



*Field* : Communication

*Type* : Review Article

*Received*:21.10.2017 - *Corrected*:28.11.2017 - *Accepted*:02.12.2017

## **İletişim Fakültesi Ders Müfredatlarının Sektörün Nitelikli İşgücü Talebine Uyumu**

**Ali BÜYÜKASLAN, Korhan MAVNACIOĞLU**  
Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi, İstanbul, TÜRKİYE  
**E-Posta:** [abuyukaslan@medipol.edu.tr](mailto:abuyukaslan@medipol.edu.tr)

### **Öz**

Türkiye’de iletişim eğitimi başladığı günden bu yana çeşitli aşamalardan geçmiştir ve her aşama beraberinde çeşitli tartışmaları doğurmuştur. Gazetecilik Enstitüleri adı altında başlayan eğitim kurumları, daha sonra 4 yıllık basın-yayın yüksekokullarına dönüşmüş ve son olarak 1992 yılından itibaren iletişim fakülteleri kurulmuştur.

Çalışma kapsamında; İletişim Fakülteleri bünyesinde üç temel bölüm olarak yer alan Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Gazetecilik ile Radyo ve Televizyon Sinema bölümlerinin müfredatları incelenerek, bu müfredatların iletişim sektörünün beklentilerini hangi düzeyde karşıladığı ortaya konmuş ve bu bağlamda müfredatın güncellenebilirliği ve iletişim çalışmaları alanında yeni yönelimlere uygunluğu tartışılmıştır. Türkiye’de iletişim eğitiminin ilk olarak verilmeye başladığı köklü iletişim fakülteleri ile eğitim hayatına yeni başlayan iletişim fakültelerinin müfredatları karşılaştırmalı olarak incelenmiştir.

İletişim sektörünün, iletişim fakültesi mezunlarından beklediği niteliklerin neler olduğu çalışma kapsamında belirlenmiştir. Bu noktadan hareketle iletişim fakültesi müfredatlarının sektörün nitelikli işgücü talebine ve rekabetçi iş yaşamına ne derece yanıt verdiği ortaya konarak, beklentilere ilişkin öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** İletişim Fakülteleri, İletişim Eğitimi, Müfredat



## **Compliance of the Faculty of Communication's Course Curriculum to the Qualified Labor Force Demand in the Sector**

### **Abstract**

Communication education in Turkey has passed through various stages through time and each stage has produced various discussions. Educational institutions, which started under the name of Journalism Institutes, later turned into 4-year press-broadcasting colleges. Finally, Communication faculties were established in 1992.

Within the scope of this study; the curriculums of the Departments of Public Relations and Advertising, Journalism and Radio-Television Cinema, have been examined. It is revealed at what levels these curriculums meet the expectations of the communication sector. The relevance of the curriculums to the new trends and the updatibility of these curriculums have been discussed in this context. The curriculums of the fundamental communication faculties in Turkey, where communication education first began, and the curriculums of communication faculties, which have just started in education, have been examined comparatively.

In this study, the expected qualifications of the sector from graduates have been determined. From this point of view, it has been suggested that the communication faculty curriculums respond to the sector's qualified labor force demand and competitive business life. Suggestions regarding the expectations have also been made within the context of the study.

**Keywords:** Communication Faculties, Communication Education, Syllabus



## **1. Giriş**

Türkiye’de iletişim eğitimi başladığı günden bu yana çeşitli aşamalardan geçmiştir ve her aşama beraberinde çeşitli tartışmaları doğurmuştur. İletişim fakülteleri, Basın-Yayın yüksekokulları ekolünün devamı olarak konumlanmış olmasına rağmen son yıllarda çok fazla sayıda iletişim fakültesi açılması sonucu, iletişim fakülteleri; mesleki kazanımlar, uygulamalar ve meslek standartlarının sağlanması açısından tartışılmaya başlanmıştır.

İletişim fakülteleri, basın-yayın yüksekokulları ekolünün devamı olarak konumlanmış olmasına rağmen son yıllarda çok fazla sayıda iletişim fakültesi açılması sonucu, iletişim fakültelerinin misyonu sorgulanır bir hale gelmiştir. Nitelikli öğretim elemanı istihdamı, eğitim standartlarının belirlenmesi, mezun kalitesi, eğitim kalitesi ve eğitimin sektörün nitelikli işgücü talebine uyumu gibi konular sürekli tartışılmaktadır.

Çalışma kapsamında; İletişim Fakülteleri bünyesinde üç temel bölüm olarak yer alan Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Gazetecilik ile Radyo ve Televizyon Sinema bölümlerinin müfredatları incelenerek, bu müfredatların iletişim sektörünün beklentilerini hangi düzeyde karşıladığı ortaya konmuş ve bu bağlamda müfredatın güncellenebilirliği ve iletişim çalışmaları alanında yeni yönelimlere uygunluğu tartışılmıştır. Türkiye’de iletişim eğitiminin ilk olarak verilmeye başladığı köklü iletişim fakülteleri ile eğitim hayatına yeni başlayan iletişim fakültelerinin müfredatları karşılaştırmalı olarak incelenmiştir.

İletişim sektörünün, iletişim fakültesi mezunlarından beklediği niteliklerin neler olduğu çalışma kapsamında belirlenmiştir. Bu noktadan hareketle iletişim fakültesi müfredatlarının sektörün nitelikli işgücü talebine ve rekabetçi iş yaşamına ne derece yanıt verdiği ortaya konarak, beklentilere ilişkin öneriler sunulmuştur.

