

İletişim Eğitimi ve İletişim Akademisyenleri: Veriler Işığında Genel Bir Değerlendirme

M. Bilal Arık¹
Fatih Bayram²

Özet

İletişim eğitimi, sosyal bilimlerin bir alt disiplini olarak hem teorik hem de pratik eğitimi kapsayan disiplinler arası bir alan olarak değerlendirilebilir. Entelektüel düzeyde bilgi üretiminden iletişim sektörünün ihtiyaç duyduğu her türlü elemanı yetiştirme çabasına kadar iletişim eğitiminin varlığına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışmada Türkiye’de iletişim fakülteleri ve iletişim akademisyenleri bağlamında mevcut durumu sorgulayan ve bazı veriler ışığında öngörülere ulaşmaya olanak veren değerlendirmeler yapılmıştır. Mevcut durumunun barındırdığı karmaşık problemlere rağmen hem akademinin hem de sektörün genel fotoğraftan kaynaklanan yapısal sorunlara eğilmesi bir gereklilik olarak ortadadır.

Anahtar Sözcükler: İletişim Eğitimi, İletişim Akademisyenleri, İletişim Fakülteleri

Communication Education and Communication Academics: A General Evaluation in Light of Data

Abstract

Communication education can be assessed an area covers theoretical and practical education that multi discipliner branch of social sciences. Communication education is needed to produce intellectual knowledge to educate all personnel that needed to communication sector. This paper aims to investigate and evaluate present condition of communication faculties and communication academics in light of some data. Although present condition has some problems, academy and sector should seek solutions of structural problems arise general picture.

Key words: Communication Education, Communication Academics, Communication Faculties

1 Prof. Dr. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

2 Yrd. Doç. Dr. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Giriş

İletişim eğitimi yıllardan beri hem akademisyenler, hem öğrenciler hem de basın çalışanları arasında sıklıkla gündeme gelen, genellikle de yaşanan olumsuzlukların bolca dile getirildiği, her daim güncel bir tartışma konusu olmakla birlikte, sorunlar ve çözüm önerileri noktasında alınmış ciddi bir mesafeden söz etmek mümkün değildir; yıllardır tartışıla gelen sorunlar hala güncelliğini korumakta, sorunun içinde yer alan tüm muhataplar bu durumdan birbirini sorumlu tutmaktadır. Bu sorunların çoğalan iletişim fakülteleri ve artan öğrenci popülasyonu göz önüne getirildiğinde gün geçtikçe daha da çetrefilleştiği görülmektedir. Bu noktada taraflar arasında sağlıklı bir diyalog ortamı oluşabildiğini ya da hedefler konusunda bir uzlaşma iklimine ulaşabildiğini de söylemek oldukça güçtür. Öncelikle şunu belirtmekte yarar vardır. İletişim fakültelerindeki eğitimin kalitesiyle ilgili problemler alsında yaşadığımız 'coğrafya'dan eğitime düşen payla ilgilidir. Bugün iletişim fakültelerinin karşı karşıya kaldığı sorunlar eğitime ayırdığımız bütçeyle, hükümet politikalarıyla, üniversite yerleştirme sınavıyla, YÖK'ün uygulamalarıyla, öğretim üyelerinin motivasyonları ve yaşadıkları ekonomik sıkıntılarla, liselerimizde verilen eğitimle vs. birçok bileşenin ortaklaşa sergilediği bir sonuca işaret eder. Bu bağlamda birazdan tartışacağımız sorunların pek çoğu diğer fakültelerde de -işletme, iktisat, sosyoloji, güzel sanatlar, vs- benzer şekillerde yaşanmaktadır.

