha öne çıktığı gözlemlenmektedir. Bu durum aynı zamanda üniversite mezunlarının profesyonel, deneyimli ancak yaratıcılık ve eleştirel düşünceden uzaklaşmış uzmanlar olarak meslek dünyasına girmelerine neden olmaktadır. Bunun yanı sıra, sınav sistemine de birtakım eleştiriler getirilmiştir. Hatta öğrencilerin, düşünce özgürlüğünü kısıtlayan bir sınav modeli içinde büyüdükçe sorgulamayan, merak etmeyen, hatırlamayan ve ezberleyerek öğrenen bir yüksek öğrenimli kitleye dönüştükleri de iddia edilmektedir (Demirtaş ve Özer, 2015). Bununla birlikte üniversitelerde yürütülen bilgi üretimi araştırmalarının, temel veri olup olmadığına bakılmaksızın müfredatın bir parçası olması gerektiğini belirtmek düşündürücüdür (Tuncer, 2011). Ayrıca üniversitelerin, yalnızca bilgi aktaran, hâkim görüşlerin dışındaki görüşleri engelleyen "bilimsel topluluklar" tarafından kuşatıldığı da belirtilmektedir. Ancak toplumsal sorunlara çözüm bulmanın, özgün ürünler üretmenin ve öğrencilere vizyon kazandırmanın en önemli ön koşullarından biri akademik özgürlüktür (Atasoy, 2018). Üstelik bu durumun üniversitelerin yaratıcılığına da zarar vereceği belirtilmektedir (Berlinguer, 2009).

Eğitim; bilginin, becerilerin, alışkanlıkların, inançların, tutumların ve değerlerin oluşma sürecidir. Bu süreç yalnızca kişinin doğal yeteneklerini geliştirmekle kalmaz, aynı zamanda onun toplum ve yaşamı için gerekli bilgi ve becerileri edinmesine de olanak tanır (Freire, 1995). Bu durum, düşünmeyi ve buna bağlı olarak eleştirel düşünme becerilerini geliştirmeyi de içerir. Eleştirel düşünme becerisinin geliştirilmesinde öğrenme programları,

öğrenme ortamları ve öğretmen etkinlikleri önemlidir (Kökdemir, 2012). Tarih boyunca hem fen bilimlerinde hem de sosyal bilimlerde birçok teori geliştirilmiştir. Kuramlar gerçeği bulmada, eylemi organize etmede ve bilgi üretimine rehberlik etmede önemlidir. Ancak birçok gelişme ve paradigma değişimi nedeniyle geleneksel teoriler ve felsefi yaklaşımlar önemli değişikliklere uğramıştır (Şimşek, 1997). Geleneksel yöntemlerin etkisi tamamen ortadan kalkmamış olsa da bu değişiklikler yeni kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Eleştirel teori, pozitivist yöntemlere karşı geliştirilmiş, eğitim ve bilgi yönetimi alanlarında oldukça faydalı olan sosyolojik bir teoridir (Demirtaş ve Özer, 2015).

Ana akım yaklaşımlara karşı örüntüsüyle bilinen eleştirel kuramlar, çeşitli disiplinlere dayanan güçlü kuramsal çerçevesi ile insan davranışını ve ilişkilerini bütüncül ve çok yönlü olarak anlamaya çalışmaktadır. Bu anlama çabası, geleneksel düşünce sistemlerine uymaktan ziyade sorgulama, araştırma ve eleştirel düşünme gibi üst düzey zihinsel becerilerin geliştirilmesini gerektirmektedir. Eleştirel kuramlar, pozitivist yaklaşımı ve onu temel alan ana akım kuramları eleştirel bir analize tâbi tutmayı amaçlar (Bakız, 2004). Ana akım teorilerinin çoğu katı ve doğrusal bir yaklaşıma sahiptir; standart ölçüm araçlarını kullanarak gözlemlenen davranışlara ve davranış değişikliklerine odaklanır ve bazı temel içgörülerden yoksundur (Çoban ve Buz, 2008). Bu bağlamda pozitivism, insanın ilgi ve bilgisini, soyut değerlerden ziyade somut gerçekliklere dayandırmaktadır.

Eleştirel kuramlar, insan davranışını ve güç ilişkilerini anlamayı amaçlayan teorik bir çerçevedir. Temel ilkeler aynı zamanda iletişim ve bilginin gücünü, sosyal ve kültürel olguları ve insan etkileşimini daha iyi anlamak için de önemlidir. Geleneksel eğitim yöntemleri, eğitimi tanımlamak ve uygulamak için davranışsal bir yaklaşım kullanır. Bu görüşe göre eğitim, insan davranışlarının istenilen yönde değişmesi anlamına gelmektedir (Yılmaz ve Altinkurt, 2011). Geleneksel eğitim yaklaşımları, egemen bir gücün kontrolü altındaki eğitim programları aracılığıyla itaatkâr ve tekdüze öğrencileri yetiştirmiştir. Eğitimciler öğrencilere gerçeklikten uzak içerikler yüklemekte ve öğrenciler ezber dayalı anlatımlı eğitim sisteminin pasif katılımcıları haline gelmektedir (Chomsky, 2007; Spring, 1991). Eleştirel kuram açısından ise eğitim, bireylerin ve grupların görüşlerini ifade etmelerine, aktif olmalarına, eleştirel düşüncelerine ve çözüm odaklı olmalarına olanak sağlayan bir özgürlük aracıdır (Atasoy, 2018). Bu nedenle eğitim programları arasında eleştirel kuramlar, eleştirel düşünme becerisine sahip kişilerin yetiştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Son yıllarda düşünme yeteneğini geliştirmek birçok ülkede önemli bir konu haline gelmiştir. Araştırmalar, öğrencilerin düşünme yeteneklerini geliştirme kapasitelerinin sınırlı olması nedeniyle çeşitli sorun ve sorunlarla karşı karşıya kaldıklarını göstermektedir. Bu sorun ilkokuldan üniversiteye ve lisansüstü eğitime kadar kendini göstermektedir (Güneş, 2012). Yapılan araştırmalar düşünme becerilerinin 12-13 yıllık eğitimden sonra bile gelişmediğini; lise, üniversite gibi eğitim kurumlarının öğrencilerin düşünme becerilerinin gelişiminde normalin altında bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir (Perkins, 1987; Nickerson, 1988). Bu nedenle eğitim çalışmalarının bu becerileri geliştirmeye odaklanması

gerekmektedir.

Üniversitelerin lisansüstü eğitimleri hem yapısal hem de teorik açıdan üst düzey bilgi üretme işlevi taşıyan önemli bilim üretim sistemleridir. Bu programlar, üst düzey bilimsel bilginin gelişimine katkıda bulunur ve akademik araştırmaların gerçekleştirildiği ortamları sağlar (Varış, 1973). Üniversitelerdeki akademik çalışmaların önemli bir bileşeni olan enstitülerin lisansüstü programları, yüksek lisans ve doktora çalışmaları aracılığıyla bilimsel araştırmaların önemli bir ayağını oluşturur. Yüksek lisans tezlerini de dahil etmek mümkündür ancak özellikle doktora programları kapsamında yazılan tezler, bilimsel bilginin ilerlemesi ve yayılması açısından büyük bir öneme sahiptir. Çünkü bir doktora tezi, uzmanlaşmış bilginin yanı sıra bu bilgiyi daha da geliştiren bir araştırmanın sentezi niteliğindedir. Ancak lisans eğitimi seviyesinden başlayarak lisansüstü eğitim sürecinde de görülmektedir ki eleştirel düşünceyi tetikleyecek olan eleştirel teorilere kıyasla, daha çok ana akım teorilere vurgu yapıldığı gözlenmektedir. Bu durum, iletişim ana bilim dalına bağlı halkla ilişkiler doktora programlarında (on halkla ilişkiler ve tanıtım, dört halkla ilişkiler ve reklamcılık, iki halkla ilişkiler ve bir reklamcılık ve halkla ilişkiler) yazılan tezlerde de ana akım bakış açısı ve teorilerin hala egemen olduğu gerçeğini ifade edebilir. İşte bu çalışma, bu varsayımın doğruluğunu test etmek amacıyla 1992-2023 yılları arasında Türkiye’de halkla ilişkiler alanında yazılmış doktora tezlerini inceleyerek, incelenen konular itibarı ile doktora seviyesindeki halkla ilişkiler eğiliminin ana akım veya eleştirel olup olmadığını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

## 2. Halkla İlişkiler Eğitiminde Eleştirel Yaklaşımların Önemi

Halkla ilişkilerin tanımı, faaliyetleri ve yürütülmesi ile ilgili kaynaklar, Türkiye’de oldukça yaygındır. Ancak, bu kaynakların çoğu tarihsel bağlamdan uzak tutularak ve genellikle de kuramla bağlantılı olmayan, Amerikan odaklı tanım ve açıklamalar olarak yer almaktadır. Bu tanımlara göre, halkla ilişkiler, çeşitli kurumlar, firmalar ve topluluklar için her iki tarafın iletişimini sağlamakla görevli bir aracı kurum olarak görülmektedir. Bu bağlamda, halkla ilişkiler, örgütsel yapıların kurumsal etkinliğini artıran ve dolayısıyla toplumun sağlıklı işleyişini destekleyen, herkese faydalı demokratik bir kurum olarak ortaya çıkmaktadır (Keloğlu, 2003).

Türkiye’de halkla ilişkileri tarihsel bağlam içinde ele alıp inceleyen ve eleştirel yaklaşımlardan faydalanan kaynaklar ise nadirdir. Üniversitelerdeki halkla ilişkiler eğitiminde kaynak olarak okutulan kitapların arasında kitap bölümü veya alt başlık olarak değinilen kısımları eleştirel yapan faktör de aslında, halkla ilişkilerin tanımlarına veya işlevlerine ilgili eleştiri getirmeleri değil, halkla ilişkilere atfedilebilecek olan iletişim teorilerini eleştirel paradigma üzerinden hareket eden anlamlandırmalarıdır. Dolayısıyla denilebilir ki, halkla ilişkilerle ilgili yazılan her eleştiri, eleştirel yaklaşım içine girmemektedir.

Halkla ilişkilerde tanım, tarih ve kuram bağına bakıldığında Amerika Birleşik Devletleri’nde belirli zamandaki gelişmelere paralel olarak, belirli uzman kişilerin ele aldığı

faaliyetler ışığında değerlendirildiği görülmektedir. Bu minvalde günümüzde halkla ilişkiler eğitiminin en gelişmiş olduğu ve 1920'li yıllardan bu yana üniversitelerde öğretildiği ülkenin de ABD olduğu aşikardır. Bugüne gelindiğinde halkla ilişkilerle ilgili yapılan tanımların, işlevlerinin özellikle Amerikan tarihsel sürecine bakarak farklılaşıp geliştiği görülebilir. Ancak bu tanımların yine de liberal, kapitalist ve ana akım sistem yaklaşımı çerçevesi dışına çıkamadığı izlenmektedir (Grunig ve Hunt, 1984; Cutlip, vd., 1985; Wilcox, vd., 1995). Üniversitelerin halkla ilişkiler eğitiminde kullandıkları kaynak kitaplardaki içerikler, halkla ilişkiler tarihine ve mesleki pratiklere sanki evrensel bir saptama ve gerçeklik gibi odaklanmış ve ideal halkla ilişkileri tarifleyen faaliyetlerden oluşmaktadır. Halkla ilişkiler eğitiminde bir diğer kaynak içeriği ise halkla ilişkileri belli bir işletme fonksiyonu ve endüstriyel ilişkilerin parçası olan bir kurumsal örgütlenme, hatta kurumsal etkinlikler planlayıp organize etmek açısından ele almakta ve hatta bu durum Keloğlu (2013) tarafından "...halkla ilişkilerin tanımı ve işlevini kapitalist üretimin bilincinin planlı olarak yaratılması bağlamında incelemek olarak nitelendirilmiştir...".

Elbette bugün dünyada, başta ABD ve Avrupa olmak üzere her ülkede halkla ilişkiler çalışmaları için lisans ve lisansüstü programları geliştirilmiştir. Örneğin Vural ve Yurdakul'un (2004) bir çalışması ilginçtir ki, batıda geliştirilen programlarda zorunlu derslerin azınlıkta, seçmeli derslerin ise çoğunlukta olduğunu göstermiştir. Bu çalışmada seçmeli derslerin öğrencilerin ilgi alanlarına göre değişiklik gösterdiği görülmektedir. Türkiye'de ise tersine, zorunlu derslerin daha fazla, seçmeli derslerin ise daha az olduğu dikkat çekmektedir (Vural ve Yurdakul, 2004). Türkiye'de halkla ilişkiler üzerine akademik çalışmalar, 1965 yılında Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu'nun kurulmasıyla başlamış, daha sonra halkla ilişkiler bölümleri iletişim fakültelerine bağlanmıştır (Tuncer, 2009). Türkiye'de 90'lı yıllardan itibaren iletişim alanında lisans ve lisansüstü eğitimi veren üniversitelerin sayısı artmıştır (Tokgöz, 2006). Kazancı (2007) Türkiye'de halkla ilişkiler eğitiminin, özellikle de basın-yayın yüksek okullarında gelişmesinin, sanata ve yaratıcılığa yeterince önem verilmemesinde önemli bir rol oynadığını belirtir. Carl'a (1982) göre gazetecilikle ilgili eğitim, halkla ilişkiler programlarında ihtiyaç duyulan becerileri sağlayamamıştır. Kazancı'ya (2007) göre ise halkla ilişkiler programlarındaki temel sorunun mesleki eğitimin teknik odaklı olması ve teknik yeterliliğin kavramsal düşünme ve yaratıcılıkla dengelenmemesine dayanmaktadır. Bu bağlamda hem eleştirel hem de yaratıcı yönlendirmenin olmaması, halkla ilişkileri teknik bir işletme fonksiyonuna indirgemektedir. ABD Halkla İlişkiler Eğitimi Komisyonu (Commission on Public Relations Education), 1980 yılında müfredata lisans, yüksek lisans ve doktora düzeyinde öneriler sunma yoluyla halkla ilişkiler eğitimi kurumsallaştıran bir rapor yayınlamıştır. Orada sunulan rapor da daha çok teknik işlevler üzerinde uzmanlaşmayı işaret etmekteydi (Cutlip, vd., 1985). 2006 yılında yayınlanan yeni rapor ise halkla ilişkiler eğitiminin halen sosyal ve ekonomik bilimlerden büyük ölçüde etkilendiğini belirtmektedir (The Professional Bond, 2006). Ancak tüm bu raporların sonunda vurgulanan nokta, bireylerin aldıkları eğitimin sonunda eleştirel düşünme, evrensel bakış açısı, ikna edici akıl yürütme gibi becerileri

kazanabilmesinin ne denli önemli ve gerekli olduğu vurgusudur. Bu beceriler ise ancak eğitim programına eleştirel düşünce, eleştirel yaklaşıma vurgu yapan dersler ile sanat ve yaratıcılık derslerinin dahil edilmesiyle mümkündür.

Eleştirel düşünme ve sorun çözme yeteneği, halkla ilişkiler öğrencilerine öğretilmesi gereken en kritik konular arasında yer almaktadır (Hornaman, 2000). Halkla İlişkiler Eğitimi Komisyonu (CPRE) tarafından desteklenen bir araştırmada, halkla ilişkiler uygulayıcısında bulunması en çok arzulanan yeteneklerin yazma, eleştirel düşünme, problem çözme, organizasyonel ve kişilerarası beceriler olduğu tespit edilmiştir (Duğan ve Aydın, 2018).

Üniversiteler her ne kadar lisans ve lisansüstü öğrencileri yetiştirmeyi amaçlasa da asli işlevi çağın gerektirdiği bilgileri sağlamak ve yenilerini yaratmak olmuştur. Bu bağlamda üniversiteler birer kurum olmanın ötesinde insan yaşamına entegre olan, bilimsel bilgi üreten ve var olan bilgiyi yayan kurumlardır (Atasoy, 2018). Üniversitelerin halkla ilişkiler lisans ve lisansüstü eğitimlerinin temel amacı, salt iletişim faaliyetlerini yürütmekle sınırlı halkla ilişkiler uygulayıcıları yetiştirmenin aksine, kişilerarası iletişimi etkin bir şekilde yönetebilen, edebiyat ve sanat gibi alanlarda sıklıkla bulunan yaratıcılık ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirebilen uygulayıcılar yetiştirmektir (Tuncer, 2011).

Ancak Türkiye'de lisans düzeyindeki halkla ilişkiler eğitiminde analiz ve eleştirel düşünme derslerinin sayıca az olması, önemli bir eleştirel saptamadır (Alemdar ve Erdoğan, 2002; Becerikli, 2004; Peltekoğlu, 2011; Seferoğlu ve Akbıyık 2006; Solmaz, vd., 2012; Duğan ve Aydın, 2018). O yüzden halkla ilişkiler müfredatlarında, halkla ilişkiler teori ve uygulaması, analiz ve eleştirel düşünme derslerinin artırılması önerilmektedir.