## **2. Türkiye’de İletişim Eğitiminin Tarihçesi ve İletişim Fakülteleri**

İletişim eğitimi, gazetecilik eğitimi şeklinde ilk olarak 1908 yılında ABD’de Missouri Üniversitesi’nde başlamıştır. 20. yüzyılın ortalarında ABD’de profesyonel düzeyde eğitim veren gazetecilik okulu sayısı 100’e ulaşmış ve 1970-1990 yılları arasında iletişim mezunlarının sayısı yüzde 35 oranında artış göstermiştir (Uzun, 2007:120). İletişim eğitiminin ilk olarak gazetecilik alanında başlamasının etkileri günümüze kadar uzanmıştır. İletişim fakültesi denilince ilk akla gelen bölüm, uzun yıllar gazetecilik bölümü olmuştur.

Türkiye’de ise iletişim bilim dalı olarak gecikerek ve yavaş gelişmiştir. Türkiye’de bir gazetecilik okulunun kurulması fikri 1930 yılına kadar dayanmaktadır. Gazetecilerin de en az öğretmenler kadar eğitim görmesi gerektiği düşüncesiyle, sorumlu yazı işleri müdürleri için lise ya da yüksekokul bitirme zorunluluğu 1931 Basın Yasası’nda yer almıştır. Bunun üzerine İstanbul Darülfünü’nda gazetecilik okulu açma girişimleri olmuş fakat başarılı olunamamıştır (Alemdar ve Erdoğan, 2001: 7).

Türkiye’de ilk özel gazetecilik okulu 1948’de Müderris Fehmi Yahya tarafından açılan İstanbul Özel Gazetecilik Okulu’dur. Basın dünyasına ve iş hayatına hazırlıklı eleman yetiştirmek amacıyla kurulan okulun eğitimine 1963 yılında ara verilmiştir (Aktaran Uzun, 2007:120-121). Türkiye’de iletişim eğitimi ile ilgili girişimlerin ilk etapta aksaması ve etkili işlememesi, Türkiye’deki iletişim eğitiminin ekolleşmesini olumsuz olarak etkilemiştir.



1950 Yılında Türkiye’de ilk kez yükseköğretim düzeyinde iletişim eğitimi başlamıştır. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi bünyesinde Gazetecilik Enstitüsü kurulmuştur. İki yıllık eğitim verilen enstitüye hem lise mezunları hem de iki yıl fiilen gazetecilik yapmış olanlar, öğrenci olarak kabul edilmiştir. Enstitüde İktisat Fakültesi öğretim üyeleri ve tanınmış gazeteciler ders vermiştir (Uzun, 2007: 121). Enstitünün alaylı olarak nitelendirilen gazetecilere yükseköğretim imkanı sunan bir yapıda olduğu ve iletişim disiplinine yönelik bilimsel çalışmaların yapılmasından ziyade mesleki eğitim odaklı olduğu görülmektedir.

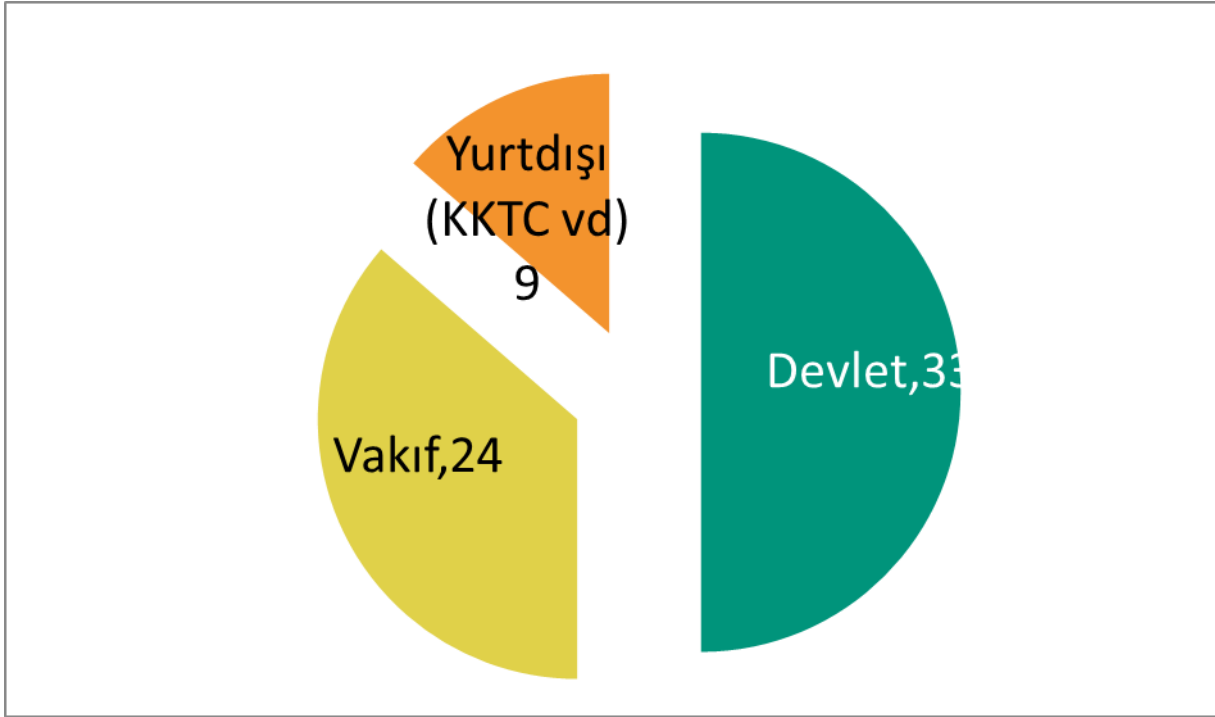
İstanbul Üniversitesi Gazetecilik Enstitüsü, iletişim tarihçelerinin çoğu için Türkiye’de gazetecilik eğitiminin başında duran kurum olarak kabul edilse de Erol Mutlu’ya göre Türkiye’de gerçek anlamda gazetecilik eğitimi, 1965 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın ve Yayın Yüksek Okulu’nun (SBF BYYO) eğitim-öğretim faaliyetine geçmesiyle başlamıştır (Mutlu, 2000: 237).