Son rakamlara göre Türkiye'deki iletişim fakültelerinin (açılması kararlaştırılan fakülteler ile birlikte) sayısı 50'ye ulaşmıştır. Açılan her yeni fakülte ile iletişim eğitimi tartışmaları biraz daha yoğunluk kazanmakta, fakülte yöneticilerinin 'artık yeni fakülte açılmasın' demeçlerine rağmen, ilgili ilgisiz pek çok üniversitenin bu alana yatırım yapmaya devam etmesi bu sorunu doruğa taşımaktadır. İletişim gibi, kent, üniversite ve fakülte üçgeninin son derece sağlıklı, altyapı gerekliliklerin yeterli olması gereken bir alanda, üniversitelerin bu denli cüretkar olması dikkat çekicidir. Çoğalan iletişim fakülteleriyle beraber, yakın zamanda mezun olacak öğrenci sayılarımız da her yıl on binlere ulaşacaktır. "Fakülteler meslek öğretmez, öğretmemeli" gibi bir yargıyla eğitimi tanımlasak dahi, bu fakültelerden mezun olan gençlerin bir istihdam kaygıları olduğunu görmezden gelmek olası değildir. Fakülteler kendilerini nasıl tanımlarsa tanımlasınlar, içinde yaşadığımız rasyonalite gençlerin üniversite eğitimine bir iş olanağı olarak baktığı ve bu eğitimden "fayda" beklediği gerçeğini yadsınamıza izin vermemektedir. Bu bağlamda iletişim fakülteleri olarak, mezunlarımıza gerekli istihdamı sağlayamadığımız, pek çok mezunumuzun farklı sektörlerde kendilerini konumlandırmak zorunda kaldıkları bilinmektedir. Kısacası mezunlar için öncelikle mesleki donanım kazanma ve sektörde kendine yer bulabilme adına bu fakültelerin hayal kırıklığı yarattığı kesindir; aynı şekilde pek çok sektör çalışanın da iletişim fakültesi mezunlarını yeterli görmediği, hatta "iletişim fakülteleri kapansın" söyleminin oldukça fazla gazeteci tarafından paylaşıldığını görmek de, okullu iletişimciler açısından hüznün vericidir.

Sorgulanması gereken en temel problem artan iletişim fakülteleriyle birlikte doğan öğretici ihtiyacının nasıl giderileceğidir. Öte yandan söz konusu sorunun kaynağına ulaşmak için tek bir noktada odaklanmak ve saldırgan bir tavırla suçlu aramak yerine, somut çözümler üretme adına özeleştirel bir yaklaşım tercih edilmelidir. Nitekim iletişim fakültelerinin yaşamakta olduğu bu sorun sadece fakültelerde verilen eğitimin niteliğiyle ilgili değildir. Düşük puanlarla, çoğu zaman tesadüfi olarak bu fakültelere yerleşen öğrencilerin somut faydaya yönelik tutumları, sektörün salt kendi gerçekliği doğrultusunda beklentileri, teoriye yönelik olumsuz yargısı, staj eğitimlerinde bile üzerine düşen eğitici rolü yerine getiremeyen bu kurumların iletişim öğrencilerini dışlayıcı ve iletişim fakültelerini suçlayıcı tavrı çoğu zaman üzüm yemek değil bağcıyı dövmekten öteye gide-mektedir. Elbetteki bu çok parçalı yapıda 'sorun'un çözümüne yönelik insiyatifi eline alması ve kendi sorunlarının tespiti yapması gereken kurum öncelikle iletişim fakülteleridir. Fakültelerimiz kendisinden kaynaklanmayan problemlere yönelik iyileştirmeler yapamasa da, en azından kendiyle ilgili problemlerin çözümü noktasında daha cesur adımlar atmalıdır. Bu bağlamda, bu çalışmada öncelikle iletişim fakülteleriyle ilgili temel tartışmalar ele alınacak, ardından içerik analizi yöntemiyle iletişim fakültelerinin web sitelerinden toparlanan güncel veriler doğrultusunda iletişim fakültelerinde yer alan akademisyenlere ilişkin ulaşılabilen veriler değerlendirilerek tartışılacaktır.