Üniversitelerin lisansüstü eğitimleri, gerek yapısal gerekse de teorik olarak taşıdığı işlev itibarıyla üst bilimsel bilginin geliştiği ve akademik çalışmaların yapıldığı önemli bilim üretme sistemleridir (Varış, 1973). Enstitülerin lisansüstü programlarında bilimsel çalışmaların önemli ayağını oluşturan yüksek lisans ve doktora çalışmaları üniversitelerdeki akademik çalışmaların önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Özellikle doktora programları kapsamında hazırlanan tezler, bilimsel bilginin gelişimi ve yayılımı açısından oldukça önemlidir. Çünkü bir doktora tezi hem uzmanlaşmış bilginin hem de bu bilgiyi daha da geliştiren araştırmanın bir sentezidir. Ancak Türkiye'de iletişim fakültelerindeki (altmış yedi iletişim fakültesinde; otuz dokuz halkla ilişkiler ve tanıtım programı ve otuz dokuz halkla ilişkiler ve reklamcılık programı) lisans müfredatlarına bakıldığında, eleştirel kuram temelli dersler yerine ağırlıklı olarak ana akım kuramlardan temel alan derslere yer verildiği gözlenmektedir. Bu çalışmanın bulguları kapsamında da iletişim ana bilim dalına bağlı halkla ilişkiler doktora programlarında (on halkla ilişkiler ve tanıtım, dört halkla ilişkiler ve reklamcılık, iki halkla ilişkiler ve bir reklamcılık ve halkla ilişkiler) müfredatlarında ve hazırlanan tezlerde de ana akım kuramlardan temel alan tezlerin hala egemen olduğu söylenebilir. Bu çalışma, 1992-2023 yılları arasında Türkiye'de halkla ilişkiler alanında yazılmış doktora tezlerini inceleyerek, incelenen konular itibarı ile doktora seviyesindeki halkla ilişkiler eğiliminin ana akım veya eleştirel olup olmadığını ortaya koymayı amaçlamıştır.

### 3. Yöntem ve Örneklem

Araştırmada yöntem olarak içerik analizi kullanılarak 1992-2023 yılları arasında Türkiye'de halkla ilişkiler alanında yapılmış doktora tezleri incelenmiştir. İçerik analizi, yazılı ve sözlü verilerden elde edilen bilgilerin incelenmesine ve yorumlanmasına olanak sağlayan niteliksel bir analiz biçimidir (Cohen, 2007). Ayrıca içerik analizi, benzer verilerin belirli bir kavramsal veya tematik çerçeveye içerisinde bir araya getirilmesi, düzenlenmesi ve yorumlanmasını da içermektedir (Tutar ve Erdem, 2020). Bu kapsamda araştırmada ele alınan konuya yönelik ilgili doktora tezlerine ulaşılarak analizler yapılmıştır.

Doktora tezleri içerisinde içeriğini görmemize izin verilmeyen tezler inceleme dışında bırakılmıştır. Neticede 130 adet doktora tezi bu araştırmanın çalışma grubunu oluşturmuştur. Örneklem seçiminde ise doyma (tam sayım) örneklem seçim tekniği kullanılmıştır. Bu yöntem evrendeki her birimin örnekleme katıldığı örneklem seçim tekniğidir. Örnekleme oluştururken belirli bir özellik veya nitelik bakımından homojen bir grup içinde tam sayılarla belirli büyüklükte örnekleme ulaşmayı amaçlar (Lin, 1976).

### 4. Bulgular

Aşağıda, incelenen tezlerin yıllara, yaklaşımlara, araştırma yöntemlerine, tekniklerine ve en çok kullanılan model ve kuramlara göre analizleri bulunmaktadır.

Tablo 1: Doktora Tezlerinin Yaklaşımlarına Göre Dağılımı (1992-2023)

TEZ	ANA AKIM	ELEŞTİREL	TOPLAM
DOKTORA	129	1	130
%	%99,2	%0,8	%100

Tablo 1'e göre 1992-2023 yılları arasında Türkiye'de halkla ilişkiler alanında 130 doktora tezi yapılmıştır. Tezlerin 129'u ana akım halkla ilişkiler teorilerinden beslenirken (%99,2), sadece 1 tanesinin eleştirel kuramlardan beslendiği görülmektedir (%0,8). Her iki yaklaşım arasında karşılaştırma yapıldığında doktora tezlerinde ana akım yaklaşımın daha ağırlık kazandığı görülmektedir. Tablo 2'de doktora tezlerinin yıllara göre dengesiz bir dağılıma sahip olduğu görülmektedir. En fazla doktora tezinin yazıldığı yıl olarak 2021 (%10) yılı ön plana çıkmaktadır. Onu sırasıyla 2015 (%8,5), 2008 (%7,7) ve 2010 (%7,7) takip etmektedir. Her ne kadar yıllar arasında inişli çıkışlı bir dalgalanma olsa da yapılan çalışma sayısında yıllar ilerledikçe bir artış gözlemlenmektedir.



Tablo 2: Doktora Tezlerinin Yıllara Göre Dağılımı

DOKTORA (DR) YIL	FREKANS	%
2023	9	6,9
2022	9	6,9
2021	13	10,0
2020	10	7,7
2019	1	0,8
2018	9	6,9
2017	5	3,8
2015	11	8,5
2014	5	3,8
2013	7	5,4
2012	4	3,1
2011	6	4,6
2010	4	3,1
2009	2	1,5
2008	10	7,7
2007	7	5,4
2006	5	3,8
2005	4	3,1
2004	2	1,5
2003	1	0,8
2001	2	1,5
1996	1	0,8
1994	2	1,5
1992	1	0,8
TOPLAM	130	%100

Tablo 3: Doktora Tezlerinde En Çok Kullanılan Model ve Kuramlar

DOKTORA (DR) MODEL/KURAM	FREKANS	%
Mükemmellik Kuramı	6	5
Diyalojik İletişim Teorisi	5	4
Grunig ve Hunt'ın Dört Halkla İlişkiler Modeli	3	2
Enneagram Modeli	1	1
Kişisel Etki Modeli	1	1
Cox'un Perspektifi İle Propaganda Kuramı	1	1
Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı	1	1
Durumsal Halkla İlişkiler Modeli	1	1
Kapalı İletişim Modeli	1	1
Grunig ve Hunt'ın Dört Halkla İlişkiler Modeli ve Durumsal Halkla İlişkiler Modeli	1	1
Herhangi bir kuram/model tespit edilmeyen	109	84
TOPLAM	130	%100

Tablo 3'te halkla ilişkiler doktora tezlerinde yararlanılan model ve kuramların dağılımı verilmiştir. Bu verilere göre, 'Mükemmellik kuramı' en çok faydalanılan kuramdır. Onu sırasıyla 'Diyalojik iletişim teorisi' ve 'Grunig ve Hunt'ın dört halkla ilişkiler modeli' takip etmektedir.

Tablo 4: Doktora Tezlerinin Araştırma Yöntemlerine Göre Dağılımı

TEZ	NİTEL	NİCEL	KARMA	TOPLAM
DOKTORA	47	67	16	130
%	%36,2	%51,5	%12,3	%100

Tablo 5: Doktora Tezlerinin Araştırma Tekniklerine Göre Dağılımı

ARAŞTIRMA TEKNİĞİ	FREKANS	%
Anket	44	34
Karma	28	22
Derinlemesine Görüşme	19	15
İçerik Analizi	16	12
Tarihsel Araştırma Yöntemi	4	3
Örnek Olay	14	11
Literatür Taraması	3	2
Göstergebilimsel Çözümleme	1	1
Söylem Analizi	1	1
TOPLAM	130	%100

Tablo 4 ve 5'ten anlaşılacağı üzere, doktora tez çalışmalarında en çok nicel araştırma yöntemlerine (S=67) ve bu yöntemler arasında araştırma tekniği olarak en çok ankete (S=44) başvurulmuştur. Araştırma kapsamındaki doktora tezlerinde kullanılan yaklaşımların çoğunluğu ana akım yaklaşımlardır. Araştırma tekniklerinden en fazla anketin kullanılması da bu durumu desteklediği düşünülmektedir. Bulgulara göre, anketten sonra en çok kullanılan araştırma teknikleri 'Karma', ve 'Derinlemesine görüşme' olarak belirlenmiştir. Tablo 5'te sunulan verilere göre, 'Göstergebilimsel çözümleme' ve 'Söylem analizi' en az kullanılan araştırma teknikleri arasında yer almaktadır.

Tablo 6: Doktora Tezlerinin Temalara Göre Dağılımı

DOKTORA (DR) TEMALAR	FREKANS	%
Eğitim	6	4,6
Medya İlişkileri	4	3,1
Müşteri İlişkileri	5	3,8
Kriz	1	0,8
Stratejik İletişim	14	10,8
Sürdürülebilirlik/KSS	2	1,5
Etkinlik/Fuar	1	0,8

Tablo 6 devamı: Doktora Tezlerinin Temalara Göre Dağılımı

Sosyal Medya/Dijital	20	15,4
Siyasal Halkla İlişkiler/Kamuoyu	11	8,5
Sponsorluk	1	0,8
Bütünleşik Pazarlama İletişimi (IMC)	9	6,9
Uluslararası PR/Lobicilik	10	7,7
Kurum İçi Halkla İlişkiler	22	16,9
Diğer	10	7,7
Halkla İlişkiler Mesleği	7	5,4
Kültür, Sanat ve Spor	4	3,1
Sivil Toplum Kuruluşları PR	3	2,3
TOPLAM	130	%100

Tablo 6'da ki verilere göre, en çok işlenen konuların başında 'Kurum içi halkla ilişkiler', 'Sosyal medya' ve 'Stratejik iletişim' olduğu belirlenmiştir. Günümüzde özellikle kâr amacı güden organizasyonların hedefleri doğrultusunda hem kurum içi hem de kurum dışı sağlıklı, planlı ve kontrollü bir iletişim sürdürebilmeleri için halkla ilişkilere yöneldikleri görülmektedir. Bu durumun araştırmacıları 'Kurum içi halkla ilişkiler' üzerine daha fazla araştırma yapmaya yönelttiğini tablodaki verilerden anlamak mümkündür. İletişim teknolojilerinin günlük hayata dahil olması ve sosyal medyanın halkla ilişkilere etkisi, tablodaki verilerden de anlaşılacağı üzere araştırmacıları bu konu üzerinde de daha fazla araştırma yapmaya yönelttiği görülmektedir.

## 5. Sonuç

Eleştirel düşüncenin kazandırılmasında hiç şüphesiz üniversite eğitimi ve özellikle lisansüstü eğitimi çok önemli yer tutmaktadır (Kara, 2008). Lisans eğitiminde eleştirel yaklaşım odaklı derslerden uzaklaşmış bir eğitim almış olsalar da bilimsel beklenti, akademik olarak lisansüstü eğitimde bu önemli açığın kapanıyor olmasıdır. Lakin elbette tüm bilgileri eğitim programlarına koymak ve öğrencilere aktarmak mümkün değildir. Bu durumu kırabilmek için lisansüstü tezlerde eleştirel düşünce odaklı yaklaşıma gidilebilir. Sorgulayıcı ve önermeci bir örüntüyü vurgulayan eleştirel yaklaşımın genel anlamda iletişim fakültelerinde özel anlamda ise halkla ilişkiler alanında kesin bir şekilde yerleştirilmesi, sadece alanın bir disiplini olarak kabul edilmesi değil, bu alandan mezun olan uzmanların

mesleki başarılarında da bir ön koşul olarak görülmektedir (Özdemir, 2011). Becerikli'ye (2004) göre analiz ve eleştirel düşünme derslerinin sayıca arttırılması, halkla ilişkiler öğrencilerinin teorik bilgilerini pratik düzlemlere aktarmasını da kolaylaştıracaktır.

Bu araştırma kapsamında doktora tezlerinin taramasında ağırlıklı olarak ana akım araştırmalara ve özellikle pozitivist geleneğe uygun çalışmalar gözlenmiştir. Bu durum Işık ve Şimşek'in (2022) Türkiye'de halkla ilişkiler alanında yazılan doktora tezlerinin çoğunluğunun 'ana akım paradigmadan' beslendiği bulgusunu doğrulamaktadır. İncelemelere dayanarak söylenebilir ki eleştirel perspektiften bakan tez sayısı neredeyse yok denecek kadar azdır. Mevcut çalışmaların çoğunda ise kuramsal çerçevenin daha çok kavramsal çerçeve olarak sunuldukları görülmüştür. Hatta doktora tezlerinde kuramsal çerçeve yerine kavramsal çerçeve adı altında belirli kuramların sıralandığı, bu kuramlar arasında bir bağ kurulmadığı gibi, tezle ilgili bir ilişkilendirme ve değerlendirmelerin de eleştirel açıdan bir hayli uzak yapılandırıldıkları görülmüştür. Bu durum, Akçay'ın (2023) halkla ilişkiler alanında yazılan lisansüstü tezlerinin alana eleştirel bir yaklaşım geliştirmekten ziyade kurumlara yol gösterici bir rehber görevi üstlendiği bulgusu ile tutarlılık göstermektedir.

Araştırma bulgularına göre, 2000'li yıllarla beraber halkla ilişkiler araştırmalarının sayısında önemli bir artışın başladığı ve bu artışın dönemin ortalarında giderek daha da hızlandığı anlaşılmaktadır. Bu durum, 1990'lı yıllardan itibaren halkla ilişkiler alanında yazılan doktora tezlerinin sayısında artış olduğunu gösteren diğer çalışmaların sonuçlarıyla da tutarlıdır (Okay ve Okay, 2008). Halkla ilişkiler alanında yazılan 130 doktora tezinin 129'u ana akım halkla ilişkiler teorilerinden beslenirken, sadece bir tanesinin eleştirel kuramlardan beslendiği görülmektedir. Dolayısıyla yıllara göre artan doktora tezlerinin sayısı ile ana akım yaklaşımlardan beslenen araştırmaların birbirlerine paralel olarak arttığını söylemek mümkündür. Ana akım yaklaşımlardan daha fazla yararlanılmasının temel sebebi olarak halkla ilişkilerin pratik ve uygulamaya dayalı doğası ve bu alanda tüketici davranışlarına ilişkin ek araştırmalara ihtiyaç duyulması gösterilebilir. Bu durum Solmaz, Ergen ve Alkan'ın (2018) Türkiye'de halkla ilişkiler alanında yapılmış doktora tezlerinde halkla ilişkilerin pratik/uygulama alanı olarak ele alındığını ve bu durumun halkla ilişkiler uygulamalarının gelişiminin teorik gelişimden daha fazla önemsendiği bulgusunu doğrulamaktadır.

Halkla ilişkiler alanında yazılan doktora tezlerinde alt alan konularına bakıldığında ise en çok işlenen konuların başında 'Kurum içi halkla ilişkiler' geldiği görülmüştür. Kurum içi halkla ilişkiler, bir kuruluşun iç iletişimini yönetmede, çalışanların katılımını arttırmada ve kurumsal hedeflere ulaşmada önemli bir rol oynar. Değişen iş ortamı, teknolojik gelişmeler, kültürel değişimler ve rekabet ile kurum içi halkla ilişkilerin daha da önem kazandığını söylemek mümkündür. Ancak bu durumun, yine alana egemen olan sistem yaklaşımı çerçevesinde, kurum içi iletişimin çalışan motivasyonu ve verimliliğin artırılması, çalışanların kurum dışı marka elçileri olması ve sistemin daha etkili işlemesi için ne denli önemli olduklarının altını çizdiği anlaşılmıştır. Araştırma kapsamında

incelenen tezlerde 'Sosyal medya/dijital' ve 'Stratejik iletişim' kategorisinin en çok üzerinde durulan konular arasında yer alması, halkla ilişkiler uygulama alanlarındaki değişim ve gelişimi gösterir niteliktedir. Halkla ilişkilerin sürekli değişen doğası, teknolojik gelişmelerle birlikte stratejilerinin de yeniden yapılandırılmasına neden olmaktadır. Özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte öne çıkan sosyal medya araçları, halkla ilişkilerin hedef kitleyle daha fazla ve hızlı etkileşim kurabilmesi için oldukça güçlü bir temel oluşturmaktadır (Phillips ve Young, 2009). Dolayısıyla halkla ilişkiler dönüşen dijital teknolojilere göre stratejilerini yeniden yapılandırmakta ve iletişim araçlarının değişen doğası ile kendini uyumlu hale getirerek eleştirel açıdan uzak ve kurumlara hizmet eden bir araca dönüşmektedir (Van Dijk, 2018). Bu durum, Botan ve Taylor'ın (2004) ana akım yaklaşımların halkla ilişkileri kurumsal hedeflere ulaşmak için bir araç olarak gördüğü yönündeki yaklaşımını da doğrulamaktadır.