Mutlu’ya benzer şekilde Alemdar ve Erdoğan’da İstanbul Üniversitesi Gazetecilik Enstitüsü’nün gazetecilikle ilgili bilimsel çalışmaların odağı haline gelemediği için Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın ve Yayın Yüksek Okulu’nun kurulmasıyla, iletişim alanında akademik araştırma yapma olanağının ilk kez gerçekleştiğini belirtmektedirler (Alemdar ve Erdoğan, 2001: 7).

İstanbul Üniversitesi ve Ankara Üniversitesi İletişim Fakülteleri, yüksekokul olarak kuruldukları tarihlerden bu yana çeşitli niteliklerden karşılaştırılmışlardır. Geldiğimiz noktada İstanbul ve Ankara ekollerinin Türkiye’deki iletişim eğitimini biçimlendirdiğini ve kendilerinden sonra eğitim hayatına başlayan yüksekokul ve fakülteleri etkilediklerini söyleyebiliriz.

1982 yılında 41 sayılı kanun hükmündeki kararname ile gazetecilik alanında eğitim veren okullar, Ankara, İstanbul, Marmara, Ege ve Gazi Üniversiteleri Basın Yayın Yüksek Okulları adı altında bu üniversitelerin rektörlüklerine bağlanmıştır. 1992’de ise 3837 sayılı yasa ile 2908 sayılı yüksek öğretim kurumları yasasında değişiklik yapılarak, bu beş Basın-Yayın Yüksek Okulu, İletişim Fakültelerine dönüştürülmüştür. Ek olarak Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi ve Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi kurulmuştur (Uzun, 2007: 122). O tarihten bugüne devlet üniversitelerinde iletişim fakültesi açılmaya devam etmektedir. Son yıllarda özellikle yeni kurulan devlet üniversitelerinde iletişim fakültelerinin açıldığı görülmektedir.

Türkiye’deki iletişim fakülteleri bünyesinde genel olarak; Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Gazetecilik ile Radyo ve Televizyon Sinema bölümlerinin yer aldığı görülmektedir. Özellikle vakıf üniversiteleri bünyesindeki iletişim fakültelerinin eğitim hayatına başlamasıyla birlikte bu üç bölümün yanı sıra yeni bölüm ve programların açıldığı görülmektedir. Vakıf üniversitelerinin farklı bölüm ve programlar açmasını takiben bazı devlet üniversiteleri bünyesindeki iletişim fakültelerinde de farklı bölüm ve programlar açılmıştır. Vakıf üniversitelerindeki iletişim fakültelerinde, İngilizce eğitim veren programlar da açılmaya başlanmıştır.



**Grafik 1.** İletişim Fakültesi Sayısı

2016 ÖSYM tercih kılavuzunda yer alan bilgilere göre aktif olarak eğitim-öğretim faaliyeti olan 66 adet İletişim Fakültesi mevcuttur. (ÖSYM,2016)

Dağtaş'a göre şu nedenlerden dolayı iletişim fakültelerinin sayısında artış yaşanmaktadır:

1. Bu fakültelerin popüler özellikler taşımasından dolayı, bağlı oldukları üniversitelerin dışarıya açılan pencerelerini oluşturmaları,
2. 3984 sayılı Radyo ve Televizyon Üst Kurulu kanununda yapılan düzenlemeyle, bünyelerinde iletişim fakülteleri bulduran üniversitelere yerel/bölgesel çapta radyo ve televizyon yayın yapma imkânının tanınması ve üniversitelerin halkla ilişkiler faaliyetlerini bu kanallardan yürütmek istemesi,
3. Üniversite kapılarında her geçen yıl sayıları artan ve üniversiteye yerleştirilmeleri gereken öğrencilerin talebini karşılamak üzere yeni üniversitelerin ve bu üniversitelere bağlı iletişim fakültelerinin açılması ve mevcut öğrenci kontenjanlarının artırılması (Dağtaş, 2011:38).

Bu nedenlere ek olarak; medya sektörüne yönelik olan ilginin artışı, iletişim fakültelerine yerleşmek için temel puan türü olan Türkçe Sosyal (TS) puan türünde yer alan diğer fakültelere göre daha yüksek rağbet görmesi, yeni medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte yeni medyaya yönelik bölümlerin de açılması gibi nedenleri de sayabiliriz.



### 3. İletişim Fakültesi Bölümleri

İletişim fakültelerinde yer alan bölümler incelediğinde son yıllarda özellikle vakıf üniversitelerinin iletişim fakültelerinde farklı isimler altında bölümlerin açıldığı görülmektedir. (ÖSYM,2016)

**Tablo 1.** İletişim Fakültelerinde Yer Alan Bölümler

| BÖLÜM                                   | YER ALDIĞI FAKÜLTE SAYISI |
|---|---------------------------|
| Radyo, Televizyon ve Sinema             | 34                        |
| Gazetecilik                             | 32                        |
| Halkla İlişkiler ve Tanıtım             | 28                        |
| Halkla İlişkiler ve Reklamcılık         | 19                        |
| Görsel İletişim Tasarımı                | 12                        |
| Reklamcılık                             | 8                         |
| Yeni Medya                              | 6                         |
| Halkla İlişkiler                        | 5                         |
| Sinema ve Televizyon                    | 4                         |
| Medya ve İletişim Sistemleri            | 4                         |
| Televizyon Haberciliği ve Programcılığı | 3                         |
| İletişim Tasarımı                       | 3                         |
| Yeni Medya ve Gazetecilik               | 2                         |
| Reklam Tasarımı ve İletişimi            | 2                         |
| Yeni Medya ve Gazetecilik               | 2                         |
| Medya ve İletişim                       | 2                         |
| İletişim Tasarımı ve Yönetimi           | 2                         |
| Basın ve Yayın                          | 2                         |
| Görsel İletişim                         | 1                         |
| İletişim Tasarımı ve Medya              | 1                         |
| Sanat ve Kültür Yönetimi                | 1                         |
| Sinema ve Dijital Medya                 | 1                         |