1. İletişim Fakültelerinin Kısa Tarihi

İletişim fakültelerinin tarihi gelişimine göz attığımızda Türkiye’de, gazetecilik okulu açılması düşüncesini ilk ortaya atan kişinin Ahmet Rasim olduğu bilinmektedir. Ahmet Rasim’in yaşadığı yıllarda gazetecilik okullarının daha yeni yeni açılmaya başlaması ve gazeteciliğin yeni bir bilim ve eğitim konusu olarak ortaya çıkması gazeteci Rasim’in dikkatinden kaçmamış ve gazetecilik okulu açılmasının gereğini şiddetle savunmuştur (Topuz 2003: 93). 1931 yılında çıkarılan basın yasası, gazete sahipleri, başyazarları ve genel yayın yönetmenlerinin lise veya yüksek okul mezunu olma zorunluluğunu getirince, İstanbul merkezli bir Gazetecilik Okulu’nun açılması yeniden gündeme gelmiş, fakat 1933 yılında bu yasanın iptaliyle birlikte bu proje bir süre daha gündem dışına itilmiştir. Ve nihayet 1948 yılında Fehmi Yayla, Türkiye’de ilk gazetecilik okulu olan İstanbul Özel Gazetecilik Okulu’nu açmıştır. ‘İstanbul Özel Gazetecilik Okulu’ üniversite düzeyinde bir eğitim kurumu olmamakla birlikte, Türkiye’de açılan ilk özel gazetecilik okulu olması bakımından tarihsel bir önem taşımaktadır. Matbuat alemine ve iş hayatına hazırlıklı eleman yetiştiren bir müessese olarak açılan okul, biri ortaokul üzerine 3 yıllık diğeri ise lise üzerine bir yıllık eğitim veren iki devreden oluşmaktadır. Okulun eğitimine 1963 yılında ara verilmiştir (İnuğur, 1988: 155-157).

Yine aynı yıllarda Gazetecilik Okulu’nun bir Üniversite bünyesinde açılmasına yönelik faaliyetler de başlamıştır. İstanbul Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Sedat Simavi İstanbul Üniversitesi Rektörlüğü’ne bir mektup yazarak, bir gazetecilik okulunu açmanın gereğinden bahsetmiş ve “gazeteciliğe merak edecek namzetler için umum, malumatı arttıracak, hak duygusunu telin edecek, ona iktisadi, hukuki ve içtimai malumat verecek müessese ancak bir Gazetecilik Enstitüsü olabilir” demiştir. Üniversite Senatosu Simavi’nin teklifini uygun bulmuş ve 1949 yılında aldığı bir kararla İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü kurulmuştur. Burada önemli olan nokta, Gazeteciler Cemiyeti’nin ülkemizdeki gazetecilik eğitiminin başlamasına öncülük etmesidir. Benzer bir durum Ankara’da da gerçekleşmiş ve Ankara Gazeteciler Cemiyeti üyelerinin çalışmasıyla Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi’ne bağlı Basın Yayın Yüksek Okulu 1965-1966 öğretim yılında eğitime başlamıştır.