İncelenen doktora tezlerinde kullanılan yöntemlere bakıldığında veri toplama tekniği olarak en çok anketin tercih edildiği görülmektedir. Bu durum halkla ilişkiler doktora tezlerinde nicel araştırma yöntemlerinin neden çok fazla tercih edildiğini de göstermektedir. Tezlerde en fazla kullanılan veri toplama yönteminin anket olması, tezlerin genellikle etki araştırmasına yönelik çalışılması olabilir. Halkla ilişkilere yönelik yapılan bilimsel araştırmalarda nicel verilerin ve hedef kitlenin veriye dayalı bir biçimde anlaşılmasına olanak sağlayan bilginin önemli olduğu görülmektedir (Bekman, 2022). Dolayısıyla nicel araştırma yöntemleri ile elde edilen bu veriler kurumların tüm stratejilerini ve iletişim şekillerini dönüştürmeye, hedef kitlenin veriye dayalı bir biçimde analiz edilmesine olanak sağlamaktadır. Araştırma bulgularına göre, anket yönteminden sonra en çok kullanılan araştırma teknikleri 'Karma', nitel analiz; 'Derinlemesine görüşme' ve 'İçerik analizi' yöntemleri olduğu belirlenmiştir (bkz. Tablo 5). Karma tekniğin temel avantajlarından biri, hem nicel hem de nitel araştırma yöntemlerini birleştirerek çeşitli veri türlerini kullanma yeteneğidir. Bu çeşitli veri türleri, araştırmacılara olayları farklı açılardan değerlendirme, eleştirel düşünmeye daha geniş bir perspektif katma fırsatı sunabilir. Benzer şekilde nitel araştırma teknikleri arasında yer alan derinlemesine görüşme ve içerik analizi de insanı ve toplumu anlamaya yönelik daha zengin ve bütüncül veriler sunması bakımından eleştirel düşünmeye daha kapsayıcı bir potansiyel kazandırabilir.

Çalışmada sadece 1992-2023 yılları arasında Türkiye'de halkla ilişkiler alanında yapılmış doktora tezlerinin ana akım ve eleştirel olup olmadığının incelenmiş olması bu çalışmanın bir sınırlılığıdır. Ayrıca araştırma kapsamına sadece YÖK veri tabanında kayıtlı olan tezlerin dahil edilmesi, henüz sisteme girilmemiş tezlerin kapsam dışı kalmasına neden olmuş olabilir. Bu çalışmanın ilerleyen aşamalarında, Türkiye'de halkla ilişkiler üzerine yapılan yüksek lisans tezleri de dahil edilerek çalışmalar genişletilebilir ve farklı analizlerde bulunulabilir.

## Kaynakça

Akçay, E. (2023). Eleştirel halkla ilişkilerin görmezden geldiği bir alan olarak sponsorluk: Türkiye’de lisansüstü tezler üzerine bir inceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (61), 20-40.

Alemdar, K., Erdoğan, İ. (2002). *Öteki Kuram*. Ankara: Erk.

Atasoy, F. (2018). Bir Sosyal Kurum Olarak Üniversite, Bilim Zihniyeti ve Türkiye. *Gazi Akademik Bakış*, 11(23), 289-316.

Bakız, B. (2004). Frankfurt Okulu ve Eleştirel Teori: Sosyolojik Pozitivizmin Eleştirisi. *Sosyoloji Dergisi*, 12-13, 135-158.

Becerikli, S. (2004). Türkiye’deki Lisans Düzeyindeki Halkla İlişkiler Eğitimine İlişkin Bir Değerlendirme. *2nd International Symposium Communication In The Millennium: A Dialogue Between Turkish And American Scholars*, University Of Texas, Anadolu University, Istanbul University.

Bekman, M. (2022). Halkla İlişkiler Uygulamalarında Nicel Araştırma Yöntemi: İlişkisel Tarama Modeli. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 6(16), 238-258.

Berlinger, L. (2009). *Üniversitelerin Siyasi Geleceğine Dair Avrupa’dan Görüşler*, Çev: Ceyda Taşkiran, [www.int.kocaeli.edu.tr/Dosyalar/Magnacharta](http://www.int.kocaeli.edu.tr/Dosyalar/Magnacharta).

Botan, C. H. Ve Taylor, M. (2004). Public Relations: State Of The Field. *Journal Of Communication*, 54(4), 645-661.

Cairns, M. A. (1996). Which Should I Teach: Critical Thinking Or Facts? Can I Do Both? Practical Thinking.

Carl, L. M. (1982). PR And Creativity. *Journalism Educator*, 37(1), 8-47.

Chomsky, N. (2007). *Demokrasi ve Eğitim*. C. P. Otero (Der.), Bgst Yayınları.

Cohen, L. (2007). Experiments, Quasi-Experiments, Single-Case Research And Meta-Analysis (Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. Der.) *Research Methods In Education*. New York: Routledge.

Commission On Public Relations Education (CPRE). (2006). *The Professional Bond-Public Relations Education And The Practice*. Public Relations Society Of America.

- Cutlip, S., Center, A., Brom, G. (1985). *Effective Public Relations*. Prentice Hall.
- Cüceloğlu, D. (1999). *İyi Düşün Doğru Karar Ver*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Çoban, A. İ., Buz, S. (2008). Eleştirel Teori: Gelişimi, Kabulleri ve Sosyal Hizmette Kullanımı. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 19(1), 71-88.
- Demirtaş, H. Ve Özer, N. (2015). Eleştirel Kuram Açısından Eğitim ve Eğitim Yönetimi. *Journal Of Teacher Education And Educators*, 4(2), 206-227.
- Duğan, Ö. & Aydın, B. O. (2018). Halkla İlişkiler Lisans Öğrencilerinin Eleştirel Düşünme Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. *Selçuk İletişim*, 11(2), 179-195.
- Freire, P. (1995). *Ezilenlerin Pedagojisi* (Çev. D. Hattatoğlu ve E. Özbek). Ayrıntı Yayınları.
- Grunig, J. E. Ve Hunt. T. (1984). *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart And Winston.
- Güneş, F. (2012). Öğrencilerin Düşünme Becerilerini Geliştirme. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, (32), 127-146.
- Güven, M., Kürüm, D. (2006). Öğrenme Stilleri ve Eleştirel Düşünme Arasındaki İlişkiye Genel Bir Bakış. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 75-89.
- Haladyna, T. M. (1997). *Writing Test Items To Evaluate Higher-Order Thinking*. Allyn And Bacon.
- Hornaman, L. B. (2000). *Public Relations Education And The Public Relations Profession* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). University Of Florida.
- Işık, Ö. & Şimşek, G. (2022). Theoretical Evolution Of Phd Thesis On Public Relations İn Turkey Between 1980-2020. *Selçuk İletişim*, 15(1), 1-26.
- Kara K. (2008). İlköğretim 3. Sınıf Hayat Bilgisi Dersinde Sorgulama Merkezli Etkinliklerle Yapılan Proje Çalışmalarındaki Öğrenci Performansının Değerlendirilmesi (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kazancı, M. (2007). Halkla İlişkiler Eğitimi Ve İletişim Fakülteleri. [www.prbu.com](http://www.prbu.com)
- Kazancı, O. (1989). *Eğitimde Eleştirici Düşünme Ve Öğretimi*. İstanbul: Kazancı Kitabevi.
- Keloğlu, E. İ. (2003). Halkla İlişkilerde Tanım, Tarih, Kuram Bağı Ve Eğitimin Doğası



Üzerine Eleştirel Bir İnceleme (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kökdemir, D. (2012). Üniversite Eğitimi Ve Eleştirel Düşünme. *Pivolka*, 21(7), 16-19.

Lin, N. (1976). *Foundations Of Social Research*. Mcgraw-Hill.

Lipman, M. (2003). *Thinking In Education*. New York: Cambridge University Press.

Nickerson, R. S. (1988). On Improving Thinking Through Instruction. *Review Of Research In Education*, (15), 3-57.

Okay, A. & Okay, A. (2013). Türkiye'de Lisans ve Lisansüstü Halkla İlişkiler Eğitimi: Tezlerin Halkla İlişkiler Alanına Katkısının Kantitatif Bir Çalışması (1984-2007). *Selçuk İletişim*, 5(2), 5-14.

Özdemir, S. (2011). Almanya'da Halkla İlişkiler Eğitimi ve Bir Örnek Analizi Leipzig Üniversitesi Halkla İlişkiler Kürsüsü. S. Yıldırım Becerikli (Der.), *Halkla İlişkiler ve Reklamın Anatomisi Eleştirel Bir Kavrayış*. Ütopya Yayınevi.

Peltekoğlu, F. B. (2011). Halkla İlişkiler Okuyazarı Olabilmek, S. Yıldırım Becerikli (Ed.), *Halkla İlişkiler Ve Reklamın Anatomisi Eleştirel Bir Kavrayış*. Ütopya Yayınevi.

Perkins, D. N. (1987). Thinking Frames: An Integrative Perspective On Teaching Cognitive Skills, İçinde J. B. Baron Et R. J. Stenberg (Der.), *Teaching Thinking Skills: Theory And Practice*. Freeman.

Phillips, D. & Young, P. (2009). *Online Public Relations: A Practical Guide To Developing An Online Strategy In Social Media*. CIPR.

Seferoğlu, S. S., Akbıyık, C. (2006). Eleştirel Düşünme ve Öğretimi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (30), 193-200.

Siegel, L. & Carey, H. R. (1989). *Critical Thinking: A Semiotic Perspective*. ERIC No: ED306554

Solmaz, B., Ergen, Y., Alkan, Ö. (2018). Türkiye'de Lisansüstü Halkla İlişkiler Eğitimi Üzerine Bir Araştırma: Doktora Tezlerinin Halkla İlişkiler Alanına Katkısının Niceliksel İçerik Analizi (2008-2017). *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (39), 236-248.

Solmaz, B., Arslan, A., Oğuz Aydın, B., Duğan, Ö. (2012). Türkiye'de Halkla İlişkiler Lisans Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (27),

253-269.

Spring, J. (1991). *Özgür Eğitim*. (Çev. A. Ekmekçi). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Şimşek, H. (1997). Pozitivizm Ötesi Paradigmatik Dönüşüm Ve Eğitim Yönetiminde Kuram Ve Uygulamada Yeni Yaklaşımlar. *Eğitim Yönetimi*, 3(1), 97-109.

Turk, J. V. (2006). The Professional Bond, The Report Of The Commission On Public Relations Education. <https://www.commissionpred.org/wp-content/uploads/2018/03/Report2-Full.Pdf>

Tokgöz, O. (2006). Türkiye’de İletişim Araştırmalarında İletişim Eğitiminin Rolü Ve Önemi. *Küresel İletişim Dergisi*, (1), 1-12.

Tuncer, M. U. (2011). Halkla İlişkiler Eğitimi Üzerine Bir Eleştiri. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (15), 133-144.

Tutar, H., Erdem, A. T. (2020). *Örnekleriyle Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve SPSS Uygulamaları*. Seçkin Yayıncılık.

Van Dijk, J. (2016). *Ağ Toplumu*. İstanbul: Kafka Epsilon Yayıncılık.

Varış, F. (1973). *Türkiye’de Lisansüstü Eğitim*. Ankara: A.Ü. Eğitim Fakültesi Yayınları.

Vural, B. A., Yurdakul, N. B. (2004). Halkla İlişkiler Eğitiminde Müfredat Ve Uygulamalar. *International Symposium Communication In The Millennium A Dialogue Between Turkish And American Scholars*, (17), 19.

Watson, G. V., Glaser, M. E. (1964). *Watson-Glaser Critical Thinking Appraisal Manual*. Harcourt.

Wilcox, D. L., Phillip, H. A., Warren K. A. (1995). *Public Relations: Strategies And Tactics*. Harpercollins College Publishers.

Yılmaz, K., Altınkurt, Y. (2011). Öğretmen Adaylarının Eleştirel Pedagoji İle İlgili Görüşleri. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(3), 195-213.



## Mütareke, Milli Mücadele ve Erken Cumhuriyet Dönemlerinde Yabancı Dillerdeki Süreli Yayınlar (1918-1945)

*Prof. Dr. Uygur Kocabaşoğlu<sup>1</sup>*

*Doç. Dr. Aysun Akan<sup>2</sup>*

### Özet

1918-1945 yılları siyaset ve basın tarihi açısından iki ayrı dönemi kapsar. 1918'den 1922'ye kadar olan dönem Mütareke ve Kurtuluş Savaşı dönemi, 1923'ten 1945'e kadar olan dönem ise Tek Parti Dönemi olarak anılmaktadır. Bu çalışma, yabancı dillerdeki basınının genel durumunu bu iki zaman diliminde nicel veriler kullanarak incelemeyi amaçlamaktadır. Yabancı dillerdeki dergilerin ortaya çıkışı Osmanlı İmparatorluğu'nda basın yaşamının başlangıcı olmuş ve bu yayınlar İmparatorluğun yıkılışına kadar varlığını önemli ölçüde sürdürmeyi başarmıştır. Ancak savaşın ve hükümet politikalarının etkisiyle gayrimüslim nüfus azaldıkça, yabancı dillerdeki süreli yayınların sayısı da önemli ölçüde azalmıştır.

Anahtar kelimeler: Yabancı dillerde basın, Türkiye, basın, gayrimüslim basın

### 1. Giriş

Yaşadığımız coğrafyaya gazete ve dergi gibi süreli yayınlar gecikerek geldi. Üstelik ilk süreli yayınların yabancı bir dilde, Fransızca olduğunu biliyoruz. Büyük Fransız İhtilali'nin etkisiyle ikisi Mısır'da, üçü İstanbul'da yayınlanan beş süreli yayın, Osmanlı İmparatorluğu'nda yayınlanmış ilk süreli yayınlar olma özelliğini kazandı. İstanbul'da yayınlanan Bulletin de Nouvelles (1795) ve Gazette Française de Constantinople (1796) Fransız Sefareti'nin yayın organlarıydı ve amacı "Osmanlı idaresi altında oturan milletlere Cumhuriyet idaresine ait işlere, olaylara dair malumat vermek, onlara bu konuları öğretmekti", (Lagarde, 2001: 224). İstanbul'daki üçüncü Fransızca süreli yayın Mercure Oriental (1797) ise ihtilal karşıtı bir Fransız yurttaşın belirli aralıklarla çıkardığı sekiz sayfalık bir gazeteydi (Groc and Çağlar, 1985: 134-135). Mısır'da kısa bir süre yayınlanan iki süreli yayın La Courrier de l'Egypte (1798) ve La Decade Egyptienne: Journal Littéraire et d'Économie Politique (1798) bölgeyi işgal eden Napoleon Bonaparte'ın marifetiydi.

18. yüzyıldaki bu ilk girişimlerden sonra Osmanlı mülkünde yaklaşık 20 yıl başka bir süreli yayın ortaya çıkmadı. Bu suskunluğu İzmir'de bozacak olanlar yine yabancılar ve

<sup>1</sup>Emekli Öğretim Üyesi, ODTÜ Tarih Bölümü

uygur.kocabasoglu@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-1566-3849>

<sup>2</sup>İzmir Ekonomi Üniversitesi, İletişim Fakültesi

aysunakan@ieu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-0204-6654>



Levantenlerdi. Le Spectateur Oriental (1821), Le Smyrnéen (1824), La Courrier de Smyrne (1828), Observateur Impartial (1827) ve Le Courrier de Smyrne (1828) gibi gazeteler Osmanlı İmparatorluğu'nda yayınlanan ilk süreli yayınlar oldu (Kocabaşoğlu, 2014: 113-132).

İzmir'de 19. yüzyılın ilk on yıllarında başlayan ve yıllar sonra Namık Kemal'in "köpeksiz köydür, çomaksız oynarız mütalaasıyla terk-i vatan etmiş ve ipten kazıktan kurtulmuş güruh-ı mekruh"<sup>3</sup> diye yakındığı yabancılarca çıkarılan bu gazetelerden sonra 1831 yılında Takvim-i Vekayi'nin yayınlanmasından itibaren imparatorluğun diğer yörelerinde de bu kez Osmanlı uyrukları tarafından çıkarılan süreli yayınlar yaygınlaşmaya başladı. Bu süreç içinde hızlı bir gelişme gösteren Türkçe dışı basın, yani Osmanlı'nın gayrimüslim uyruklarının kendi dillerinde yayınladıkları süreli yayınlar olacaktır. Takvim-i Vekayi ile başlayan ve ilk özel Türkçe gazete olan Tercüman-ı Ahval'in (1860) kurulduğu yılın sonuna kadar Osmanlı mülkünde yayınlanan süreli yayınların sayısı 90'ı geçti ancak bunların içinde Türkçe olanların sayısı 8-9'u geçmedi.

İki farklı örnek açıklayıcı olabilir. 1839-1861 yıllarında Osmanlı İmparatorluğu'nda 85 süreli yayın vardı. Bunların 30'u Ermenice, ya da Ermeni harfli Türkçe; 22'si Rumca ya da Yunan alfabesiyle Türkçe; 14'ü Fransızca; 6'sı Türkçe; 6'sı Ladino; 4'ü Bulgarca, 2'si İngilizce ve 1'i Arapça idi (Kocabaşoğlu, 2015: 464-483).