İletişim Fakültesi bölümleri incelediğinde temel iletişim bölümlerinin yanında güncel ve teknolojik gelişmelere paralel olarak çok sayıda bölümün açıldığı görülmektedir. Bu kadar çok sayıda farklı bölümün, temel iletişim bölümlerinden ne kadar farklı bir eğitim amaç ve anlayışına sahip olduğu ve bölümlerin işlevselliği sıklıkla tartışma konusu olmaktadır.



İletişim fakülteleri bünyesindeki bölümler incelendiğinde bazı bölümlerin Güzel Sanatlar Fakültesi bölümleri ile aynı olduğu ya da Güzel Sanatlar Fakültelerinde yer alan bazı bölümlerin İletişim Fakülteleri bünyesinde yer aldığı görülmektedir.

Bu tablo, özellikle iletişim alanında belirli kararlar alarak, yaptırım gücüne sahip olduğu düşünülen İLDEK (İletişim Fakülteleri Dekanları Yürütme Kurulu) tarafından değerlendirilmesi gereken bir tablodur.

Yüksek Lisans ve Doktora müracaatlarında klasik olarak RTS/GZT/HİT bölümleri temel alındığından dolayı bu bölümler dışındaki Medya İletişim Sistemleri, Medya ve Görsel sanatlar gibi bölüm mezunları mağduriyet yaşayabilmektedirler.

İletişim Fakültesi Dekanları Yürütme Kurulu (İLDEK), fakülteleri bölüm adları ve içerisinde yer aldıkları fakülteler göz önüne alındığında; Türkiye’de karmaşık bir yapının bulunduğu, aynı müfredata sahip olmasına karşın bölüm adlarının değişik olduğu ve aynı bölümlerin farklı fakülte bünyelerinde kurulduğunu belirlemiş ve bir rapor hazırlanarak YÖK’e sunulması kararlaştırılmıştır. (İLDEK, 2016.)

#### **4. İletişim Eğitimi**

Günümüzde gelinen noktada iletişim eğitiminde yaşanan başlıca sorunlar şunlardır:

- Nitelikli öğretim elemanı istihdamı,
- İletişim eğitimine yönelik ortak bir standardın var olmayışı,
- Diğer meslek dallarında olduğu gibi akreditasyon sisteminin uygulanmaması,
- İletişim fakültesi mezunlarına yönelik eleştiriler,
- İletişim fakülteleri bünyesinde verilen eğitim kalitesine yönelik eleştiriler,
- Akademi ve sektör işbirliğinin zayıf olması,
- İletişim fakültesi mezunlarının yabancı dil yetkinliğine yönelik eleştiriler,
- Teorik ve uygulamalı eğitim dengesinin sağlanamaması,
- İletişim fakültelerinde verilen eğitimin sektörün nitelikli işgücü talebini yeterince karşılamadığına dair yapılan eleştiriler,
- Zaman zaman tek bir müfredat altında farklı bölümlere eğitim verilmesi.

Suat Gezgin, iletişim fakültesi sayılarının ihtiyacın üzerinde olduğunu ve kontenjanların ihtiyacın çok üzerinde olduğunu belirtmektedir. Gezgin, iletişim fakültelerindeki yüksek öğrenci sayısının; öğretim elemanı başına düşen öğrenci sayısını haddinden fazla bir hale getirdiğini, öğretim niteliğinin düştüğünü, uygulamalı derslerde araç-gereç kullanımında sıkıntı yaşandığını ve öğrencilerin araç kullanımına hakim olamadıklarını belirtmiştir (Gezgin, 2005: 68-69). İletişim sektöründe özellikle uygulamaya dönük faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle iletişim fakültesi mezunlarından yani potansiyel adaylardan uygulama becerisi istenmektedir. Fakültede, sayılan nedenlerden ötürü, uygulama becerisi geliştiremeyen öğrencilerin işe giriş olanakları azalmış olmaktadır.



Tokgöz'e göre, iletişim fakültelerinin sayısı artarken, akademik kadroda çalışanların sayısı fakülte sayısındaki artışa ayak uyduramamaktadır. Eğitilmiş kadro bulunmakla birlikte, sayısı yeterli değildir. Bu kadrolar sayısı devamlı olarak artan iletişim fakültelerinde dengeli bir biçimde yer alamamaktadır. Bu nedenle günümüzde akademik kadro yeterli ölçüde yetiştirilemediği ve geliştirilemediği için, verilen lisans ve lisansüstü eğitimde sorunlar devam etmektedir (Tokgöz, 2006:44). Akademik kadronun niteliği, eğitim kalitesini doğrudan etkileyen bir faktördür. İletişim fakültelerinde görev yapan öğretim üyelerinin donanımları sürekli bir tartışma konusu olmaktadır.

Tokgöz, öğretim üyesi yetiştirildiğini fakat yetişen öğretim üyesi sayısının, sayısı devamlı olarak artan iletişim fakültelerindeki kadroların oluşturulması için yeterli olmadığını belirtmektedir. Öğretim üyesi açığı, farklı disiplinlerden gelen öğretim üyeleri ile kapatılmaya çalışılmaktadır. Bu disiplinler genelde sosyoloji, siyaset bilimi ve işletmedir (Tokgöz, 2006:61). Farklı disiplinlere sahip öğretim üyeleri özellikle iletişim disiplini dışında kalan dersler için yarar sağlayabilmektedir. Öte yandan, bu açığın başka disiplinlerden sağlanması, iletişim formasyonuna sahip bir öğretim üyesi neslinin oluşması sürecini geciktirebilecektir.