Üniversitelere bağlı enstitülerin dışında, 60’lı yılların ikinci yarısında üç özel gazetecilik okulu açılmıştır. Bu okullar, halen bu alanda eğitim veren fakültelerin de temelini oluşturmaktadır. İlk gazetecilik özel yüksek okulu, 1966 yılında kurulan İstanbul Özel Gazetecilik Yüksek Okulu’dur. Okul, 1963 yılında faaliyetlerine son veren İstanbul Özel Gazetecilik Okulu’nun devamı olarak eğitime başlamıştır. Bu okul 1971 yılında devletleştirilerek İstanbul İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi’ne İstanbul Gazetecilik Yüksekokulu adıyla bağlanmış, 1973 yılında da öğretim süresi 4 yıla çıkarılmıştır. İstanbul Özel Gazetecilik Yüksek Okulu’nun adı 20 Temmuz 1982 tarihinde yürürlüğe giren 41 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile Basın-Yayın Yüksekokulu olarak değiştirilmiş ve Marmara Üniversitesi’ne bağlanmıştır. Gazetecilik alanındaki ikinci özel okul 1967’de Ankara’da açılan, “Başkent Özel Gazetecilik Yüksek Okulu”dur. Bu okul da 1981 yılında devletleştirilerek, Basın Yayın Yüksek Okulu adıyla Gazi Üniversitesi bünyesine alınmıştır. 1968’de İzmir’de kurulan İzmir Karataş Özel Gazetecilik Yüksek Okulu da 1971 yılında devletleştirilerek Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu adıyla Ege Üniversitesi Rektörlüğüne bağlanmıştır.

İstanbul, İzmir ve Ankara’nın ardından, 1972 yılında Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi kurulmuştur. 1992 yılında çıkarılan bir yasa ile basın yayın yüksek okulları iletişim fakültelerine dönüştürülmüştür. 1992 yılındaki önemli dönüşümden sonra, devlet üniversiteleri içinde yeni iletişim fakülteleri açılmıştır. 1993 yılında Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, 1994’de İstanbul’da Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi, 1997’de Erzurum’da Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Elazığ’da Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, 1998’de Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, 1999’da Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi kurulmuştur. Devlet üniversitelerinde iletişim fakültesi sayısı artarken, çeşitli devlet üniversitelerinin güzel sanatlar fakülteleri

bünyesinde iletişimle ilgili lisans programları, meslek yüksek okullarında iletişim, halkla ilişkiler, radyo ve televizyon yayıncılığı, fotoğrafçılık bölümleri ve özel iletişim eğitimi veren kuruluşlar açılmıştır. Devlet üniversiteleri bünyesinde iletişim fakültelerinin sayısı artarken, 1997 yılından itibaren vakıf üniversitelerinin kurulmasının yolu açılınca, vakıf üniversiteleri tarafından da iletişim fakülteleri açılmıştır. Bunlar arasında İstanbul'da 1997'de Yeditepe, Maltepe, Bilgi, 2000'de Bahçeşehir, 2001'de İstanbul Ticaret, Ankara'da 1997'de Başkent Üniversiteleri sayılabilir. Ayrıca Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Doğu Akdeniz, Uluslararası Kıbrıs, Yakınoğu, Lefke Avrupa Üniversitelerinde iletişim fakülteleri ve bölümleri kurulmuştur (Tokgöz, 2003).

Kuruluş kararı resmi gazetede yayımlanmış ya da üniversitelerin gündemlerinde kurulması için plan yapılan iletişim fakültelerinden de bahsetmek gerekir. Bunlar arasında, Uşak Üniversitesi, Hatay'da Mustafa Kemal Üniversitesi, Bursa Teknik Üniversitesi, Uluslar arası Antalya Üniversitesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Isparta'da Süleyman Demirel Üniversitesi sayılabilir.