İstanbul Belediyesi'nin yayınladığı bir istatistiğe göre ise, 1914 yılında İstanbul'da toplam 63 süreli yayın bulunuyordu. Bunların 23'ü günlük gazete, 40'ı ise haftalık, aylık gazete ve dergilerdi. Bunlar içinde Türkçe olan günlük gazete sayısı 8, uzun aralıklarla yayınlanan gazete ve dergilerin sayısı da 26, yani toplamda 34'tü. Diğer dillerdeki yayınlar arasında Ermenice (9), Rumca (7) ile baş çekiyor; onları Fransızca (5), Musevice (3) izliyordu (İstanbul Belediyesi İhsaiyat Mecmuası, 1331: 157).

Kanun-ı Esasi'nin (ilk Osmanlı anayasası) yürürlüğe girdiği 1876 yılına kadar İmparatorlukta yayınlanan süreli yayınların sayısı 350'yi geçmişti. Bu gelişmede dikkat çeken Türkçe yayınların artışının yanı sıra 1830-1840'lı yıllarda Rumca; 1840'ların ikinci yarısıyla 1850'li yıllarda Ermenice, ya da Ermeni harfli Türkçe yayınların hızlı bir gelişme göstermiş olduğudur. 1856 yılından itibaren yaklaşık 20 yılda çıkarılan süreli yayınların sayısının 1795'ten itibaren yayınlanan süreli yayınların yaklaşık %70'inin yabancı dillerdeki yayınlar olduğu görülür. Bu gelişmede, "imparatorluk dahilinde yaşayan farklı dinsel ve etnik grupları tek bir 'Osmanlı Milleti' olarak kabul eden ve bu unsurları ortak imparatorluk ideali çerçevesinde birleştirmeyi" (Somel, 2001: 88) hedefleyen Osmanlılık yaklaşımı kadar, yeni bir eksene çekilen ülke ekonomisinin ve bunun sonucu palazlanmaya başlayan – ağırlıklı olarak gayrimüslimlerden oluşan- orta sınıfın; idari ve hukuki yapıda gerçekleştirilen değişikliklerin; eğitim alanındaki atılımların ve zihinlerde oluşan yeni telakkilerin önemli payı olduğu söylenebilir. Osmanlı matbuatının ilk 80 yılında yayınlanan süreli yayınların yaklaşık % 42'si Türkçe; %18'erlik iki dilimi Fransızca ve Ermenice; %14'lük bir dilimi de Rumcadır.

<sup>3</sup> Mustafa Nihat Özön, Diyojen'in 6 Şubat 1871 tarihli 6. Sayısından aktarıyor (1997: 15).

Uzak geçmişe ilişkin bu hatırlatmayı yaptıktan sonra, çalışmanın asıl konusu olan yakın geçmişe (1918-1945) ait verilere odaklanarak istatistikî bir durum tespiti yapabiliriz. Çok değişik kaynaklardan derlenen ve bir envanter<sup>4</sup> ya da veri tabanı oluşturan bilgilerimize göre 1918-1922 yıllarında Mondros mütarekesiyle belirlenen sınırlar içinde toplam 764 süreli yayın bulunuyordu. Bunun 539'u Türkçe, 225'i ise Türkçe dışındaki dillerde, idi (Kocabaşoğlu ve Akan, 2019: xviii, 585-657). 1923-1945 yıllarında Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde, bütün dillerde 2.225 süreli yayın olduğunu görüyoruz. Bu toplamın 1947'si Türkçe, 278'i Türkçe dışı dillerde çıkmıştı.

## 2. 1918-1945 Arasında Yabancı Dillerdeki Süreli Yayınlar

1918-1945 arasında 503 yabancı dillerde süreli yayın çıkmıştır. Bu süreli yayınların dillere ve çıktıkları yere göre ayrıntılı tabloları aşağıda yer almaktadır. Ancak 1918-1945 yılları, siyaset ve basın tarihi açısından iki farklı dönemi barındırmaktadır; Mütareke - Milli Mücadele ve Tek Parti dönemleri. Yabancı dillerde basının bu iki dönemde nasıl görüldüğünü sayısal verilerle kısaca şöyle özetleyebiliriz: 1918-1922 tarihleri arasında yabancı dillerdeki 225 süreli yayın 17 yerleşim yerinde çıkmıştır. Bunlar; Adana, Ankara, Antep, Bursa, Dersim, Diyarbakır, Dörttyol, Edirne, İskenderun, İstanbul, İzmir, Kars, Maraş, Mersin, Mudanya, Samsun ve Trabzon'dur. Bu listeye savaş sırasında farklı cephelerde çıkmış süreli yayınlar da eklenirse, süreli yayınların çıktıkları yer sayısı biraz

<sup>4</sup> Araştırmada kullandığımız envanterin oluşturulmasında şimdiye kadar yayınlanmış resmi ve gayri resmi kataloglar, derlemeler, başta Milli Kütüphane ve TBMM Kütüphanesi olmak üzere önde gelen kütüphanelerin süreli yayın katalogları, süreli yayınlar üzerine yazılmış kitap, monografi, makale ve tezlerden yararlanılmıştır. Araştırmanın verilerinin toplanmasında yararlanılan ikinci el kaynaklardan bazıları şunlardır: Ağaçoğlu, Bülent. *Türkiye Ekonomisi ve İşletmecilik Süreli Yayınları*, İstanbul, 1986; Ağaçoğlu, Bülent. Arap Harflî Ekonomisi ve İşletme Süreli Yayınları, İstanbul, 1986; 'Aksaray İlinde Basım', *Aksaray İl Yıllığı 1994*, Aksaray Valiliği, Ankara, 1994; Albayrak, Hüseyin. *Dünden Bugüne Trabzon Basım*, Cilt , II ve III, Trabzon İli ve İlçeleri Eğitim, Kültür ve Sosyal Yardımlaşma Vakfı Yayını, Ankara, 2010; Arabacı, Caner., Ayhan, Bünyamin., Demirsoy, Adem., Aydın, Hakan. *Konya Basım Tarihi*, Palet Yayınları, Konya, 2008; Baraz, Turhan. *Başlangıçtan Günümüze Eskişehir Basım (1908-1986)*, Anadolu Üniversitesi, Açık Öğretim Fakültesi, Eskişehir, 1988; Benbaneste, Nesim. *Örneklerle Türk Musevi Basımın Tarihi*, Söğüt Basımevi, İstanbul, 1988; Beysanoğlu, Şevket. *Diyarbakır Fikir ve Sanat Adamları*, İstanbul Diyarbakır'ı Tanıtma Derneği Yayını, 1960, s.219-228; *Cumhuriyet'in 70. Yılında Bolu*, Bolu Gazeteciler Cemiyeti, 1993; *Cumhuriyet'in 75. Yılında Van*, Ankara Valiliği, 1998; Demircioğlu, Aziz. *100 Yıllık Kastamonu Basım 1872-1972*, İkinci Basım, (Birinci Basım 1972), Doğrusöz Matbaası, Kastamonu, 1982; Develi, H. Şinasi. 'Mersin'de Gazeteler 1928-1944 ve sonrası', *Dünden Bugüne Mersin 1836-1990*, Mersin, 1990; Duman, Haluk Harun. *Erzurum Basım Yayın Tarihi (1867-1997)*, Duşap yayınları Erzurum, 2000; *Dünden Bugüne Kayseri Basım*, Kayseri Gazeteciler Cemiyeti Kültür Yayınları-1, 1992; *Ekonomi Basım Tarihi*, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 2008; Kocabaşoğlu, Uygur. (1984) 'Cumhuriyet Dergiciliğine Genel Bir Bakış', *Türkiye'de Dergiler Ansiklopedisi (1849-1984)*, Gelişim Yayınları, İstanbul, s.3-12; Menç, Hüseyin. *Amasya Basım Tarihi*, Sanat Kitabevi, Ankara, 1990; Nair, Güney. *Sivas Basım*, Dilek Ofset Matbaacılık, Sivas, 1999; Oral, Fuat Süreyya. *Cumhuriyet Basım Tarihi*, 1923-1973, Sanaçi Nefise Matbaası, Ankara, 1973; Ordu Basım-Yayın Tarihi, Ankara, Ordu Valiliği, 1997; Ozulu, Abdülkadir. *Çorum Basım Tarihi Notları*, Çorum Belediyesi Kültür Yayınları, 2012; Önder, Ali Rıza. *Kayseri Basım Tarihi (1910-1960)*, Kayseri İşçi Kredi Bankası Kültür Yayınları, No: 2, 1972; Öztürk, Yücel. *Bursa Basım Tarihi*, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa, 2012; Perik, Haluk ve Paksöy, İsmail Günay. *İstanbul'un 100 Gazetesi*, İstanbul'un Yüzleri Serisi 60, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş. Yayınları, 2010; Taşdemir, Serap. 'Harf Devriminden 1950'ye İzmir'de Yayıncılık ve Fikir Hayatı', *Kebikeç*, Sayı: 4, 1996, ss.187-194; Tayla, Mustafa. *Bursa Basım (1868-1983)*, Bursa Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1997; Tekin, Mehmet. *Hatay Basım Tarihi*, Aydoğmuş Kitapları Antakya 1985; Tütengil, Cavit Orhan. *Diyarbakır Basım Tarihi Üzerine Notlar*, Gazetelerle Dergiler (1869-1953), İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü Yayını, İstanbul Matbaası, 1954; Yücel, Müslüm, *Kürt Basım Tarihi Tezki*, Aram Yayınları, 1998.



daha artmaktadır. Mütareke döneminde (1918-1922) çıkan Türkçe süreli yayınların sayısının 539 olduğu düşünülürse, yabancı dillerdeki süreli yayınların bütün süreli yayınlara oranı üçte birdir. Diğer bir deyişle, savaş koşullarına, Ermeni soykırımına ve İttihat ve Terakki Hükümetinin Türkleştirme politikalarına rağmen yabancı dillerdeki basın varlığını korumaya devam etmiştir. 1923'te imzalanan Lozan Antlaşması'nın 37-44. maddelerine ek 6 numaralı protokolde Türkiye'de yaşayan Rumlar'la Yunanistan'da yaşayan Türkler'in değişiminin kabul edilmesi, Yahudilerin Trakya'dan toplu göç etmesine sebep olan 1934 Trakya Olayları ve gayrimüslimlere daha yüksek oranlarda uygulanıp servet transferine yol açan 1942 Varlık Vergisi sonucunda gayrimüslim nüfus iyice azalmıştır. Böylece, 1923'te kurulan yeni Cumhuriyet'in nüfusu ağırlıklı olarak Müslümanlardan oluşacak, dönemin basını Türkçeleşecek, yabancı dillerdeki basın da gittikçe küçülecektir. 1923-1945 yılları arasında Türkçe süreli yayınların sayısı 1947 iken yabancı dillerdekilerin sayısı 278, yani Türkçe süreli yayınların neredeyse dokuzda birine, yayımlandıkları yerlerin sayısı da 17'den 9'a düşmüştür. Bunlar Ağrı, Ankara, Antakya (Hatay), İskenderun (Hatay), İstanbul, İzmir, Konya, Pazarcık (Maraş) ve Tarsus (Mersin)'tur. Üstelik 1923'ten sonra İstanbul dışında çıkan yabancı dillerdeki süreli yayınların sayısı bir- ikiyi geçmemektedir, yani iyice küçülen yabancı dilde basının tek merkezi İstanbul olmuştur.

Aşağıda, Mütareke-Milli Mücadele ve erken Cumhuriyet dönemlerinde (1918-1922 ve 1923-1945) yabancı dillerde çıkmış süreli yayınların sayısal verileri paylaşılacaktır. 1918-1945 arasında yayımlanmış 503 süreli yayının 14 dilde (tablo 1) çıktığı görülmektedir.

Tablo 1: 1918-1945 arasında yayımlanmış olan yabancı dillerde süreli yayınlar ve sayıları

Kaynak: Süreli Yayınlar Envanteri

Almanca	6
Arapça	3
Arnavutça	3
Çerkesce	1
Ermenice	181
Farsça	2
Fransızca	152
İngilizce	31
İtalyanca	3
Kürtçe	7
Rumca	92
Rusça	3
Yahudi İspanyolcası / İbranice	19
Toplam	503

Aşağıda, tablo 2 incelendiğinde, 1918-1923 arasında yabancı dillerdeki süreli yayınların 19 yerleşim yerine yayıldığı (cephede çıkanlar hariç), en önemlisi İstanbul olmak üzere Adana ve İzmir'in yabancı dilde basının merkezlerinden olduğu görülmektedir.

Tablo 2 :1918-1945 arasında yabancı dilde yayınlanmış süreli yayınların yayınlandıkları yere ve yıla göre dağılımı

Kaynak: Süreli Yayınlar Envanteri

	Adana	Ağrı	Ankara	Anadoluya (Hatay)	Antep	Bursa	Cephe	Dersim	Dörtöçel (Hatay)	Diğirbakır	Edirne	Elazığ	İskenderun (Hatay)	İstanbul	İzmir	Kars	Konya	Maraş	Mersin	"Mudanya (Bursa)"	Pazaneik (Maraş)	Samsun	Tarsus (Mersin)	Trabzon	Toplam	
1918					1					1	1			75	24							1		4	107	
1919	13				1					1				58	13			1	1					1	89	
1920	6		1					1	1					28	4	1						1			43	
1921	1				1		4				2			23	2					1			1		35	
1922	1					1	2							24	3										31	
1923												1		14	1										16	
1924													2	15											17	
1925													1	12							1				14	
1926			2											11	2										15	
1927														10											10	
1928														6											6	
1929		2												5			1								8	
1930														5									1		6	
1931			1											14											15	
1932														12											12	
1933														11											11	
1934			2											11											13	
1935														11											11	
1936			1											11											12	
1937														4											4	
1938														6											6	
1939				1										3	1										5	
1940														3											3	
1941														1											1	
1942														1											1	
1943														5											5	
1944														4											4	
1945														3											3	
Toplam	21	2	7	1	3	1	6	1	1	2	3	1	3	386	50	1	1	1	1	1	1	1	2	2	5	503



1918'de yayın hayatında olan 107 süreli yayından 61'i 1918'den önce yayın hayatına giren ve 1918'de hâlâ yayında olan, 46'sı ilk kez 1918'de yayın hayatına giren süreli yayınlardır. Tablo 2'de görüldüğü gibi Adana ve İzmir yabancı dillerdeki basın, İstanbul'dan sonraki önemli iki merkeziyken, bu konumlarını 1922'den itibaren tamamen kaybetmişlerdir. İstanbul yabancı dillerdeki basının tek merkezi haline gelmiş olmasına rağmen bu yayınların sayısı çok azalmıştır. 1918-1922 arasında çıkan süreli yayınların yerleşim yerlerine göre dağılımında da dramatik bir düşüş gözlenmektedir. Aşağıda yabancı dillerde çıkmış süreli yayınlar alfabetik sıraya göre verilecek, içlerinden bazıları hakkında da kısa bilgiler sunulacaktır.

### 2.1. Almanca

Almanca yayınlanmış 6 süreli vardır (Die Sprache, Filmbeitrag (Cinepost), Sprechen sie Deutsch, Türkische Rundschau, Türkische Post, Der Nache Osten). Bunlardan Türkische Post gazetesi 1 Mayıs 1926'da yayın hayatına başlamış, adı 1931'de Der Nache Osten olarak değiştirilmiş ve yayın hayatına on beş günlük dergi olarak devam etmiştir. 1937'de kapanan derginin sahibi ve neşriyat müdürü A. Muzaffer Toydemir'dir.

### 2.2. Arapça

Arapça 3 süreli yayından (Ahd-i Cedit, El-Adl, Sada-yı İslam) biri olan El-Adl 1908'de İstanbul'da yayın hayatına başlamış, kesintilerle de olsa 1923'e kadar 844 sayı yayınlanmıştır. Gazetenin imtiyaz sahibi Mehmet Safa Bey'dir.

### 2.3. Arnavutça

Arnavutça 3 süreli yayından (E Verteta, Paqja, Şiresa) biri olan Paqja 1923-1924 yılları arasında yayınlanmış kısa ömürlü bir gazetedir.

### 2.4. Çerkesce

İncelediğimiz dönemde Çerkesce 1 yayın çıkmıştır. Çerkes Kadınları Teavün Cemiyeti yayın organı Diyane, 10 Mart 1920'de yayın hayatına başlamış, bu sayı Diyane'nin ilk ve tek sayısı olarak kalmıştır. Derginin neşriyat müdürü Seza Poh, başyazarı Hayriye Melek Hunç'tur.

### 2.5. Ermenice

İncelediğimiz dönemde 181 Ermenice/Ermeni harfli Türkçe süreli yayın çıkmıştır. Aşağıdaki tabloda bu süreli yayınların yayınlandıkları yere ve yıla göre dağılımı görülmektedir. Ermenice süreli yayınlar 1918-1925 yılları arasında 10 yerleşim yerine dağılmışken, 1925'ten sonra İstanbul tek merkez haline gelmiştir.