İletişim eğitiminin eleştiri aldığı noktaların başında akreditasyon eksikliği gelmektedir. Türkiye'de iletişim eğitimi başladığı günden bu yana iletişim eğitimi standartları belirlenememiştir. Geldiğimiz noktada standartların sağlanma adına akreditasyon çalışmalarının yapılması ihtiyacı doğmuştur. Bu nedenle 2016 yılında İLAD bünyesinde İLEDAK (İletişim Eğitimi Değerlendime Akreditasyon Kurulu) kurulmuştur.

Amerikan eğitim sisteminde ise iletişim programları, ACEJMC (Accrediting Council for Education in Journalism and Mass Communication) -Gazetecilik ve Kitle İletişim Programları Onay Konseyi adlı bir kuruluştan onay almaktadırlar Konsey, iyi bir eğitimi ve öğrencilerin medyanın demokratik toplumlarda sivil ve toplumsal önemini kavramalarını istemektedir. İletişim eğitimi veren her fakültenin kendilerine has farklı bir eğitim anlayışı olabileceğini ancak ders programlarının sektörde görev alacak kişileri/öğrencileri tatmin etmesini beklemektedir. Bu sebeple derslerin ekseriyetinin modern dünya hakkında bilgi sunacak disiplinlere (sosyoloji, psikoloji, hukuk, ekonomi, tarih, felsefe, antropoloji, edebiyat, matematik, biyoloji, kimya, jeoloji, coğrafya, güzel sanatlar, siyaset bilimi, yabancı diller vb.) ait olması gerektiğini belirtmektedir. Bu disiplinlerin yanında iletişim araçlarının tarihi, işlevleri, etkileri, iletişim hukuku ve etik konusunda teorik dersler yanında fen-edebiyat derslerine ağırlık vermesini istemektedir. Konsey, öğrencilerden enformasyonu toplamayı, analiz etmeyi, düzenlemeyi ve kitlelere uygun formatlar içinde aktarma becerisini kazanmalarını beklemektedir (Gürkan ve İrvan, 2000: 354-355).

## **5. İletişim Sektörü**

İletişim eğitiminde yaşanan sorunların yanı sıra iletişim sektöründe de sorunlar yaşanmaktadır. İletişim sektöründe yaşanan başlıca sorunlar ise şunlardır:

- İletişim fakültesi mezunlarının çalışma hayatındaki iş tanımları ve meslek standardı tanımlarının net olmayışı,
- İletişim fakültelerine yönelik olumsuz tutum,
- Çalışma şartlarının zorluğu,





- Medya dışındaki sektörlerde iletişim mezunlarına yönelik istihdam fırsatlarının dar olması,
- İletişim fakültesi mezunlarının büyük bir çoğunluğunun sektörün talep ettiği yabancı dil düzeyine sahip olmayışı,
- İletişim fakültesi mezunlarına yönelik akreditasyon sisteminin olmayışı,
- Yeni mezunlardan sektörel deneyim talep edilmesi,
- Staj sisteminin verimli işlememesi,
- Yeni mezunlara yönelik işe alım programlarının yetersiz kalması,
- Kamu sektöründeki istihdam olanaklarına olan yoğun talebe karşın kadro sayısının yetersiz kalması,
- Yerel medyada iletişim fakültesi mezunlarının yeterli düzeyde istihdam edilmemesi.

İletişim fakülteleri ile iletişim sektörü arasında bir işbirliği eksikliği olduğu ortadadır. Bazı iletişim fakültelerinin sektörel kuruluşlar ile ikili işbirliği protokolleri mevcuttur ama genel olarak bakıldığında işbirliği zayıftır.

Türkiye’de özellikle son yıllarda tartışılan konu yerel medyada istihdam meselesidir. İletişim fakültesi mezunlarının istihdam edilmesi ve aynı zamanda yerel medyanın da güçlenmesi amacıyla böyle bir proje ortaya atılmıştır. Yerel medya istihdamı için çalışmalar başlamış olsa da şu ana kadar net bir sonuç alınmamıştır.

Sektörle ilgili bir diğer önemli sorun, stajtır. Öğrenciler, fakültede uygulama dersleri almaktadırlar, bu aşamadan sonra öğrenilen bilgilerin pratiğe dökülmesi önemlidir. Fakülte ortamlarında yer alan uygulama birimlerinde, uygulama ajanslarında ve stüdyolarda pratik çalışma yapılsa bile sektörel stajın yerini tamamen tutmamaktadır. Bazı sektör firmaları ve medya kuruluşları stajyer kabul ederken bazıları ise kabul etmemektedir. Türkiye’de iletişim eğitiminde staja yönelik net bir çerçeve çizilememiştir.

Paul-Josef Raue, Almanya’da gazetecilik eğitiminde, stajyerlik sisteminin çok önemli olduğunu ve öğrencilerin stajyer unvanıyla sektörde iki yıl çalıştıktan sonra mezun olmaya hak kazandıklarını belirtmiştir (Raue, 2005:81). Bu sisteme benzer şekilde stajı sadece bir ya da iki aydan ibaret bir formaliteden çıkarıp eğitimin ana unsurlarından biri olarak hayata geçirmek faydalı olacaktır.