2. İletişim Eğitimi ile İlgili Genel Tartışmalar

2.1. İletişim Eğitiminde İki Farklı Model

Genelde üniversite eğitiminin, özelde de iletişim eğitiminin yöneliminin ne olduğu ve ne olması gerektiği akademinin bitmeyen tartışma konularından biridir. Sektörün ve sermayenin süreci kendi lehlerine biçimlendirme çabalarına karşın, akademinin bu duruma gösterdiği direnç ve öğrencilerin beklentilerini yan yana getirdiğimizde ortaya ilginç bir kimlik bunalımının çıktığı söylenebilir. İletişim fakültelerinin de bu bağlamda sektörle olan ilişkisi başından beri tartışılmakta, ancak kurulum ve yönelimi göz önüne alındığında sektörle ilişkisinin kaçınılmaz olarak uyumlu olması öncelenmektedir. Erol Mutlu'nun da ifade ettiği gibi, bu fakültelerin de kurulumu bu yönde olmuştur: "Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulu'nun ve daha sonra kurulan basın/yayın eğitimi veren yüksekokulların kuruluş gerekçesi, Lazarsfeld geleneği çerçevesinde, sadece medya personelinin yetiştirilmesine duyulan gereksinimdir. Basın sektörünün SBF Basın ve Yayın Yüksekokulu'nun kuruluşundaki etkin katılımı ve talepleri bu gerekçenin somut kanıtıdır. Ne var ki endüstriyle basın ve yayın yüksekokulları arasındaki ilişki başlangıcından bugüne kadar Lazarsfeld'in Amerika için amaçladığı verimlilik ve işbirliği düzeyine de ulaşmamıştır. Basın endüstrisinin sık sık bu okullardaki mesleki eğitimi yetersizlikle eleştirmesi bu durumun somut bir göstergesidir. Basın endüstrisi okulları denetlemek istemekte, buna karşılık bu okulların üniversiter bünye içinde kurulmuş olmaları, dolayısıyla şu ya da bu ölçüde akademik bir geleneği paylaşmaları, bu denetimin gerçekleşmesini engellemektedir. Böylelikle bu okullar birbirine zıt, uzlaşması pek de mümkün görünmeyen iki yönsemeyi, kuruluş gerekçelerinden de kaynaklanan ve bu gerekçelerin hiç de eleştirilmemesi nedeniyle devam eden bir açmaz yaşamak durumundadırlar.

Bir yanda bu okulların endüstrinin talebine uygun olarak, yani endüstrinin de sözü geçecek biçimde sadece medya personelinin eğitim zemini olarak kalmaları; diğer yandan da ülkenin üniversiter yapısının özelliklerine uygun biçimde, gerçek anlamda akademik bir zemine oturtulmaları ve her türlü eğitim-öğretim faaliyetinin bu zemine dayalı olarak gerçekleştirilmesi ikilem doğurmaktadır. Henüz bu eğilimlerden biri diğerine ağır basmış değildir. Zira üniversite bünyesi içinde, bilimsel ve akademik kaygılardan arındırılmış bir eğitim-öğretim faaliyeti sürdürmenin olanağı (meslek yüksek okulu olarak düzenlenmiş kurumlar dışında) yoktur (Mutlu, 2005: 70-71)." Zira İstanbul Üniversitesi'nin de başlangıç hikayesinde sektörün etkisi son derece belirleyicidir. Gazeteciler yeni kurulacak bir Gazetecilik Enstitüsü aracılığıyla daha iyi gazetecilerin yetişeceği ileri sürmüşler ve çabalarının karşılığını kurulan İktisat Fakültesine bağlı Gazetecilik Enstitüsü ile almışlardır. Dolayısıyla Gazetecilik Enstitüleri, Basın Yayın Yüksekokulları ve nihayet İletişim Fakülteleri'nin kuruluş sürecinde iletişim sektörü bizzat bu okulların açılmasını istemiş ve bu okulları daha nitelikli iletişimciler yetiştirme yolunda son derece önemsemıştır. Görüldüğü üzere, medya endüstrisinin

talepleri, iletişim eğitiminin biçimlenmesinde, başından beri etkili durumdadır.