Tablo 3: 1918-1945 arasında yayınlanmış olan yabancı dillerde süreli yayınlar ve sayıları  
Kaynak: Süreli Yayınlar Envanteri

	Adana	Antep	Dersim	Hatay	İstanbul	İzmir	Kars	Maraş	Tarsus	Trabzon	Toplam
1918		1			24	1				1	27
1919	11	1			32	6				1	51
1920	6		1	1	8	4	1				21
1921	1	1			9	1			1		13
1922	1				9						10
1923											
1924					4						4
1925					2			1			3
1926					6						6
1927					2						2
1928					4						4
1929											
1930					3						3
1931					5						5
1932					6						6
1933					4						4
1934					1						1
1935					6						6
1935					6						6
1936					4						4
1937					1						1
1938					3						3
1939					1						1
1940					2						2
1941					1						1
1943					1						1
1944					1						1
1945					1						1
Toplam	19	3	1	1	140	12	1	1	1	2	181

Ermenice süreli yayınlardan uzun ömürlü ve alanında önemli olanlarından bazılarından aşağıda bahsedilmiştir.

### 2.5.1. Aravut

Saçıcı Hınçakistlerin Ramgavar Azadyan Partisi'nin yayın organı olan Aravut



1909-1924 arasında yayınlanmıştır. Önce haftalık sonra günlük yayınlanan gazetenin neşriyat müdürleri Z. Papazyan, M. Sankagçıyan ve Misak Suryan; editörü Yenovk Armen'dir.

### 2.5.2. Azadamard

Azadamard'ın iki yayın dönemi vardır; 1908-1914 ve 1918-1921. Günlük olarak yayınlanmış olan gazetenin imtiyaz sahibi H. Tiryakyan, yazı işleri müdürleri Rupen Zartaryan, Hagop Coloyna (Siruni), ikinci dönemde editörü Keğam Parseğyan'dır.

### 2.5.3. Badger

"Haftalık mizah, sanat ve beden eğitimi gazetesi" Badger 1927'de çıkmış ve kısa süre sonra kapanmıştır. Gazetenin ikinci yayın dönemi 1938-1945 arasındadır. Yayıncıları G. Madteosya, T. Bedrosyan; imtiyaz sahibi Yermok Kuyumcuyan; sorumlu müdürü Ovadis Efendi, Nubar Khaçaduryan ve editörü Jirayr Varjabedyan'dır.

### 2.5.4. Gavroş

Gavroş haftalık bir mizahi siyasi gazete olarak İstanbul'da 1937'deyayınlandı. Kesintilerle de olsa 1972'ye kadar yayın hayatında kalmayı başardı. İmtiyaz sahibi Aşod Keçyan; neşriyat müdürleri Garabed Magar, Onnik Artun, Aşod Keçyan; editörleri Yervant Tolayan, Aşod Keçyan ve yazı işleri müdürleri K. Torosyan, K. Hampigyan'dır (Raul Ponşon).

### 2.5.5. Jamanak

18 Ekim 1908'de çıkan günlük siyasi gazete Jamanak bugün de yayın hayatına devam etmektedir. Kurucuları Misak ve Sarkis Koçunyan Biraderler; sahibi Misak Koçunyan, Yenovk Armen, Araksi Koçunyan; neşriyat müdürleri Nubar Tozan, Misak Koçunyan, Boğos Verjebetyan, Mardiros Koçunyan, Melik Koçunyan, Simon Çömlekçıyan, Baruyr Keçyan, Ara Koç, Parseğ Tuğlacıyan, Sören Şamlıyan; idare müdürleri Sarkis Koçunyan, Araksi Koçunyan ve Ardaşes Kalpağçıyan'dır.

### 2.5.6. Marmara

Haftalık siyasi gazete Marmara 31 Ağustos 1940'da İstanbul'da yayın hayatına başlamıştır. Bugün de yayınına devam eden gazetenin adı Nor Marmara olarak değişmiştir. İmtiyaz sahipleri Sören Şamlıyan, Bedros Zobyanyan, Robert Haddeler; editörleri Sören Şamlıyan, Bedros Zobyanyan; yayın müdürü R. Haddecıyan ve yönetici editörleri Seta Şamlıyan, Edvard Simkeşyan, Garbis Muradyan ve R. Haddecıyan'dır.

## 2.6. Farsça

Azerbaidjan (1918) ve Lisanü'l Gayb (1919) İstanbul'da Farsça dilinde yayınlanmış kısa ömürlü dergilerdir.

## 2.7. Fransızca

Fransızca 152 süreli yayın vardır. Aşağıdaki tabloda bunların süreli yayınlandıkları yere ve yıla göre dağılımı görülmektedir.

Tablo 4: Fransızca süreli yayınların yayınlandıkları yere ve yıla göre dağılımı

Kaynak: Süreli Yayınlar Envanteri

	Adana	Ankara	Edirne	İskenderun (Hatay)	İstanbul	İzmir	Konya	Mersin	Toplam
1918					27	6			33
1919	2				14	2		1	19
1920		1			10				11
1921			1		11				12
1922					7				7
1923					8				8
1924				2	6				8
1925				1	4				5
1926		2			1	2			5
1927					7				7
1928					1		1		2
1929									
1930					1				1
1931		1			1				2
1932					2				2
1933					4				4
1934		2			4				6
1935					3				3
1936		1			5				6
1937					2				2
1938					2				2
1939					1	1			2
1940					1				1
1941									
1942					1				1
1943					2				2
1944					1				1
1945									
Toplam	2	7	1	3	126	11	1	1	152

Fransızca süreli yayınlardan uzun ömürlü olanlardan bazıları hakkında kısaca bilgi verilecektir.

### 2.7.1. Gazette Medicale d'Orient

Cemiyet-i Tıbbiye-i Şâhâne yaygın organ olan Gazzette Medicale d'Orient azınlıklar tarafından çıkarılmış en uzun süreli tıp dergisidir. 1856'da yaygın hayatına başlayan dergi 1925'te kapanmıştır. Toplam 70 cilt yayınlanmıştır.

### 2.7.2. Stamboul /İstanbul

1875'de çıkan Stamboul bir süre sonra kapandı. Günlük siyasi bir gazete olarak 10 Aralık 1918'de tekrar yayınlanmaya başladı, uzun bir yaygın hayatı olan Stamboul 4 Haziran 1964'te kapandı. 2 Ocak 1924'ten itibaren adına "İstanbul"eklendi, 11 Ekim 1934'te adı sadece "İstanbul" oldu. Gazetenin kurucuları John Laffan Hanly, Henry Hanly ve Chester; imtiyaz sahipleri Pierre Legoff, Camille, Benoit, C. Compte-Calix; direktörleri Regis Delbeuf, Pierre Legoff, R. Guyon, Sabatier, René Houille ve J. Le Moyne'dir.

### 2.7.3. Annuaire Oriental

1891'de yaygın hayatına başlayan Annuaire Oriental'ın adı 1931'de Şark Ticaret Yıllığı olarak değişmiştir. 1921-1930 tarihleri arasında The Annuaire Oriental & Printing Company Limited, 1931-1945 tarihleri arasında da M.G. Neşriyat Yurdu tarafından yayınlanmıştır. Kurucusu Raphael César Cervati; direktörleri R. Cervati, John Alfred Rizzo ve Ahmet Cevdet Erdem'dir.

## 2.8. Ladino (Yahudi İspanyolcası) ve İbranice

İncelediğimiz dönemde İbranice ve Ladino 19 süreli yaygın çıkmıştır. Aşağıdaki tabloda bu süreli yaygınların yaygınlandıkları yere ve yıla göre dağılımı gözükmektedir.

Aşağıda İbranice ve Ladino süreli yaygınlarından uzun ömürlü ve alanlarında önemli olanlarından kısaca söz edilmiştir.

### 2.8.1. El Cuqueton

Haftalık mizah dergisi El Cuqueton 21 Nisan 1909'da İstanbul'da yaygın hayatına başlamış, kesintilerle dolu yaygın hayatı 29 Mayıs 1931'de sona ermiştir. İmtiyaz sahibi ve editörü Elia R. Karmona/Carmona; yayıncısı Abraham Bahar David; yöneticisi Arditi ve Kastro Efendilerdir.

### 2.8.2. El Telegrafo

Haftalık siyasi gazete El Telegrafo 1878-1931 yılları arasında İstanbul'da yayınlanmıştır. Yayıncıları Marko Mayorkas, Isaac Y. Gabai (Gabay), Mois Dalmediko; imtiyaz sahipleri David Fresko, İsak Gabay, Avram Galante, Albert Şaul, Moiz Dalmediko, Behar Habib ve Albert Kohen'dir.

Tablo 5: İbranice ve Ladino süreli yayınların yayınlandıkları yere ve yıla göre dağılımı

Kaynak: Süreli Yayınlar Envanteri

	Edirne	İstanbul	İzmir	Toplam
1918	1	5	3	9
1919			1	1
1920				
1921	1		1	2
1922		1		1
1923		1	1	2
1924				
1925				
1926				
1927				
1928				
1929				
1930				
1931		3		3
1932				
1933				
1934				
1935				
1936				
1937				
1938				
1939		1		1
1940				
1941				
1942				
1943				
1944				
1945				
Toplam	2	11	6	19

### 2.8.3. El Tiempo

El Tiempo, 1872-1930 yılları arasında 58 yıl boyunca İstanbul'da haftada üç ke ve günlük olarak yayınlanmış siyasi bir gazetedir. İmtiyaz sahipleri İsak Hayim Karmon, David Fresko; neşriyat müdürleri David Fresko, Merkado Fresko, Jak Şaki, Sami Alkabet, Moise Dalmediko'dur.

#### 2.8.4. Hamenora

Benei Berit Locası tarafından 1923-1938 yılları arasında İstanbul'da 16 yıl boyunca yayınlanmış aylık/üç aylık siyasi dergidir. İmtiyaz sahipleri Dr. David Marküs, Dr. Jozef Niego; neşriyat müdürleri Dr. David Markus, Aron Elhalel, Dr. Yakim Behar'dır.

Tablo 6: İngilizce süreli yayınların yayınlandıkları yere ve yıla göre dağılımı

Kaynak: Süreli Yayınlar Envanteri

	İstanbul	İzmir	Tarsus (Mersin)	Toplam
1918	8	1		9
1919	3			3
1920	4			4
1921	1			1
1922	2			2
1923				
1924	1			1
1925				
1926	1			1
1927				
1928	1			1
1929	1			1
1930			1	2
1931	1			1
1932				
1933	1			1
1934	2			1
1935				
1936				
1937				
1938				
1939				
1940				
1941				
1942				
1943	1			1
1944	1			1
1945	1			1
Toplam	29	1	1	31

### 2.8.5. La Boz de Türkiye

“İlmi, edebi, on beş günde bir çıkar” alt başlığıyla 1939-1949 yılları arasında İstanbul’da çıkmış bir dergidir. İmtiyaz sahibi Albert Kohen (Erkösem); şef redaktör Dr. Abdülvehap Berkem; redaktörleri A. Galante, M. Şalom’dur.

### 2.9. İngilizce

İncelediğimiz dönemde 31 İngilizce süreli yayın çıkmıştır. Tablo 6’da yayınlandıkları yere ve yıla göre İngilizce süreli yayınların dağılımı görülmektedir.

Aşağıda İngilizce süreli yayınlardan uzun ömürlü olmuş 3’ü hakkında kısaca bilgi verilecektir.

#### 2.9.1. Monthly Trade Journal

1886 yılında yayın hayatına başlamış, düzensiz aralıklarla yayınlanmış olsa da 1974 yılına kadar devam etmiş bir dergidir.

#### 2.9.2. The Orient News

İngiliz Yüksek Komiserliği tarafından 1919 yılında yayın hayatına başlayan gazete 1 Ocak 1925 yılında kapanmıştır. İmtiyaz sahibi J. D. Kverk, neşriyat müdürü İraklis Yuvanıs Efendi’dir.

#### 2.9.3. The Robert College Record

1918 yılında yayın hayatına başlayan The Robert College Record dergisi daha sonra adını The Robert College Herald olarak değiştirmiştir. Yılda altı sayı çıkan dergi 1933’te kapanmıştır.

### 2.10. İtalyanca

İncelediğimiz dönemde İtalyanca yayınlanmış üç süreli yayından biri olan La Ressagne İtaliani 1931-1938 tarihleri arasında aylık olarak İstanbul’da yayınlanmış siyasi bir dergidir, diğerleri kısa ömürlü 2 gazetedir (Il Messaggero Degli Italiani, Santa Maria Kilisesi Mecmuası).

### 2.11. Kürtçe

İnceldiğimiz dönemde 7 Kürtçe süreli yayın çıkmıştır. Bunların uzun ömürlü olanlarından Amid-i Sevda 1908’de yayın hayatına girmiş, birçok defa kapanmış ve düzensiz bir yayın hayatı olmuştur. 1927’de de yayın hayatı sona ermiştir. Jin ise Ekim 1918- Ekim 1919 tarihleri arasında İstanbul’da 25 sayı çıkmış siyasi bir dergidir.

### 2.12. Rumca

İncelediğimiz dönemde 92 Rumca süreli yayın çıkmıştır. Bunlardan görece uzun ömürlü





olanlarından kısaca bahsedilecektir. Aşağıdaki tablo da Rumca süreli yayınların çıktıkları yere ve yıla göre dağılımını göstermektedir.

Tablo 7: Rumca süreli yayınların çıktıkları yer ve yıla göre dağılımı

Kaynak: Süreli Yayınlar Envanteri

	Bursa	Cephe	İstanbul	İzmir	Mudanya (Bursa)	Samsun	Trabzon	Toplam
1918			7	13		1	2	23
1919			6	4			1	11
1920			3			1		4
1921		4	2		1			7
1922	1	2	3	3				9
1923			3					3
1924			4					4
1925			6					6
1926			2					2
1927			1					1
1928			1					1
1929			3					3
1930			1					1
1931			1					1
1932			4					4
1933			2					2
1934			3					3
1935			1					1
1936			1					1
1937			1					1
1938			1					1
1939								
1940								
1941								
1942								
1943			1					1
1944			1					1
1945			1					1
Toplam	1	6	59	20	1	2	3	92

Aşağıda, Rumca süreli yayınlardan bazıları hakkında kısaca bilgi verilecektir.

### 2.12.1. Amalthia

6 Ağustos 1838'de İzmir'de yayın hayatına başlayan haftalık siyasi gazete Amalthia 28 Eylül 1922'de kapanmıştır. Kurucusu Sokrat Solomonidis; imtiyaz sahipleri Kostantin Rode, Yeorgis İperidis; neşriyat müdürleri Sokrat Solomonidis, Kostantin Rode ve Yeorgis İperidis'tir.

### 2.12.2. Dimokratia

2 Mart 1932 ve 3 Aralık 1936 tarihleri arasında İstanbul'da yayınlanmıştır. İmtiyaz sahibi Yorgi Pavlidis Efendi, umumi neşriyat müdürleri Perikli Dimitriyadis, Vasil Kasapakis, Yorgi Kasapakis, Dimitri Nikolayidis ve T.K. Markuizos efendilerdir.

### 2.12.3. Ortodoksiya

Fener Rum Patrikhanesi'nin yayın organı olan Ortodoksiya 1925 ve 10 Nisan 1964 tarihleri arasında yayınlanmıştır. Patrikhane adına neşriyat müdürü Metropolit Meletios Lukakis'tir.

## 2.13. Rusça

İncelediğimiz dönemde Rusça 3 süreli yayın çıkmıştır, Endikatordi Komusedi Finans Nadikasyon, İslav/Eslov, Trapezünty Novi Pot. Bunların ilk ikisi İstanbul'da sonucusu Trabzon'da çıkmış olan kısa ömürlü yayınlardır.

## Sonuç

Yukarıdaki çalışma Türkiye basın hayatının sadece 27 yılını kapsamış olsa da, yabancı dilde başlayan Osmanlı basın hayatının, Mütareke ve erken Cumhuriyet dönemlerinde geçirdiği değişimi göstermesi bakımından dikkate değer. 18. yüzyıl sonunda ortaya çıkan yabancı dillerdeki basın hem içerik hem sayısal olarak gelişmiş, 1. Dünya Savaşı sonuna kadar da varlığını önemli ölçüde korumuştur. Ulus devletin oluşumu, gayri Müslimlerin nüfusunun tehcir, kısımlar, mübadele ve göç sebepleriyle azalmasıyla yabancı dillerdeki basın da giderek küçülmüş, günümüzde sembolik sayılarla varlığını sürdürmektedir.

## Kaynakça

1934 *Almanak*. (1934). İstanbul: Matbuat Cemiyeti İdare Heyeti, Kanaat Kütüphanesi Yayını.  
Açaoğlu, B. (1986). Türkiye Ekonomi ve İşletmecilik Türkiye Ekonomi ve İşletmecilik Süreli Yayınları Kaynakçası 1929-1985. İstanbul: Kasım.

Albayrak, H. (2010). *Dünden Bugüne Trabzon Basını*, (Cilt I). Ankara: Trabzon İli ve İlçeleri Eğitim, Kültür ve Sosyal Yardımlaşma Vakfı Yayını.