İLEF Raporu’na göre 1970’li yıllardan itibaren yükselen bir endüstri alanı haline gelen iletişim sektöründe günümüzde ilgili alt ve yan sektörlerle iş alanları çeşitlenerek, bu iş alanları arasındaki geçişkenlikler artmıştır. İletişim endüstrisinin son dönemdeki mülkiyet, organizasyon, istihdam yapısının radikal biçimde dönüşümü, alana ilişkin iki temel sorunu ortaya çıkarmıştır. Bu sorunlar şunlardır: (Aktaran Yıldırım, 2006:128-129)

1. Sektörler arasındaki geçişkenliklerin artmasına bağlı olarak geleneksel ayrımların bu alana özgü eğitim/öğretim ve araştırma faaliyetlerinde de işlevini yitirmesi ve böylece mevcut akademik disiplinler çerçevelerin yetersiz kalması.

2. Sektördeki dönüşümle birlikte istihdam biçimlerinin farklılaşmasının, iletişim eğitimini yeniden biçimlendirilmesini/inşasını gerektirmesi.



Gelinen noktada, raporda belirtilen iki sorunun da çözülemediği ve sorunların devam ettiği görülmektedir. İletişim eğitiminde akreditasyon eksikliği, eğitim kadrolarının nitelik sorunu ve sektörle kuvvetli bir işbirliği sağlanamaması gibi sorunlar hala devam etmektedir.

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından hazırlanan ‘İletişim Sektöründe/ Eğitiminde Durum Saptaması ve Eğilimler’ adlı raporunda akademi ve sektör işbirliğinin sağlanabilmesi için şu öneriler yer almaktadır: (Aktaran Yıldırım, 2006:137)

1. Sektörde deneyimli kişilerin, formasyonlarını güçlendirmek üzere iletişim eğitimi veren kurumlarda eğitime başlamaları,

2. Akademik formasyonu olanların sektörü daha yakından görecekları araştırma programlarına ya da projelerine katılmaları,

3. Sektör temsilcilerinin ve akademisyenlerin bir araya geldiği bilimsel toplantılar, programlar ve seminerler düzenlenmesi.

## **6. İletişim Fakültelerinin Müfredatlarının İncelenmesi**

İletişim eğitimindeki başlıca sorunlardan birisi de akademi ve sektör arasındaki uyumsuzluk ve işbirliği eksikliğidir. İletişim fakülteleri, bir meslek yüksekokulu gibi doğrudan meslek eğitimi veren bir yapılanma içerisinde olmamasına karşın sektörün eleman ihtiyacını bu fakültelerin karşıladığı da bir gerçektir.

Bu nedenle iletişim fakültelerinde özellikle uygulamalı iletişim ve mesleki beceri dersleri büyük önem taşımaktadır. Bu derslerin müfredatta yer alması, öğrencilerin mesleki açıdan beceri/deneyim kazanması ve sektörün talep ettiği niteliklere sahip olmaları açısından önemlidir. Bu noktada müfredat, eğitim kalitesini belirleyen ve öğrencileri sektör şartlarına hazırlayan bir eğitim içeriği olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çalışma, akademik bakış açısının ötesinde doğrudan hayatın içinde olan iletişim mesleğini meslekî standartlar açısından ele almayı amaçlamaktadır.

Çalışma kapsamında iletişim fakültesi müfredatları incelenmiştir. Çalışmanın bir sonraki aşamasına temel oluşturması açısından ilk faz olarak 4 iletişim fakültesinin (İstanbul Üni., Maltepe Üni., Arel Üni ve Fırat Üni.) müfredatları ele alınmıştır.

Çalışmada, kuruluş tarihleri diğer fakültele göre daha eski olan iki fakülte (İstanbul İletişim-Maltepe İletişim) ile kuruluşları daha yakın zamana dayanan (Fırat İletişim-Arel İletişim) iki fakülte seçilmiştir.

Müfredat incelemeleri sonucunda farklı fakülteler bünyesinde yer alan bölümlerin çok farklı müfredatlara sahip olduğu belirlenmiştir.



**Tablo 2.** Fakültelere Göre Ders Türleri (GZT, RTS, HİR Bölümlerinin her birinde yer alan ders sayılarıdır)

| Üniversite    | 1.SINIF |         | 2. SINIF |         | 3. SINIF |         | 4. SINIF |         |
|---------------|---------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|
|               | Zorunlu | Seçmeli | Zorunlu  | Seçmeli | Zorunlu  | Seçmeli | Zorunlu  | Seçmeli |
| İstanbul Üni. | 14      | -       | 7        | 5       | 7        | 5       | 8        | 4       |
| Maltepe Üni   | 12      | -       | 10       | 6       | 8        | 8       | 8        | 4       |
| Arel Üni.     | 14      | -       | 14       | -       | 8        | 6       | 4        | 6       |
| Fırat Üni     | 18      | -       | 14       | -       | 17       | -       | 13       | -       |

İncelenen fakülteler içerisinde en çok zorunlu dersin Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde yer aldığı görülmektedir. En çok seçmeli ders ise Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde yer almaktadır.

Öğrencilerin ilgi duydukları alanlara göre ders seçmelerini sağlayan seçmeli derslerin de çok farklı şekillerde ele alındığı görülmüştür. Seçmeli dersi ilk sınıftan başlatan fakülte olduğu gibi üçüncü sınıftan itibaren başlatan fakülte de vardır. Staja yönelik farklı uygulamalar mevcuttur.

Erdal Dağtaş'a göre Özellikle seçimlik derslerin fazla olduğu ya da belli bir alanda uzmanlaşmayı öngören eğitim programlarının benimsendiği fakültelerde öğrenci danışmanlığının önemi artmaktadır. Aksi takdirde eğitim sistemi, yüzeysel bilgilerle donatılmış, eleştirel yeteneklerini geliştirememiş gazeteci adaylarını fakültelerden mezun etmektedir (Dağtaş, 2003: 147).