Tam da bu noktada Türkiye'deki iletişim fakültelerinde iki farklı eğitim modelinin benimsendiği söylenebilir. Bunlardan ilki iletişim eğitiminin akademik bir eğitim olduğu gerçeğinden hareketle, mesleki yeterliliklerden çok, bir sosyal bilim yetkinliğinin hedeflendiği eğitim modelidir. Sosyal bilimin ilgili disiplinlerinin harmanlandığı bu modele göre, iletişim eğitiminin iletişim mesleğini aşan boyutları vardır ve bu kuramsal zemin sağlanmadan mesleki pratiklerin öğrenilmesi yetersiz olacaktır. Bu yönetime göre kuram ile pratik birbirinden ayrılmaz. Ancak bir tercih yapmak gerekirse, teori pratiğin önünde yer almalıdır. Bu bağlamda piyasanın yönelimleri akademinin öncelikli ilgi alanına girmez ve iletişimcilerin misyonu endüstriyel çıkarlarının tatmininden çok daha fazlasını içermektedir. Meral Özbek'in çizdiği resim de bu tamlamaya uymaktadır: "İyi bir iletişimci, genel olarak içinde yaşadığı toplumun ve dünyanın temel meselelerini bilen ve bunları nasıl yorumlayacağı konusunda bir vizyon edinmiş bir yurttaş olma durumundadır. Herhangi bir yurttaş değil, kamusal bir iletişim ortamının kurulması sürecinde temel bir yeri olan bir yurttaş olarak iletişimci, kamusal sorumluluğu olan biridir ve dolayısıyla bu yönde yeterli bir biçimde donanmış, belli bir iletişim etiğine sahip olarak yetişmiş, bu yönlerde kendini kurma şanslarına sahip kılınmış biri olmalıdır. Bu ise, sadece toplumsal olarak mevcut olanın yapı ve işleyişini değil ama aynı zamanda olması gereken konusunda eleştirel bir perspektif edinmesinin mümkün kılındığı tercihler sunan bir eğitim ortamı ve programı gerektirir (Özbek, 1993: 325).

İkinci modele göre ise, sektörün beklentilerinin tatmini ve mezunların piyasa iş bulabilme imkanları önceliklidir. Dolayısıyla "piyasanın istediği iletişimcileri yetiştirmek" öncelikli bir hedeftir. Nitekim pek çok fakülte de misyonunu, sektöre eleman yetiştirmek, onların meslek yaşamlarında kendilerine katkı sağlayacak deneyimleri kazandırmak olarak tanımlamaktadır. Sözgelimi her iletişim fakültesi misyonunu ve amacını dile getirirken öğrencilerin piyasada iş bulabilme olanaklarına katkı sağlamayı öncelikli bir amaç olarak belirlemektedir. Vakıf üniversitelerin ilgili bölümlerine bakıldığında yönelimin tamamen piyasa odaklı olduğu görülmektedir. Aynı durum pek çok devlet üniversitesi için de geçerlidir. Özellikle yeni açılan vakıf üniversiteleri kendilerini diğerlerinden farklılaştırırken sektörle iç içe olduklarını, sektörden pek çok temsilcinin ders verdiğini, mezunlarına daha fazla iş olanağı sunduklarını ısrarla vurgulamaktadır. Bunun yanı sıra çoğu devlet üniversitesi de mezunlarının istihdamını önemli ve öncelikli bir hedef olarak görmektedir. Ağırlıklı olarak Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından tercih edilen birinci modele nazaran, piyasanın gerekliliklerini önceleyen ikinci model iletişim fakültelerinin sayısı gün geçtikçe artmakta ve iletişim eğitimi ile piyasa beklentilerini buluşturmaya pek çok kurum için birincil hedef olmaktadır.