Albayrak, H. (2010). *Dünden Bugüne Trabzon Basını*, (Cilt II). Ankara: Trabzon İli ve İlçeleri Eğitim, Kültür ve Sosyal Yardımlaşma Vakfı Yayını.

Alemdar, K. (1978). *İstanbul 1875-1964*. Ankara: AİTA Yayını.

Arabacı, C., Ayhan, B., Demirsoy, A., & Aydın, H. (2009). *Konya Basın Tarihi* (2. Baskı). Konya: Palet Yayınları.

Arıkan, Z. (1988). Köylü Gazetesi ve İşgal. *Atatürk Yolu*, 1(2), 117-127.

Arıkan, Z. (1989). *Mütareke ve İşgal Dönemi İzmir Basını*. Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayını.

Arıkan, Z. (2001). *İzmir Basınından Seçmeler, 1872-1922 (I. Cilt)*. İzmir: İzmir Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayını.

Arıkan, Z. (2007). *İzmir Basını'nın Mütareke ve İşgal Günleri. İşgalden Kurtuluşa İzmir 9 Eylül 1922 – 9 Eylül 2007*. İzmir: İzmir Büyükşehir Belediyesi Yayını.

Arıkan, Z. (2008). İşgal Dönemi İzmir Basını. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 5(13), 337-363.

Arslan, A. (2005). *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Rum Basını*. İstanbul: Truva Yayınları.

Arslan, N., & Tekir, S. (2013). *Kars Basın Tarihi 1921-1980*. Kars: Eser Ofset ve Matbaacılık (Erzurum).

Bacqué-Grammont, J.-L. (1999). Türkiye Cumhuriyeti İlk Döneminde İmaj ve İmaj Tanıtması: La Turquie Kemaliste Dergisi Hakkında. *Atatürk 4. Uluslararası Kongresi*, 25-29 Ekim 1999.

Baimpourntidou, S. B., & Şahin, S. (2020). 1840-1962 yılları arasında İstanbul'da yayınlanan Rumca dergileri arasında Pirsos'un yeri ve önemi. *Kebikeç*, 50, 205-221.

Bayrak, M. O. (1994). *Türkiye'de Gazeteler ve Dergiler Sözlüğü (1831-1993)*. İstanbul: Küll Yayınları.

Benbaneste, N. (1998). *Örneklerle Türk Musevi Basınının Tarihi*. İstanbul: Sümül Basımevi.

Berber, E. (1997). *Sancılı Yıllar: İzmir 1918-1922*. Ankara: Ayraç Yayınları.

Berzeg, S. E. (2021). Osmanlı Ülkesinde Kafkaslı (Çerkes) kişiler ve gruplar tarafından

çıkarılan süreli yayımlar (1864-1923). *Kebikeç*, (51), 227-254.

Beysanoğlu, Ş. (1990). *Anıtlar ve Kitabeleriyle Diyarbakır Tarihi (Cilt II)*. Ankara: Diyarbakır Belediyesi Yayını.

Coşar, Ö. S. (1964). *Milli Mücadele Basını*. İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayını.

Gözlem Gazetecilik Basın ve Yayın A.Ş. (1998). *Cumhuriyet Döneminde Türk Yahudi Basını ve Türk Yahudilerinin Yayınları*. İstanbul: Gözlem Gazetecilik Basın ve Yayın A.Ş.

Duman, H. (2000). *Osmanlı - Türk Süreli Yayınları ve Gazeteleri 1828-1928 (Cilt I)*. Ankara: Enformasyon ve Dokümantasyon Hizmetleri Vakfı Yayını.

Duman, H. (2000). *Osmanlı - Türk Süreli Yayınları ve Gazeteleri 1828-1928 (Cilt II)*. Ankara: Enformasyon ve Dokümantasyon Hizmetleri Vakfı Yayını.

Eldem, E. (2022). Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde Fransızca basını için kullanım kılavuzu. *Kebikeç*, (53), 283-296.

Emiroğlu, K. (2023). Osmanlı döneminde İngilizce süreli yayımlar. *Kebikeç*, (54-55), 65-88.

Ergül, S. T. (2021). Osmanlı dönemi süreli Kürt yayıncılığı dosyası için birkaç cümle. *Kebikeç*, (52), 191-192.

Gövsä, İ. A. (Haz.). (1946). *Türk Meşhurları Ansiklopedisi*. İstanbul: Yedi Gün Neşriyatı.

Groc, G., & Çağlar, İ. (1985). *La Presse Française de Turquie de 1795 a nos Jours Histoire et Catalogue*. İstanbul: Editions ISIS.

Güleryüz, N. A. (2002). Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Fransızca Yahudi Basını. *Kebikeç*, (53), 259-282.

Güleryüz, N. A. (2023). Osmanlı ve Cumhuriyet dönemlerinde İstanbul'da Yahudi İspanyolcası ve İbranice dillerinde Yahudi basını. *Kebikeç*, (56), 223-256.

Güleryüz, N. (2015). *Türk Yahudi Basını Tarihi*. İstanbul: Gözlem Yayınevi.

Huğugüzel, Ö. F. (Haz.). (1996). *1928'e Kadar İzmir'de Çıkılmış Türkçe Kitap ve Süreli Yayınlar Kataloğu*. İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayını, No 84.



- İnuşur, N. (1992). *Türk Basın Tarihi (1919-1989)*. İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- İskit, S. (1943). *Türkiye’de Matbuat İdareleri ve Politikaları*. Ankara: Başvekâlet Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü Yayınları.
- İstanbul Belediyesi İhsaiyat Mecmuası. (1331).
- İstanbul’un 100 Süreli Yayını. (2010). *İstanbul’un Yüzleri Serisi 12*. İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür AŞ.
- Kocabaşoğlu, U., & Akan, A. (2019). *Mütareke ve Milli Mücadele Basını- Direniş ile Teslimiyetin Sözcüleri ve “Mahşer”in 100 Atlısı*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayını, s. xviii ve s. 585-657 (Ek1 ve Ek 2).
- Kocabaşoğlu, U. (2010). *“Hürriyet”i Beklerken, İkinci Meşrutiyet Basını*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kocabaşoğlu, U. (2014). Türkiye’de Matbuatın ‘Zuhuru’ üzerine gözlemler. İçinde. *M. Ö. Alkan (Der.), Yakın Türkiye Tarihinden Sayfalar, Sina Akşin’e Armağan* (s. 113-132). İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayını.
- Kocabaşoğlu, U. (2015). Sultan Abdülmecid Döneminde Osmanlı Basını üzerine gözlemler. İçinde. *K. Kahraman & İ. Baytar (Der.), Sultan Abdülmecid ve Dönemi (1823-1861)* (s. 464-483). İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Yayını.
- Koçunyan, A. (2022). La Colombe du Massis veya Ermeni Dünyasının Habercisi. *Kebikeç*, (53), 241-258.
- Kudret, E. (2023). Türkçe İngilizce gazete ve mütareke basını örneği olarak Zuhr (Midday). *Kebikeç*, (54-55), 135-144.
- Lagarde, L. (2001). İhtilal Devrinde İstanbul’da Fransız Gazeteleri (Çev. M. Zeren). *Müteferrika*, 19 (Yaz), 224.
- Mende, L. v. (2022). Osmanlı İstanbul’unda Arapça Gazete ve Dergi: Kimin Basını? *Kebikeç*, (53), 349-362.
- Mildanoğlu, Z. (2014). *Ermenice Süreli Yayınlar 1794-2000*. İstanbul: Aras Yayıncılık.
- Nassi, G. (Ed.). (2001). *Jewish Journalism and the Printing Houses in the Ottoman Empire*

*and Modern Turkey*. İstanbul: The Isis Press.

Odabaşıoğlu, C. (Ed.). (1993). *Trabzon Millî Mücadele Yılları Basını 1919-1925*. Trabzon.

Oral, F. S. (1973). *Cumhuriyet Basın Tarihi, 1923-1973*. Ankara: Sanayi Nefise Matbaası.

Özön, M. N. (1997). *Namık Kemal ve İbret Gazetesi*. İstanbul.

Pişmanlık, U. (2009). *Tarsus Basın Tarihi 1908-2008 (100 Yıllık İzler)*. Tarsus: Tarsus Kültür ve Dayanışma Derneği Yayınları.

Siren, B. (2023). İzmir Yahudi Basımına ilişkin kısa değerlendirme. *Kebikeç*, (56), 257-268.

Siren, B. (2023). Osmanlı Yahudi Toplumunun Nabzı: Yahudi Basını Ladino ve İbranice Süreli Yayınlar. *Kebikeç*, (56), 95-104.

Somel, S. A. (2001). *Osmanlı Reform Çağında Osmanlılık Düşüncesi (1839-1913)*. İçinde. Tanzimat ve Meşrutiyet'in Birikimi. İstanbul: İletişim Yayınları.

Sonay, A. (2022). Osmanlı Döneminde Arapça Süreli Yayınlar. *Kebikeç*, (53), 311-322.

Tanatar Baruh, L. (2022). Modernitenin Aynası: Osmanlı'da Fransızca Basın. *Kebikeç*, (53), 111-116.



## Complicity and Duplicity in Mainstream U.S. Media

*Prof. Dr. Susan Dente Ross<sup>1</sup>*

### Abstract

Current U.S. newspaper coverage of the conflict between Israel and Gaza perpetuates a pattern of foregrounding and privileging Israeli interests and lives over those of Palestinians. This skew in coverage has been documented in mainstream U.S. media for decades. New is how such pro-Israeli war journalism or “textbook coloniser journalism” infiltrates coverage of seemingly unrelated topics, hinders informed and complicated public discussion, and fuels increased racist attacks and polarization in the United States. Such bias is the antithesis of ethical reporting and contributes to global enmity that feeds violent conflict.

Key words: free speech/press, war/peace journalism, media ethics, feminism, democracy

In December 2023, Stanford University (California) hosted a discussion on “navigating the fog of war” focused on media coverage of the “Israeli-Palestinian conflict.” (Kekauoha, 2023). Sharing the perspectives of a visiting “Middle East correspondent,” the story enumerated some of the complexities of covering an ongoing, deeply entrenched and polarizing conflict, including how to contextualize, what relevant history to include, and the value of reporting by individuals inside as opposed to outside the conflict. Yet, the story itself lacked nuance from the start. Its asymmetrical headline named the conflict the “Israel-Hamas War,” as if Hamas were the location of the fighting.

Throughout the United States, media coverage of the conflict followed its established pattern of foregrounding and privileging the Israeli narrative and sometimes overtly denigrating Hamas, Palestinians, and Arabs generally (Ross, 2003; Ross 2006; Johnson 2024; Krishnan 2024). One quantitative study published in January 2024, reported significantly disproportionate coverage of Israeli deaths that included repeated use of the terms “horrific,” “slaughter,” and “massacre,” emotional labels not applied to the vastly larger and continued killing of Palestinians, particularly women and children (Johnson, 2024). U.S. reports on the war also gave greater coverage to antisemitic assaults in the United States than to attacks on Muslims or Arabs. “The result is that the three [major U.S.] newspapers rarely gave Palestinians humanizing coverage,” something one Al Jazeera opinion column labelled “a textbook case of colonizer’s journalism.” (Krishnan, 2024).

Such imbalance is nothing new in western media. Less well known is how it affects, and infects, coverage of seemingly unrelated topics. In one less controversial example of

<sup>1</sup> Professor Emeritus, Washington State University  
suross@wsu.edu





how pro-Israel bias skews U.S. news media coverage of breaking news, a recent Associated Press story ran under the title, “Penn president resigns amid backlash to testimony on antisemitism.” (Levy, 2023). The December 2023, story was a follow-up to testimony given by University of Pennsylvania President Liz Magill, President Claudine Gay of Harvard, and President Sally Kornbluth of MIT before a Republican-led U.S. House of Representatives committee. The hearing gave these leaders of higher education “a chance to answer and atone for the many specific instances of vitriolic, hate-filled antisemitism” on campus, according to Rep. Virginia Foxx (R-N.C), chair of the committee (emphasis added) (Anderson, 2023). Afterward, Magill was forced to resign.

A month later, Harvard’s president followed Magill, forced out based on illogical and often unsubstantiated claims. “And then there was [only] one,” as the Chronicle of Higher Education reported (Hicks, 2024).

The sin for which these administrators were forced to atone; giving thoughtful answers based on accurate readings of the U.S. Constitution to loaded questioning about Israel.

Without pausing for breath, faculty, administrators, and trustees of the three renowned universities rushed to publicly condemn their presidents for comments that “enabled and encouraged antisemitism and an environment of harassment and fear.” (Penn President Responds to Backlash Over Testimony on Antisemitism, 7th December 2023). A feeding frenzy of U.S. lawmakers, including some in the White House (though not President Joe Biden), played fast and loose with the facts to pile condemnation on the presidents for fueling hatred, violence, and even genocide (eg. White House, Lawmakers Criticize University Leaders, 6th December 2023; White House Blasts University Presidents, 6th December 2023; University Leaders Hammered After Congressional Hearing, 7th December 2023; College Presidents Under Fire After Dodging Questions, 6th December 2023; White House – But not Biden – Rips University Presidents, 6th December 2023; US University Presidents Face Firestorm Over ‘Evasive’ Answers on Antisemitism, 7th December 2023).

No less than in the televised 1940s hearings of the House Un-American Activities Committee (see. ‘Have you no decency?’ McCarthy: American Experience, 8th February 2024) and the infamous Salem witch trials before them, the determination that those called before the House committee were guilty came long before the proceedings. “The antisemitism we’ve seen on your campuses didn’t come out of nowhere,” Rep. Foxx said. “There are cultures at your institutions that foster it because you have faculty and students who hate Jews, hate Israel, and are comfortable apologizing for terror.” (Anderson, 2023).

In the click-driven, conflict-driven culture of U.S. media, initial coverage failed entirely to report or seek comments that might bear witness to the fact that the three presidents before the committee, and therefore “charged” with the ineradicable letter A of Antisemitism, number among the fewer than 30 percent of presidents of top research universities who are female. (Gay was also the first Black president of Harvard.) Moreover, the top research universities I inhabited for three decades bore almost no resemblance to the

bastions of vitriol and unfettered hatred committee members described. Today's universities favor coerced conformity over public disagreement. As do our media.

Mainstream coverage failed to indicate that the House hearing, like so much that today passes as government "action" without media critique, misused the power of Congress to harass private citizens working at private institutions to provide a grandstand for committee members. Coverage gave prominence to representatives' heated words that failed to make the constitutionally foundational distinction between expression and action, between what is speech protected by the First Amendment and what is punishable as harassment, intimidation, threat or violent action.

Follow-on reporting was little better. Ten days after the hearing, the Washington Post headlined a news story filled with editorializing with the notion that "Criticism of Harvard's president is growing. Some see race as a factor." (Natanson, 2023). Such a statement in the deeply race-divided United States barely deserves breath, no less press. To support this broad claim, the story focused on a single wealthy Black alumni donor who asserted, with no evidence, that Gay (whose credentials are deep) was hired to advance Harvard's diversity goals.

Another news report opened with a few paragraphs about Magill's resignation before moving on to focus on Rep. Elise Stefanik's (R-N.Y.) pointed questioning during the hearing. Magill's responses delineating the vital distinction between punishable conduct and protected speech were, in the unattributed words of the story, seen by "many" as "attempts at nuance [that] came off as weak-kneed and legalistic equivocations." (Stripling et al., 2023).

Surely foundational legal principles are more than nuance. Fundamental democratic distinctions are far more than legalistic equivocation. Surely the vast space the U.S. Constitution carves between the strongly protected free and unfettered speech to be encouraged in a democratic society and violent action is as essential and meaningful as the difference between, say, involuntary manslaughter and first-degree murder. Surely newspapers should know and report that difference rather than fall into lockstep accord with the loudest voices in Congress and the nation.

Little can be gained by detailing the many failures of U.S. media coverage, but it is important to note how reporting placed a story about U.S. universities in the context of the latest Israeli-Gaza war, interviewed several Jewish students (but not a single identified Palestinian), and relegated a clear statement of the applicable law from a well-known constitutional law scholar to the end. Continuing reference to the ongoing war and lawmakers' commentary about it color a wide array of media stories and make clear that there is but one version of Israel that is newsworthy. Today in the United States (as was true two and six and eight decades ago), mainstream media have little to no room for full, fair, accurate, and multifaceted reporting of issues involving Israel. Critique of Israeli actions or enlightened concern for their victims in Gaza and the West Bank – as well as inside their own borders – find their place almost exclusively in niche media, the rare opinion piece, or

buried at the end of lengthy stories.

Suffice to say that this former journalist, peace scholar, and widely published legal expert is appalled and deeply distressed. Coverage that skews and vilifies, that misrepresents facts to amplify hate, stir anger, and engender distrust has real-world consequences. Too many of our lawmakers here in the United States and around the world understand this. They use it strategically for political gain. History teaches us to be wary. Media's active support or silent complicity with the HUAC hearings made clear that no one is immune from fomented hatred and the violence it begets. Only the targets and the dates seem to change.