**Tablo 3.** Fakültelere Göre Teorik ve Uygulamalı Ders Sayıları

| Fakülte                          | Teorik Ders Sayısı | Uygulamalı Ders Sayısı |
|----------------------------------|--------------------|------------------------|
| İstanbul Üni. İletişim Fak.      | 31                 | 6                      |
| İstanbul Arel Üni. İletişim Fak. | 50                 | 19                     |
| Fırat Üni. İletişim Fak.         | 40                 | 12                     |
| Maltepe Üni. İletişim Fak.       | 42                 | 21                     |

Teorik ve uygulamalı ders sayıları incelediğinde uygulamalı ders sayısının en az İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde olduğu belirlenmiştir. Uygulamalı ders sayısının en çok olduğu fakülte ise Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi'dir. Bu tabloya baktığımızda vakıf üniversitelerinde uygulamalı ders sayılarının devlet üniversitelerine oranla müfredatta daha fazla yer aldığı görülmektedir.



**Tablo 4.** Fakültelere Göre Mezuniyet Koşulu

| Fakülte                          | Bitirme Koşulu  |
|----------------------------------|-----------------|
| İstanbul Üni. İletişim Fak.      | İç Staj + Proje |
| İstanbul Arel Üni. İletişim Fak. | Staj+Proje      |
| Fırat Üni. İletişim Fak.         | Proje           |
| Maltepe Üni. İletişim Fak.       | Staj + Proje    |

Fakültelerin mezuniyet için, derslerin başarıyla tamamlanmasının yanında staj ve proje koşulu istediği belirlenmiştir.

Müfredatlarda 5i dersleri (Türk Dili, Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi ile Yabancı Dil-İngilizce) dışında temel iletişim bilimine yönelik derslerin ortak olduğu görülmektedir. Bunların dışında kalan dersler, çok farklılık göstermektedir.

Ortak bir amaç doğrultusunda ve aynı sektöre nitelikli eleman yetiştirme noktasında, derslerin bu kadar farklılık göstermesi, iletişim eğitiminde standartların olmadığını göstermekte ve iletişim eğitiminin amaçlarını tartışılır bir hale getirmektedir.

## 7. İş İlanlarının Analizi

Sektörün eleman istihdamında iletişim fakültesi mezunlarından ne gibi nitelikler istediğini ortaya koymak amacıyla kariyer/iş ilanı arama sitesi olan secretcv.com'da Kasım 2016'da yer alan ilanlar incelenmiştir.

İletişim sektörünün alt dalları olan Medya, Reklamcılık, Halkla İlişkiler ve Yayıncılık gibi

Kariyer/iş ilanı arama sitelerinde yapılan değerlendirme sonucunda sektörün nitelikli eleman talebine yönelik ortak bir standarda sahip olmadığı görülmüştür.

İletişim fakültesi mezunlarının görev alanına giren, uzmanlık gerektiren iş pozisyonları için başka fakülte mezunlarına da işe giriş imkanı verildiği saptanmıştır. İletişim fakültesi mezunlarına yönelik bir akreditasyonun eksikliği ilanlara yansımış durumdadır.

Sosyal medya uzmanlığı gibi yeni gelişen meslek dallarına yönelik verilen ilanlarda iletişim fakültesi mezunu olma şartının arandığı görülmüştür.

Bu noktada müfredatlarda sosyal medya dersinin yer almasının önemi ortaya çıkmaktadır.

İlanlarda dikkat çeken noktalardan birisi de adaylardan deneyim/iş tecrübesi istenmesidir. Bu noktada, öğrencilere yönelik staj uygulamalarının ve mesleki beceri derslerinin önemi ortaya çıkmaktadır.

Bütün ilanların standart olarak yer alan «iletişim becerilerinin kuvvetli olması» özelliğini karşılayan etkili iletişime yönelik derslerin müfredatlarda yer aldığı görülmektedir. İletişim becerisini kişisel özelliklerin de etkilediği göz önünde bulundurulmalıdır.

Yabancı dil bilgisi; grafik, yayıncılık, TV sektörü gibi teknik ağırlıklı pozisyonlarda çok sık olarak istenmese de özellikle halkla ilişkiler ve reklam sektörüne yönelik iş ilanlarında iyi derecede yabancı dil bilgisi istenmektedir.

Bu noktada, fakültelerde sadece ilk sene verilen İngilizce derslerinin bu niteliği karşılayamayacağı açıktır.



**Resim 1.** Secretcv.com ilan sonuç sayfası

Görüntüsü paylaşılan ilan arama sonucu incelediğinde iletişim fakültesi mezunlarına yönelik anahtar kelimeler aratıldığında, bazı kurumların iletişim fakültesi mezunlarını alan dışı işler için talep ettikleri belirlenmiştir. İletişim fakültesi mezunlarının, aldıkları mesleki eğitimle ilgisi olmayan satış, müşteri temsilciliği, tanıtım elemanı ve resepsiyonistlik gibi işlerle konumlandırıldığı görülmüştür.

## 8. Sonuç ve Öneriler

İletişim eğitimindeki başlıca sorunlardan birisi de akademi ve sektör arasındaki uyumsuzluk ve işbirliği eksikliğidir. İletişim fakülteleri, bir meslek yüksekokulu gibi doğrudan meslek eğitimi veren bir yapılanma içerisinde olmamasına karşın sektörün eleman ihtiyacını bu fakültelerin karşıladığı da bir gerçektir. Bu nedenle iletişim fakültelerinde özellikle uygulamalı iletişim ve mesleki beceri dersleri büyük önem taşımaktadır. Bu derslerin müfredatta yer alması, öğrencilerin mesleki açıdan beceri/deneyim kazanması ve sektörün talep ettiği niteliklere sahip olmaları açısından önemlidir. Bu noktada müfredat, eğitim kalitesini belirleyen ve öğrencileri sektör şartlarına hazırlayan bir eğitim içeriği olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu bağlamda başta müfredat olmak üzere atılması gereken adımları şu şekilde sıralayabiliriz:

- Sektörel derneklerin bir paydaş olarak aktif bir şekilde (görüş, öneri, beklenti vb.) eğitim süreçlerine dahil edilmesi düşünülmelidir.
- TOBB Medya ve İletişim Meclisi, İşkur, Mesleki Yeterlilik Kurumu ve İLAD-İLEDAK (İletişim Eğitimi Akreditasyon Kurulu) gibi kurumların yürüttüğü akreditasyon ve mesleki standart çalışmalarının, ortak payda doğrultusunda ve eşgüdümlü olarak yürütülmesi faydalı olacaktır.