2.2. İletişim Eğitiminde Eğitici Ya Da Öğretim Üyesi Sorunu

İletişim eğitimi dünyanın her yerinde özel becerilerin bir araya toplanmasını zorunlu kılan, belli bir kentsel birikimi gerektiren, altyapı organizasyonu ile pahalı, dinamik sektörüyle de her daim güncel ve yeni olmayı zorlayan bir doğaya sahiptir. Dolayısıyla oldukça yetkin kadrolara ve sağlam bir altyapıya gereksinim duyar. İletişim fakültenin bünyesinde hem iletişim disiplininden, hem de son derece disiplinler bir alan olduğu için diğer disiplinlerden bir akademik birikimin yanı sıra, reklamlar, halkla ilişkiler, gazetecilik, fotoğrafçılık, sinema, televizyon, grafik ve internet konularında uzmanlaşmış kadrolara ihtiyaç vardır. Dolayısıyla ülkemizin ancak gelişmiş kentlerinde oluşabilecek bir birikim iletişim eğitimi için gerekli olduğunu söylemek yanlış olmaz. Her ne kadar günümüzde üç büyük şehir iletişim fakültelerinin neredeyse yarıya yakını barındırıyorsa da, özellikle diğer yarının ne zaman yetkin bir iletişim eğitimi vereceği son derece belirsizdir. Kaldı ki, büyük şehirlerdeki iletişim fakülteleri de ciddi sorunlarla karşı karşıyayken, bu sorunların yeni fakültele ev sahipliği yapacak olan bazı şehirlerde nasıl giderileceği gerçekten de merak konusudur. Dolayısıyla sorunların başına yetişmiş öğretim elemanı ihtiyacını koymak, yanlış bir sıralama olmayacaktır. Kaldı ki, iletişimin bir disiplin olarak ülkemizin, yeni disiplinlerinden biri olması, fakülte düzeyindeki tarihinin henüz çok yeni olması, bugün açısından önemli oranda bir

eğitim-öğretim kadrosu ihtiyacını beraberinde getirmektedir. Büyük fakülteler, kadrolarını cazip tekliflerle gelen vakıf üniversitelerine kaptırmakta, yeni kurulan fakülteler ise iki iletişim yardımcı doçentini dahi bulamaz hale gelmektedirler. Dolayısıyla yetişmiş insan gücü, hele de kendi disiplininden gelen işgücü birikimi son derece kısıtlı olan iletişim fakülteleri, üniversitelerin diğer disiplinlerinden pek çok öğretim elemanına kucak açmak zorunda kalmışlardır. Dolayısıyla pek çok iletişim fakültesi, ciddi oranda “alan dışı” birikime ihtiyaç duymakta, fakat bu durumun ciddi sakıncaları beraberinde getirdiği gözlemlenmektedir. Bambaşka bir bağlamda yetişmiş, tarihçi, psikolog, hukukçu, sosyolog, işletmeci, veteriner, siyaset bilimci, vb. gibi farklı disiplinlerden gelen, hatta iletişimle ilgisi olmayan öğretim üyelerinin 21. yüzyıla iletişimci yetiştirmeye muktedir olduklarını düşünceleri son derece şaşkıncıdır. İletişim kökenli öğretim üyeleri diğer disiplinlere hep tereddütle yaklaşırken, asla bu fakültelerin hocası olmayı göze alamazken, diğer disiplinlerden gelenlerin iletişime aynı tereddüt ve saygıyla yaklaştıklarını söylemek olanaklı değildir. Ayrıca hala daha kendi disiplin geleneğini yaratamamaları iletişim fakültelerindeki eğitimin niteliğiyle ilgili olarak son derece yaşamsal bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. “Disiplinler tarihsel olarak bilgiyi örgütlemenin başlıca aracı olmuş ve yeni anlayışların üretimi için kalıplar olarak hizmet vermişken (Gür, 2003:181)”, iletişimde böyle bir yönelim standartlaşmasının olmamasının ciddi akademik sorunlara yol açtığı aşıkardır. Belki de bu yüzden, verilen teorik eğitim bir türlü anlamlı bir bütüne tekabül edememektedir. Şüphesiz ki iletişim disiplinler arası bir bilimdir. Fakat mevcut öğretim üyelerine baktığımızda, neredeyse her disiplinden gelenin içeri buyur edildiği, bir disiplin standardının bir türlü tutturulamadığı, “ne yapsan gider” mantığının hakim kılındığı bir akademik ortamı, disiplinler arası olarak nitelenecek bilimin özüne ihanettir. Dolayısıyla bu noktada nitelikli ve alandan öğretim elemanının azlığı, iletişim fakültelerinin sayısal yoğunluğu göz önüne alındığında karşımıza öncelikli sorunlardan biri olarak çıkmaktadır.