### References

Anderson, N. (2023, December 5). Lawmakers question Harvard, Penn, and MIT presidents on antisemitism. *The Washington Post*.

"College presidents under fire after dodging questions" (2023, December 6). *The New York Times*.

"University leaders hammered after congressional hearing" (2023, December 7). *Axios*.

"US university presidents face firestorm over 'evasive' answers on antisemitism" (2023, December 7). *The Guardian*.

"White House – But not Biden – Rips University Presidents" (2023, December 6). *The New York Post*.

"White House blasts university presidents" (2023, December 6). *The Daily Beast*.

"White House, lawmakers criticize university leaders" (2023, December 6). *The Washington Post*.

Hicks, M. (2024, January 10). MIT's president is still standing. *Chronicle of Higher Education*.

Johnson, A. (2024, January 9). Coverage of Gaza War in New York Times and other major newspapers heavily favored Israel, analysis shows. *The Intercept*.

Kekauoha, A. (2023, December 6). Navigating the fog of war: Stanford's discussion on media coverage of the Israel-Hamas war. *Stanford Report*.

Krishnan, V. (2024, February 2). Opinion: Western coverage of Gaza: A textbook case of coloniser's journalism. *Al Jazeera*.

Levy, M. (2023, December 9). Penn President resigns after antisemitism criticism. *AP News*.

Natanson, H. (2023, December 15). Criticism of Harvard's president is growing. Some see race as a factor. *The Washington Post*.

PBS. (n.d.). "Have You No Decency?" McCarthy: American Experience" [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=svUlyYzzv6VI>

Ross, S. D. (2003). Framing of the Palestinian/Israeli conflict in thirteen months of New York Times editorials surrounding the attacks of Sept. 11, 2001. *Conflict & Communication*, 2(2).

Ross, S. D. (2006). (De)constructing conflict: A focused review of war and peace journalism. *Conflict & Communication*, 5(2).

Stripling, J., et al. (2023, December 10). Penn President Liz Magill resigns after antisemitism criticism. *The Washington Post*.



# Reklamlarda Kadın İmgesi: Yapısal- İşlevselci Kurama Göre Deterjan Reklamlarının İncelenme

Gizem Arıcıoğlu<sup>1</sup>

## Özet

Reklamlar, çeşitli ürünleri pazarlamak için kadın imgesini kullanmakta ve bu imge farklı rollerde temsil edilmektedir. Bu temsiller gerçek hayattaki kadını her zaman doğru şekilde ve yeterince yansıtmayabilmektedir. Geçmişten günümüze, reklamlarda farklı kadın temsillerinin önemi göz ardı edilmekte, kadın imgesi kalıplaşmış bir şekilde iyi bir eş ve anne rolünde gösterilmeye devam etmektedir. Bu bağlamda, reklamlar genellikle kadını ev işleri ve aile odaklı bir konumda gösterirken, kamusal alan erkeklere atfedilir. Bu durum, reklamların kalıplaşmış toplumsal cinsiyet rollerini benimseyerek, kadınların gerçek yaşamlarındaki çeşitliliği eksik veya kısıtlı bir şekilde temsil etmektedir. Çalışmada amaç, eski ve yeni deterjan reklamlarındaki kadın imgesini yapısal – işlevselci kuram doğrultusunda incelemektir. Bu bağlamda incelenmek üzere, 1970'lerden ve günümüzden birer tane olmak üzere iki deterjan basın reklamı seçilmiştir. Çalışmada Ferdinand de Saussure'ün göstergebilimsel çözümleme yöntemi kullanılmıştır. Göstergebilim, iletişimde kullanılan çeşitli sembollerin yapılarını ve nasıl çalıştıklarını araştıran bir disiplindir. Basın ilanları üzerinden yapılan çözümlemeler, deterjan reklamlarındaki kadın imgesinin 1970'lerden günümüze değin hemen hemen aynı kaldığını göstermektedir. Çözümleme süresince elde edilen bulgular, kadının ev işlerinden sorumlu olan tek kişi olduğu algısının medya aracılığı ile dayatılması sorununun yıllar içinde çözülmediğini açıkça ortaya koymaktadır.

Anahtar kelimeler: reklam, deterjan reklamları, toplumsal cinsiyet, yapısal-işlevselci kuram, göstergebilim, kadın

## 1. Giriş

Medya geçmişten günümüze, reklamlar aracılığıyla bireylerin satın alma davranışı üzerinde etkili olmaktadır. Tüketici, reklamlar aracılığıyla bir ürünün işlevini ve sağladığı faydaları öğrenir, görsel veya işitsel medyadan aldıkları bilgilere dayanarak ürünün vaatlerine inanır ve bu doğrultuda diğer markalar arasından ürüne yönelerek satın alma işlemini gerçekleştirir (Kozlu, 2000). Reklamlar, çeşitli ürünleri pazarlamak için kadın imgesini kullanmakta ve bu imge farklı rollerde temsil edilmektedir. Sıklıkla, reklamlarda kadın imgesinin kalıp yargılarıyla toplumdaki cinsiyet normlarını pekiştirdiği görülmektedir. Kadın genellikle, idealize edilmiş güzellik standartlarına uygun, ideal eş veya anne rolünde

<sup>1</sup>Yaşar Üniversitesi, İletişim ABD Lisansüstü Öğrencisi  
gizemaricioglu@hotmail.com, <https://orcid.org/0009-0002-0830-5928>



ve pasif rollerde tasvir edilmektedir. Kadın, büyük çoğunlukla ev kadını, anne veya eş olarak görülmektedir. Reklamlardaki bu dar kapsamlı kadın imgesi, gerçek hayattaki kadınların iş dünyasındaki liderlik rollerini, bilim ve teknoloji alanındaki başarılarını, politik arenadaki etkilerini ve daha birçok alandaki yetkinliklerini görmezden gelerek, medya ve popüler kültürde sık sık sınırlı bir bakış açısıyla sunmaktadır; bu da kadın yaşamını kısıtlayan stereotipleri pekiştirmektedir. Günümüzde bazı markalar bu bakış açısını değiştirmeye çaba harcarsa da hala reklamların büyük çoğunluğunda aynı sorunlu perspektif görülmektedir. Bu çalışmada, “geçmişten günümüze deterjan reklamlarındaki kadın imgesi değişmiş midir?” sorusuna yanıt aranmaktadır. Çalışmada, eski ve yeni deterjan reklamlarındaki kadın imgesini yapısal – işlevselci kuram doğrultusunda, göstergebilimsel çözümleme yöntemi kullanarak incelemek amaçlanmaktadır. Bu bağlamda incelenmek üzere, 1970’li yıllardan ve günümüzden birer tane olmak üzere iki adet basın ilanı seçilmiş ve çözümlenmiştir. Seçilmiş olan reklamlar, temizlik sektörüne ait reklamlardır. Bunun sebebi, deterjan reklamlarının hedef kitlesinin genellikle kadınlar olması ve reklam içeriklerinde kadın karakterlere yer verilmesidir. Çalışmada yöntem, göstergebilimsel çözümlemedir.

## 2. Yapısal – İşlevselci Kuram

İşlevselciliğin ortaya çıkmasında ve gelişmesinde birçok sosyoloğun rolü olmuştur. Bunlar arasında Emile Durkheim (1858-1918), Bronislaw Kaspar Malinowski (1884-1942), Talcott Parsons (1902-1979) ve Robert King Merton (1910-2003) ayrıcalıklı bir konuma sahiptirler (Kızılcılık, 2015:9). Yapısal-İşlevselci kurama göre, toplum hayatına hiçbir katkısı olmayan bir parça (uzuv) işlevsiz olarak görülür. Böylesi parçalar kısa zamanda yok olurlar. Ayrıca, toplumdaki bazı parçalar, bozucu işlev yapıyor olsalar da toplumun varlığının devam ettirilmesine bir biçimde katkı yaptıklarından dolayı varlıkları devam eder. Örneğin toplumsal kurumlar (aile, din, ekonomi, hukuk, eğitim ve siyaset gibi), toplumun varlığının devam ettirilmesinde çok önemli rol üstlenirler. Bütün toplumlar, hayatlarını devam ettirebilmek için temel bazı şeylere gereksinim duyar: bireylerin ihtiyaçları olan mal ve hizmetlerin üretilmesi ve dağıtılması; bireyler, gruplar ve organizasyonlar arasındaki uyumsuzlukların ve çatışmaların çözümü; bireylerin kültüre uyumunu sağlamak için gerekli olan yol ve yöntemlerin belirlenmesi (Newman,2013:21) gibi hususlar bunlardan birkaçını oluşturur (Kocadaş, 2020). Yapısal-İşlevselci kuram, kişiler arasındaki farklılaşmayı ve değişimi ifade eden sosyal statü ve rolleri verili bir yapının gerekliliği olarak görür. Bir bakıma kuram, sosyobiologlar gibi toplumsal konumların işgaline evrimci açıdan bakar. Toplumun işleyen bir sistem olarak, gerekli sosyal konumları ve statüleri belirlediği ve her bir konum için uygun bireyleri seçtiğini ve onlara verilen rol ve görevleri yerine getirme konusunda da güdülediğini ileri sürer. Kadının ve erkeğin sosyal rolleri ve görevlerini sosyalleşmeyle açıklayan kuram, cinsiyet temelindeki rol ayrışması ve bütünüyle sosyal iş bölümünü açıklar. Cinsiyet de bireyin sosyal kimliğini ve toplumsal fırsatlarını biçimlendirir. Bu hususta yapısal-İşlevselci kuramda konuyu ele alan Parsons’dır. Ona göre,

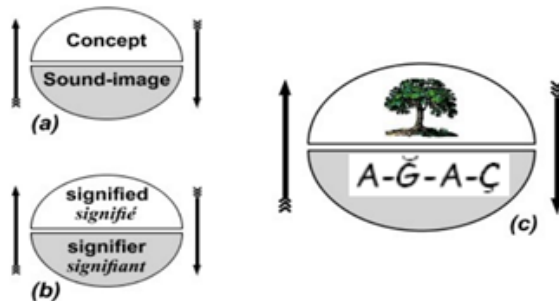
cinsiyet rolleri toplumun işlevsel zorunlulukları temelinde çekirdek ailenin evrenselliği ve gerekliliğinin bir sonucudur. Dolayısıyla çekirdek aile evrimsel açıdan gelişmiş bir aile modeli olarak, toplumsal düzenin sürekliliğini sağlar. Parsons'a göre aile içi roller, cinslerin temel sorumlulukları ve bütünlüğü çerçevesinde işlevseldir. Sanaşileşme çekirdek ailedeki biyolojik ikiliğe dayanan rolleri değiştirmez, akrabalık ilişkilerini etkiler. Akrabalık, genetik ilişkilerdeki kategori ve statülere göre oluştuğundan, sanaşileşmeyle birlikte bu ilişkiler değişme uğrar ve böylece de zayıflar (Sallan Gül, 2012:235).

Kuramın önemli temsilcilerinden Parsons, toplumsal cinsiyet farklılıklarının bir kısmını muhafaza etmenin toplumun bütünleşmesine katkı sağlayacağını görüşünü savunmaktadır. Toplumsal cinsiyet, birbirini tamamlayıcı birtakım rollerin şekillenmesini sağlar ve roller aile içinde kadın ve erkeği bir araya getirir. Kadın evin idaresi ve çocukla ilgili sorumlulukları üstlenirken, erkek dış dünya ve emek gücüyle birleşerek, diğer önemli rolleri yerine getirir. Buna bağlı olarak, toplumsal cinsiyet sosyalleşmede önemli bir görevi üstlenir. Toplum, erkeği emek gücü için donanımlı bir biçimde yetiştirirken, kız da anneliğe hazırlar. Örneğin Parsons, ailenin bir birim gibi işlev görmesi için eşler arasında görev paylaşımının yapılmasının ne kadar önemli olduğunu göstermeye çalışır (Başak, 2013:225).

### 3. Göstergebilim

20. yüzyılda, birbirinden habersiz iki düşünür; İsviçreli Dilbilimci Ferdinand de Saussure (1857-1913) ve Amerikalı mantıkçı Charles Sanders Peirce (1839-1914)'ın farklı kıtalarda aynı dönemde gerçekleştirdikleri çalışmaların bir sonucu olarak çağdaş göstergebilim doğmuş ve toplumdaki işaretlerin varlığına dair temel bir anlayış oluşturmuştur (Gottdiener, 2005: 16). Bu çalışmada Saussure'un göstergebilim anlayışı benimsenmiştir. Saussure'e (1916-1998) göre dil, "kavramları belirten bir göstergeler dizgesidir". Onun için de yazıyla, sağır-dilsiz abecesiyle, simgesel nitelikli kutsal törenlerle, incelik belirtisi sayılan davranış biçimleriyle, askerlerin belirtkeleriyle vb. karşılaştırılabilir. Yalnız, dil bu dizgelerin en önemlisidir. Demek ki, göstergelerin toplum yaşamı içindeki yaşamını inceleyecek bir bilim tasarlanabilir (Köktürk, Eyri 2013:128). Bu bilim de göstergebilimdir. Gösterge, kendisi dışında bir şeyi temsil eden ve temsil ettiği şeyin yerini alabilecek nesne ya da olgudur. Modern insanın tüm hayatı gösterge ağları ile çevrilidir. Her birinin kendine ait bir anlamı ve yan anlamı vardır. Gözlem, bu anlamı okuyabilmek ve anlayabilmektir.

Figür 1: Saussure'ün Gösterge Şeması





Figür 1'de gösterilen (signified), göstergenin iki bölümünden biridir. Saussure'ün gösterileni, gösteren tarafından temsil edilen zihinsel kavramdır ve maddi bir olgu değildir. Saussure geleneğinde, gösteren (signifier), bir göstergenin aldığı formdur. Saussure'a göre, dil işaretleri bağlamında bu, konuşulan kelimenin maddi olmayan bir formu anlamına gelmektedir. Göstergenin fiziksel boyutu olarak da tanımlanabilen gösteren ile gösterenlerin oluşturduğu iletinin içeriği biçiminde tanımlanabilen gösterilenin birleşmesi sonucunda göstergeler ortaya çıkmaktadır. Bir başka deyişle gösteren somut, gösterilen ise soyuttur (Kınay, 2019:23).

#### 4. Reklamlar ve Toplumsal Cinsiyet

Kapitalizm öncesi geleneksel toplumlardan sanayi sonrası toplumlara kadar, kadınlar ve erkeklerle ilgili yaygın bir algı mevcuttur. Kadınlar genellikle hamilelik, doğum, annelik, yaşlı bakımı, ev işleri gibi ev içinde olmayı gerektiren görevler ile ilişkilendirilirken; erkekler soyun devamını sağlama, kazanç elde etme, aileyi koruma gibi daha dışa dönük sorumluluklarla bağdaştırılmaktadır. Toplumsal cinsiyet yaşamımızı şekillendirmekte ve nasıl davranmamız gerektiğini öğretmektedir. Sosyal çevre içerisinde öğrenilen roller tekrarlanan reklamlar tarafından da pekiştirilmektedir. İzleyiciler reklamdaki sembolik sunum alanını çözümlenmekte ve farkında olmadan benimsemektedirler (Çolakoğlu ve Doğaner, 2008). Bu tür reklam mesajları genellikle stereotiplerle yüklüdür ve kadınları duygusal, ev işleriyle ilgili veya pasif rollerde, erkekleri ise güçlü, lider veya dışa dönük rollerde tasvir etme eğilimindedir. Medya, toplumsal cinsiyet rollerinin oluşumunda ve sürdürülmesinde kilit bir rol oynamakta ve izleyicilerin zihnindeki belirli cinsiyet normlarını güçlendirmektedir.

#### 4. Reklamlar ve Toplumsal Cinsiyet

Kapitalizm öncesi geleneksel toplumlardan sanayi sonrası toplumlara kadar, kadınlar ve erkeklerle ilgili yaygın bir algı mevcuttur. Kadınlar genellikle hamilelik, doğum, annelik, yaşlı bakımı, ev işleri gibi ev içinde olmayı gerektiren görevler ile ilişkilendirilirken; erkekler soyun devamını sağlama, kazanç elde etme, aileyi koruma gibi daha dışa dönük sorumluluklarla bağdaştırılmaktadır. Toplumsal cinsiyet yaşamımızı şekillendirmekte ve nasıl davranmamız gerektiğini öğretmektedir. Sosyal çevre içerisinde öğrenilen roller tekrarlanan reklamlar tarafından da pekiştirilmektedir. İzleyiciler reklamdaki sembolik sunum alanını çözümlenmekte ve farkında olmadan benimsemektedirler (Çolakoğlu ve Doğaner, 2008). Bu tür reklam mesajları genellikle stereotiplerle yüklüdür ve kadınları duygusal, ev işleriyle ilgili veya pasif rollerde, erkekleri ise güçlü, lider veya dışa dönük rollerde tasvir etme eğilimindedir. Medya, toplumsal cinsiyet rollerinin oluşumunda ve sürdürülmesinde kilit bir rol oynamakta ve izleyicilerin zihnindeki belirli cinsiyet normlarını güçlendirmektedir.

