

**BASIN YAYIN YÜKSEK OKULU'NDAN  
İLETİŞİM FAKÜLTESİ'NE**

**Prof. Dr. Ateş VURAN**  
Marmara Üniversitesi  
İletişim Fakültesi

3 Temmuz 1992 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanan 3837 sayılı yasayla, Türkiye'de 6 Üniversite bünyesinde mevcut bulunan Basın Yayın Yüksekokulları İletişim Fakültesine dönüşmüş bulunmaktadır.

1948 yılında Müderris Yahya Fehmi Tuna tarafından kurulmuş bulunan , ülkemizdeki ilk Gazetecilik Okuluyla gazeteci yetiştirmeyi amaçlayan eğitim, zaman içerisinde Basın Yayın Yüksekokulları vasıtasıyla yükseköğretim düzeyine ulaşmıştır.

Özellikle, İkinci Dünya Savaşı sırasında İngilizlerin, akın akın gelen Alman hava hücumlarına karşı koymak için çare ararlarken oluşturdukları ve Blackett Sirkı adı verilen bilimadamları topluluğu tarafından bulunan askeri yöntemlerin sivil hayata uygulanmasıyla ortaya çıkan Yöneylem Araştırmaları ve son yıllarda elektronik sanayiinde görülen büyük gelişme, topluma iletişim teknolojisini hediye etmiştir.

İletişimi gayet kaba olarak, bireyler arasında bilgi ve frekans alış verişi olarak tarif edersek, iletişimin günümüzün gelişmiş medyalarının kullanılmasyla kazandığı önem gelişen teknolojiyle her geçen gün daha da artmaktadır.

İşte bilişim çağı olarak adlandırılan bu modern çağın gereği olarak ortaya çıkan iletişimin yanında, İletişim Teknolojisi, İletişim Sosyolojisi, İletişim Psikolojisi ve İletişim Hukuku gibi yeni bir takım kavramlar ve ana bilim dalları oluşmuş bulunmaktadır.

Türk Yükseköğretiminin planlanması ve yönetilmesinden sorumlu olanlar da çağın gereklerine uyarak Basın Yayın Yüksekokullarını İletişim Fakültelerine dönüştürmüş bulunmaktadırlar.

Ancak bu yeni yapılanma da beraberine bir takım yeni kavram ve ek çalışma-

lar getirmektedir. İletişim, Basın Yayına oranla daha geniş kapsamlı bir kavramdır. Basın Yayın ancak çağımızın tarifine uygun İletişimin bir alt bölümüdür. Daha geniş kapsamlı İletişimi irdeleyecek olursak, mevcut medyaların uygun kullanılmasıyla sonsuza varan bir imkan yelpazesi içinde kişiler ve toplumlar arasında iletişim kurmak mümkündür.

Artık, bireyin evindeki telefonla dünyanın öbür ucundaki bir bilgiye erişmesi, yine binlerce kilometre uzakta bulunan banka hesabından saniyelerle ölçülecek bir zaman dilimi içinde para çekebilme imkanı, iletişimin modern medya uygulamasının en çarpıcı örneklerinden birisidir.

Kamuoyunda İletişim ve Bilişim kavramları üzerinde bir tereddüt vardır. Acaba İletişim denince akla yalnızca bireylerarası bilgi alışverişi mi gelmelidir; yoksa, bunun felsefesi mi ?

Şüphesiz ki, felsefesi olmayan hiç bir kavram fonksiyonel değildir.

İletişim Felsefesi ve Sosyolojisi önemi inkar edilmeyecek iki önemli, ana kavramdır. Ancak bunların yanısıra bu felsefeyi oluşturan mekanizmanın işlerliğini sağlayan İletişim Teknolojisi ve Medya kullanımı da en az onlar kadar önemli iki ana kavram olarak belirlemektedir.

Olaya teknolojik açıdan yaklaşıldığında İletişim kavramının gündemde olduğu bu günlerde konuyu tüm boyutlarıyla incelemekte yarar olduğu kanısındayız.

Dolayısıyla, "İletişim Fakültelerinin yeniden yapılanmalarında hangi bölümler olmalıdır?" sorusu gündeme gelmektedir. Kanımızca en uygun bölümlenmenin, aşağıdaki gibi olması uygun düşmektedir.

## 1. GAZETECİLİK BÖLÜMÜ

Bu bölümde yetiştirilecek öğrenciler, basın dünyamızın çağdaş ihtiyaçlarına cevap verebilecek donanıma sahip biçimde ve bu konuda yeterli kültür düzeyinde eğitilmelidir. Çağdaş teknolojinin bu alana getirdiği tüm yeni tekniklerin işleneceği bu bölümde, uygulamalı eğitimle, nitelikli gazeteciler yetiştirilebilecektir.

## 2. RADYO-TV BÖLÜMÜ

Bu bölüm özellikle son zamanlarda baş döndürücü bir hızla gelişen ve sayıları artan Radyo ve Televizyon işletmelerimize, konuyla ilgili yeterli derecede teknik ve nitelikli elemanları yetiştirecek bir eğitim düzeyini sağlayacak, ve batıdaki emsalleriyle boy ölçüşebilecek bir bölüm olarak planlanmalıdır.

### 3. HALKLA İLİŞKİLER BÖLÜMÜ

Bu bölümde, yine çağdaş gelişmeler göz önüne alınarak, tüm sektörlerde faaliyetinde bulunan kamu ve özel sektör işletmelerinin ihtiyacı olan halkla ilişkiler uzmanları ve bu konularda deneysel araştırmaları yapabilecek bilgi ve tecrübeye sahip kamuoyu araştırmacılarının yetiştirilmesi öngörülmektedir.

### 4. REKLAMCILIK VE TANITIM BÖLÜMÜ

Başlangıçta basın ve radyo kanalıyla ortaya çıkan bu alan, günümüzde teknolojik gelişmeye de ayak uydurarak, çok geniş bir alana yayılan medya yelpazesine sahip olmuştur. Bu medyaların kitle iletişim kural ve tekniklerine uygun bir biçimde kullanılması, genel pazarlama ve iletişim formatlarını aşarak yeni bir sanayinin doğmasına neden olmuştur. Bu bölümde yetişecek öğrenciler, günümüz teknolojisi paralelinde, bu imkanları en optimal biçimde geliştirecek ve yönetecek elemanlar olmalıdır.

### 5. BİLİŞİM BÖLÜMÜ

Günümüzde, yine çağdaş teknolojinin getirdiği yenilikler sonucu, dünyanın her yerinden en ücre noktalara bile elektronik iletişim ağlarıyla bağlanabilmektedir. Bir savaşın , anında ve canlı olarak uluslararası televizyonlarca yayınlanması, binlerce kilometre uzaktaki bir yerden para çekilmesi, oturduğu yerden kendi rezervasyonunu yapabileme veya sınırsız bilgi kaynaklarına anında ulaşabilme Bilişim konularının 21. yüzyılın en önemli konuları olacağını açıkça göstermektedir. Kitle iletişiminin bundan böyle bilgisayar destekli medyalarla sağlanacağı açıktır. Bu bölümde, elektronik iletişim konusunda yeterli bilgi ve beceriye sahip, bilgisayar destekli iletişimi tasarlayıp yönetebilecek Bilişim uzmanlarını yetiştirmek kaçınılmaz bir zorunluluktur.