- Akademi-sektör işbirliğine yönelik projelerin planlanması ve hayata geçirilmesine önem verilmelidir.
- Rekabetçi ve başarı odaklı ve güncel gelişmelere yanıt verebilen bir iletişim müfredatını oluşturmak ve okutmak bütün iletişim fakültelerinin ortak amaçları arasında yer almalıdır.
- Öğrencilerin alanlarında uzmanlaşmasını sağlamak amacıyla seçmeli derslere önem verilmelidir.
- Uygulamalı iletişime yönelik dersler müfredatlarda yer almalı; bu amaçla uygulama birimleri artırılmalıdır.
- Müfredatlar, değişen sektör şartları, güncel ve teknolojik gelişmeler göz önüne alınarak belirli aralıklarla revize edilmelidir.
- Müfredatlarda yer alacak derslerin iletişim disiplinine katkı düzeyi detaylı bir şekilde analiz edilmelidir.
- Uygulamalı iletişim ve mesleki beceri kazandırmayı amaçlayan derslerin, sektör ihtiyaçlarını karşılama düzeyi detaylı bir şekilde analiz edilmelidir.
- Müfredatta yer alan derslerin verimliliği ortaya koymak amacıyla düzenli olarak araştırma yapılmalıdır.
- Dersler uzmanlık alanlarına göre dağıtılmalıdır.
- İletişim fakültesi bünyesinde yer alan her bölüme özel olarak tasarlanmış «Mesleki İngilizce» ve «İleri düzey İngilizce» derslerinin verilmesi yararlı olacaktır.
- İletişim fakülteleri ve iletişim sektörü işbirliği ile staj merkezi kurulmalıdır.

## KAYNAKÇA

Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (2001). “İletişim”, *Cumhuriyet Döneminde Türkiye’de Bilim Sosyal Bilimler-II*, TÜBA, Ankara, ss. 1-10.

Dağtaş, E. (2003). “Gazetecilik Eğitiminde Kuram ve Uygulama İkilemi: Türkiye’deki İletişim Fakülteleri Üzerine Bir Araştırma”, *Gazi İletişim*, Sayı 2003/17 Bahar, Gazi Üniversitesi, Ankara, ss. 143-200.

Dağtaş, E. (2011). “Üniversite Sanayi İşbirliği Perspektifinden Türkiye’deki İletişim Eğitimine İlişkin Bir Değerlendirme”, *Akdeniz İletişim*, Sayı 15, ss. 32-48.

Gezgin, S. (2005). “Türkiye’de Gazetecilik Eğitimi”, *19. Alman-Türk Gazeteciler Semineri Rekabet ve Medya*, Konrad-Adenauer Vakfı Yayınları, Ankara, ss. 65-78.

Gürkan, N. ve İrvan, S. (2000). “İletişim Eğitiminde Nereden Nereye”, *1. Ulusal İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı*, İstanbul, ss. 354-365.

İLDEK (2016). 24. İLDEK Toplantısı Sonuç Bildirgesi, İstanbul, 7 Mayıs 2016.

Mutlu, E. (2000). “Türkiye’de İletişim Eğitimi Kişisel Bir Tarih Denemesi”, *Gazi İletişim*, Sayı 2000/8 Kış, Gazi Üniversitesi, Ankara, ss. 235-259.



- ÖSYM (2016). 2016-ÖSYS Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu.
- Raue, P. J. (2005). “Almanya’da Gazetecilik Eğitimi”, *19. Alman-Türk Gazeteciler Semineri Rekabet ve Medya*, Konrad-Adenauer Vakfı Yayınları, Ankara, ss. 79-85.
- Tokgöz, O. (2006). “Türkiye’de İletişim Fakültelerinde Eğitim Kadrosunun Konumu: Eleştirel Bir Bakış ile Değerlendirme”, *Kültür ve İletişim*, Sayı 9 (1), ss. 33-70.
- Uzun, R. (2007). “İstihdam Sorunu Bağlamında Türkiye’de İletişim Eğitimi ve Öğrenci Yerleştirme”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı 25 Yaz-Güz, ss.117-134.
- Yıldırım, B. (2006). “Eleştirel Pedagoji Açısından Gazetecilik Eğitimi Yeniden Düşünmek”, *İletişim Araştırmaları*, Sayı 4 (1), ss. 121-152.
- <https://www.arel.edu.tr/iletisim-fakultesi/halkla-iliskiler-ve-reklamcilik-bolumu/ders-icerikleri>, (Erişim Tarihi:28.11.2016).
- <http://hitb.iletisim.firat.edu.tr/tr/node/109>, (Erişim Tarihi:26.11.2016).
- <http://iletisim.istanbul.edu.tr/tr/content/ogrenci/mufredat>, (Erişim Tarihi:26.11.2016).
- <http://iletisim.maltepe.edu.tr/hit/ogretim-programi1>, (Erişim Tarihi:25.11.2016).
- [www.secretcv.com](http://www.secretcv.com), (Erişim Tarihi:27.11.2016).