#### 4.1. Deterjan Reklamlarında Kadın İmgesi

Deterjan reklamlarında genellikle kadınlar, temizlikle ve ev işleriyle ilişkilendirilen rollerde gösterilmektedir. Bu reklamlarda kadınlar mutlu, başarılı ve evi tertemiz tutan birer ev hanımı olarak tasvir edilmektedir. Görsellerde genellikle lekesiz giysiler giyen, parlak gülümseyen kadınlar bulunmaktadır. Ancak, bu tür tasvirler günümüzde eleştirilmekte ve cinsiyet stereotiplerini pekiştirdiği düşünülmektedir.

Kadın, reklamlarda çocuklarının ve erkeğin üstüne titreyip yemek hazırlarken, servis yaparken görüntülenir ve böylece kadının toplumsal rolü pekiştirilir. Genelde reklamlardaki ev hanımları temizlik takıntılıdırlar. Kendi kendilerine temizlik ürünleri hakkında konuşur, iyi yıkanmamış bir gömlekten dolayı üzüntü çekerler, çünkü daha iyi bir anne, daha iyi bir eş olabilmenin peşindedirler. Medyada kadının anne ve eş olarak rolü üç biçimde karşımıza çıkmaktadır. Bunlar; temizlik, yemek ve çocuk bakımındır. Anne ve eş olarak yer alan kadınlar güzel, bakımlı, saçları yapılı, sağlıklı ve formdadır. Giysileri genellikle beyaz renkte ve şıktır. Bu kadınların yerleştirildiği mekânlar çoğunlukla mutfak, banyo ve alışveriş merkezidir. Kadınlar ev işi yapmaktan dolayı memnun, huzurlu ve tatminkârdırlar (Çolakoğlu, 2011 akt. Büstan, 2015).

Deterjan reklamlarında yalnızca kadınların yer alması toplum üzerinde güçlü bir etki bırakmaktadır. Burada kazandırılmak istenen fikir ise sadece kadınların çamaşır yıkayabileceği ya da çamaşır yıkamanın kadınların yapacağı bir iş olmasıdır. Temizlik ürünü reklamlarındaki kadın genellikle anne ve eş olarak güzel, bakımlı, saçlar yapılı, sağlıklı ve formda olarak geleneksel rollerde sunulmaktadır. Kadınlar bu reklamlarda genellikle beyaz kıyafetler giyinmektedir ve mutfak, banyo ve tuvalette temizlik yaparken görüntülenerek temizliğin sadece kadın işi olduğu vurgusu yapılmaktadır (Büstan, 2015).

Bu tür stereotiplerin medya tarafından sürekli olarak pekiştirilmesi, kadınların toplumsal rollerini sınırlayıcı bir şekilde şekillendirmekte ve cinsiyet eşitsizliğine katkıda bulunmaktadır. Kadınları sadece ev işleriyle ilişkilendirmek, gerçek hayatta sahip oldukları çok yönlü rolleri sınırlamakta ve çeşitliliği yansıtmaktan uzaklaşmaktadır. Medya içeriğinde daha gerçekçi ve çeşitli kadın portrelerinin yer almasının, toplumsal algıları ve beklentileri daha dengeli bir şekilde etkileyebileceği düşünülmektedir.

## 5. Araştırma

### 5.1. Amaç ve Yöntem

Çalışmada, reklamlarda değişen kadın imgesinin incelenmesi amacıyla 1970'li yıllardan ve günümüzden birer tane olmak üzere toplam iki adet deterjan reklamı seçilmiştir. "Geçmişten günümüze deterjan reklamlarındaki kadın imgesi değişmiş midir?" sorusuna yanıt aranmaktadır. Çalışmada, eski ve yeni deterjan reklamlarındaki kadın imgesini yapısal – işlevselci kuram doğrultusunda, göstergibilimsel çözümleme yöntemi kullanarak incelemek amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda iki adet basılı ilan seçilmiştir. Çalışma, seçilmiş olan iki basılı ilan ile sınırlı olacaktır. Gelecekteki çalışmalarda örneklemin genişletilerek, daha gelişmiş sonuçlara ulaşılabileceği düşünülmektedir.



## 5.2. Bulgular

Figür 2: Çiti Çamaşır Deterjanı Reklamı



Görsel 2'de görülen Çiti Çamaşır Deterjanı reklamı 1970'lere ait bir basın ilanıdır. Reklamda, o yıllara ve döneme uygun olarak idealize edilmiş güzel, saçları yapılı, bakımlı, mini etekli ev kadını tiplerini göstermektedir. Bu kadınlar çamaşır yıkarken, katlarken, asarken ve ütü yaparken gösterilmektedirler. Ayrıca köpürmüş bir çamaşır makinesi gösterilerek, ürünün bol köpüklü yıkama yaptığı ve bunun sonucunda da çamaşırların daha temiz olacağı mesajı verilmek istenmektedir. Sağ alt köşede ise ürünün ambalajı görülmektedir. Çiti ile bir çamaşır günü hikayesi yazısı büyük puntolarla en üst kısma yazılmıştır. Altında ise "Bütün ev kadınlarının hikayesidir bu... Evet, Çiti'nin bol köpüğü, üstün yıkama gücü ile çamaşırlarınız gerçek beyazlık, kadife yumuşaklığı kazanır. Yeni kokusuyla Çiti, çamaşırlarınıza bahar havası getirir." yazmaktadır. Baştaki "Bütün ev kadınlarının hikayesidir bu..." cümlesi ile verilen mesaj, tüm kadınların çamaşır yıkama, toplama, ütüleme gibi işlerden sorumlu olduğu, erkeklerin ise bu işlerden tamamen muaf olduğu yönündedir. Yapısal-işlevselci kurama göre, bireyler arasındaki farklılaşmayı ve değişimi ifade eden sosyal statü ve roller belirli bir yapının gerekliliği olarak görülmektedir. Toplumun işleyen bir sistem olarak, gerekli sosyal konumları ve statüleri belirlediği ve her bir konum için uygun bireyleri seçtiğini ve onlara verilen rol ve görevleri yerine getirme

konusunda da güdülediğini ileri sürmektedir. Kadının ve erkeğin sosyal rolleri ve görevlerini sosyalleşmeyle açıklayan kuram, cinsiyet temelindeki rol ayrışması ve bütünüyle sosyal işbölümünü açıklamaktadır. Bu bağlamda, bu basın ilanında yapısal – işlevselci kuramın izleri görülmektedir. Kuramla bağdaştırıldığında, kadının sosyal rolü evde kalıp, temizlik, çamaşır, bulaşık, ütü, yemek gibi ev işlerini yapmaktır. Ayrıca, varsa çocuğun bakımı da büyük ölçüde kadının sorumluluğu altındadır. Bu sırada erkek figür ev dışında, genellikle iş yerinde olarak konumlandırılmaktadır. Kamusal alan erkeğe, ev içi alan ise kadına aittir gibi bir düşünce söz konusudur.

Tablo 1: Göstergelerin Çözümlemesi

Göstergelerin Çözümlemesi		
Gösterge	Gösteren	Gösterilen
İnsan	Önlüklü bir kadın	Ev işlerini yapan, çamaşır yıkayan kadın
İnsan	Bakımlı, güzel bir kadın	Ev işlerini yaparken dahi bakımlı olmayı ihmal etmeyen idealize edilmiş kadın tiplmesi
Nesne	Çamaşır makinesi	Çiti deterjan sayesinde abartılı bir şekilde köpüren çamaşırlar
Eylem	Şık bir kıyafet giymiş ütü yapan kadın	Ütü yaparken bile gömlek, etek ve topuklu ayakkabı giyen şık kadın
İnsan	Çamaşır asan kadın	Yıkadığı bembeyaz çamaşırlar ile gurur duyan kadın
Eylem	Çamaşır katlayan kadınlar	İki kadının beraber yaptığı aktivite olarak çamaşır katlamak

Figür 3: Pril Bulaşık Deterjanı Basın İlanı



Görsel 3'te günümüzde yayınlanmış güncel bir bulaşık deterjanı basın ilanı görülmektedir. Reklamda Açelya Akkoyun adlı oyuncuya yer verilerek ünlü kullanımından faydalanılmıştır. Açelya Akkoyun genellikle pembe dizilerde oynadığı roller ve sunduğu gündüz kuşağı programları ile ideal ev hanımı tiplmesine uygun bir tercih olmuştur. İlanda görüldüğü üzere Akkoyun, evin içinde bulaşık yıkarken dahi abartılı bir makyaj, şık bir kıyafet ve yapılı saçlar ile zaman geçirmektedir. Bu temsilin, toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında idealize edilen kadın tiplmesine uygun olduğu düşünülmektedir. Yapısal – işlevsel kuramda uygun görüldüğü üzere, kadın evde, mutfaktadır. Akkoyun, elindeki cam tabağı tertemiz ve pırıl pırıl olduğunu vurgular şekilde, gurur duyarak izleyiciye göstermektedir. Ayrıca cam tabağın ortasında Pril markasının reklamlarında kullandığı tik sembolü de görülmektedir. Basın ilanına büyük puntolarla ve kırmızı renk ile yazılmış olan “Hamarat hanımlar Pril ile ışıldar.” cümlesi ise bir yandan hamaratlığın, evdeki düzen ve temizliğin kadınlar arasında bir yarış ve kendini ispat etme alanı olarak görülmeye, öte yandan da bulaşık yıkamanın “hanımlar” yani kadınların görevi olduğu mesajını vermektedir.

Tablo 2: Göstergelerin Çözümlemesi

Göstergelerin Çözümlemesi		
Gösterge	Gösteren	Gösterilen
İnsan	Saçları yapılı, makyajlı bir kadın	Mutfakta iş yaparken dahi bakımlı olan kadın

Tablo 2 devamı: Göstergelerin Çözümlemesi

İfade	Gururlu bir yüz ifadesi	Bulaşıkları pırl pırl olduğu için gurur duyan kadın
Ortam	Mutfak	Kadının olması gereken yer
Slogan	Hamarat hanımlar Pril ile ışıldar	Bulaşık temizliğini “ev hanımlığı” ve kadın olmak ile bağdaştırmak
Nesne	Parlayan bulaşıklar	Pril bulaşık deterjanı sayesinde tertemiz olan bulaşıklar
Eylem	Bulaşığı işaret eden kadın	Yıkadığı bulaşıkları, gururla başkalarına gösteren kadın

## 6. Sonuç

Reklamlar, çeşitli ürünleri pazarlamak amacıyla kadın imgesini kullanmaktadır ve bu imge farklı rollerde temsil edilmektedir. Bu temsiller, gerçek hayattaki kadını doğru ya da tam anlamıyla yansıtmada bazen yetersiz kalmaktadır. Geçmişten günümüze kadar, reklamlarda farklı kadın temsillerinin önemi genellikle göz ardı edilmiş, kadın imgesi sıklıkla ev işleri ve aile odaklı bir konumda sabitlemiştir. Bu bağlamda, reklamlar genellikle kadını ev içinde gösterirken, kamusal alanın erkeklere ait olduğu algısı yaygındır. Bu durum, reklamların toplumsal cinsiyet rollerini kalıplaşmış bir biçimde benimseyerek, kadınların gerçek yaşamlarındaki çeşitliliği eksik veya sınırlı bir şekilde yansıtabildiği anlamına gelmektedir. Sıkça kadınlar, idealize edilmiş güzellik standartlarına uygun olarak, ev içinde ve pasif rollerde tasvir edilmektedir. Kadın genellikle ev kadını, anne veya eş olarak betimlenmektedir. Bu anlayış, kadınların gerçek yaşamlarındaki çeşitliliği yansıtmaktan ziyade, kadın yaşamını sınırlayan stereotipleri pekiştirmekte ve genellikle kadın imgesini dar bir kapsamda sunmaktadır. Özellikle, çamaşır ve bulaşık makineleri, temizlik ürünleri, deterjanlar gibi ürünlerin reklamlarında kadınlara sıklıkla yer verilmektedir. Bunun başlıca sebeplerinin, bu ürünler tanıtılırken hedef kitlenin yalnızca kadınlar olarak ele alınması ve toplumsal cinsiyet normlarına gönderme yapılması olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda, çalışmada deterjan reklamları üzerinden incelemeler gerçekleştirilerek, “Geçmişten günümüze deterjan reklamlarındaki kadın imgesi değişmiş midir?” sorusuna yanıt aranmaktadır. Çalışmada, eski ve yeni deterjan reklamlarındaki kadın imgesini yapısal – işlevselci kuram doğrultusunda, göstergibilimsel çözümleme yöntemi kullanarak incelemek amaçlanmıştır. Bu bağlamda, 1970’li yıllardan ve günümüzden birer tane olmak üzere iki adet deterjan reklamı basın ilanı göstergibilimsel çözümleme yöntemi ile incelenmiştir.

Yapılan incelemeler ve göstergibilimsel çözümlenmeler sonucunda, 1970’lerden

günümüze, deterjan reklamlarında kadın imgesinde büyük bir değişim olmadığı kanısına varılmıştır. İncelenen her iki reklamda da yalnızca kadın karakterler yer almaktadır. Kadın karakterler hem 1970'lerde, hem de günümüzde, evin içinde gösterilmektedir. Evin içinde oldukları halde, kadınlar oldukça bakımlı ve şık görünmektedirler. Ayrıca reklamlar yalnızca kadını göstererek, kadınların evin içinde olmaları gerektiği, kamusal alanın ise erkeğe atfedildiği mesajını vermektedir. Yapısal – işlevselci kuram bağlamında yorumlandığında, her iki reklamın da kuramı destekler nitelikte mesajlar verdiği görülmektedir. Yapısal-İşlevselci teorisyenler, çoğunlukla kadınların aile içinde temel olarak ev işleri ve çocuk bakımı gibi alanlarda görev aldığını öne sürmüşlerdir. Aile içindeki rollerin biyolojik cinsiyet farklılıklarına dayandığını ve bu rollerin, toplumun devamlılığı ve düzeni için önemli olduğunu savunmuşlardır. Bu perspektife göre, kadının yeri genellikle çekirdek aile içinde, ev işleri ve çocuk bakımı gibi özel alanlarda yer alırken, erkeklerin daha çok kamusal alanda, iş dünyası ve toplumsal kurumlar gibi geniş alanlarda faaliyet gösterdiği düşünülmektedir.

Sonuç olarak, iki deterjan basın ilanının yapısal – işlevselci kurama göre göstergebilimsel çözümleme yöntemi ile incelenmesi sonucunda, yanıt aranan “geçmişten günümüze deterjan reklamlarındaki kadın imgesi değişmiş midir?” sorusunun cevabı “hayır” olmuştur. Ancak daha fazla sayıda reklam incelenerek farklı sonuçlara ulaşılabileceği de göz ardı edilmemelidir. Gelecekte yapılacak çalışmalar için, geçmişten ve günümüzden daha fazla sayıda basın ilanı ve reklam filminin incelenmesi önerilmektedir.

## References

- Aktaş, A., & Özdemir, B. (2007). *Otel işletmelerinde mutfak yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Başak, S. (2013). Toplumsal cinsiyet. İ. Çapcıoğlu & H. Beşirli (Der.), *Sosyolojiye giriş* (ss. 211-242). Ankara: Grafiker Yayınları.
- Baudrillard, J. (2008). *Tüketim toplumu (söylenceleri / yapıları)* (H. Deliceçaylı & F. Keskin, Çev.). İstanbul: Ayrintı Yayınları.
- Büstan, Ö. (2015). Toplumsal cinsiyet bağlamında televizyon reklamlarında geleneksel kadın tiplemesi: Deterjan reklamlarında kadının temsili. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 167-184.
- Çolakoğlu, B. E., & Doğaner, M. (2008). Televizyon reklamlarına toplumsal cinsiyetin yansımaları: Erkek analizi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 333-342.
- Gottdiener, M. (2005). *Postmodern göstergeler* (E. Cengiz, H. Gür, & A. Nur, Çev.). İmge Kitabevi.
- Kızılcık, S. (2015). *İşlevselcilik*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.

Kınay, K. (2019). *Nostalji reklamlarının göstergebilimsel analizi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kocadaş, B. (2020). *Toplumsal cinsiyet*. İksad Yayınevi.

Kozlu, C. M. (2000). *Uluslararası pazarlama ilkeleri ve uygulamalar*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Köktürk, Ş., & Eyri, S. (2013). Dilbilim ve göstergebilim: Ferdinand de Saussure ve göstergebilimi anlamak. *Sakarya Üniversitesi Fen-Edebiyat Dergisi*, 2, 123-136.

Sallan Gül, S. (2012). Toplumsal cinsiyet sosyolojisi. M. Tuna (Der.), *Sosyolojiye giriş* (ss. 197-233). Detay Yayıncılık.

Şenkal, Y. (2016). Feminist kuramlar bağlamında reklamda kadın imgesine bakış. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 42, 91-114.

Şimşek, A. (2017). Hijyen alışkanlıklarını belirlemeye yönelik bir araştırma: Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi örneği. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 149-156.