2.3. İletişim Eğitiminin Sektörel Karşılığı

İkinci tartışma noktası ise, sektör akademisi eşgüdümünde yaşanan sorunlardır. Görece öğretim elemanı problemini aşmış iletişim fakültelerinde bile karşımıza sıklıkla çıkan sorunlardan biri, iletişim eğitimi almış öğrencilerin sektördeki iletişim pratiklerinden uzak oluşudur. İletişim fakülteleri kendilerini nasıl tanımlarlarsa tanımlasınlar, sektörün iletişim fakültelerinde verilen eğitimi sıklıkla eleştirdiği bilinmektedir. Sektör sadece verilen pratik eğitimi değil, kuramsal eğitimi de yetersiz bulmakta, bu noktada iletişim eğitiminin doğasının sorgulanması kaçınılmaz hale gelmektedir. Öğrencilerin iletişim fakültelerine çok hazır gelmediklerini ve bir noktaya kadar yetiştireceklerini kabul etmekle beraber, “iletişim sektöründe iletişim fakültesi mezunları, neden uluslararası ilişkiler, işletme, iktisat, filoloji, sosyoloji, vb. gibi fakültelerin mezunları kadar değer bulmuyor?” sorusunun yanıtı bu alandaki pek çok problemi ortaya sermektedir. Şüphesiz ki, pek çok sektör, o konuya yönelik profesyonel donanımları olmayan kişiler tarafından tercih edilebilir. Sözgelimi, bir sosyolog çok başarılı bir tarihçi, veteriner işletmeci ya da iletişimci de ekonomist olabilir. Ama çok az sektör, belki de hiçbir sektör iletişimciler kadar kendi profesyonelleri yerine başka disiplinlerin profesyonelleriyle çalışmaya daha sıcak bakmaktadır. Sektördeki pek çok gazeteci, iletişim fakültelerinde verilen eğitimi, gazetecilik uygulamaları adına yetersiz bulmaktadır. Sözgelimi gazeteci Rıdvan Akar, konuyla ilgili şunları söylemektedir: “Benim iletişim fakültesi öğrencilerinde gördüğüm temel noksanlık, hemen hemen hiçbir pratik tecrübeye sahip olmadan üniversiteden mezun oluyor olmaları. Her şeyi teorik olarak biliyorlar ancak pratikte noksanlıkları olduğu için, öğrenciler bir üniversite mezunu gibi değil de, bir çırak gibi medya kuruluşlarında işe başlamak durumunda kalıyor. Ben şaşırarak dördüncü sınıf öğrencilerinin pek çoğunun haber yazamadıklarını görüyorum. Arkadaşlarımızın gazete ve televizyona göre haber nasıl yazılır, hangi noktalara dikkat etmeleri gerekir, bu konularda çok eksik olduklarını görüyorum. Bırakın bu ayrımı, imla kurallarını dahi yeterince bilmiyorlar. Bu şartlarda açıkçası ben tercih yapan öğrencilere, iyi gazeteci olmak istiyorsanız iletişim fakültesinde okumayın derim. Başka bir fakültede okursanız bir formasyon elde edebilirsiniz ve bu formasyonun gazetecilik mesleğinde çok faydasını görürsünüz (Akar, 2005).” Daha da ileri gitmek gerekirse, değil ulusal yayıncılık yapan kuruluşlar yerel basın

işletmeleri dahi iletişim fakültesi mezunlarına tereddütle yaklaştığı bilinmektedir. Şüphesiz ki bu kan uyuşmazlığının tek sorumlusu iletişim fakülteleri değildir. Sektördeki çalışma koşulları, ne tip haberlere değer verildiği, sahiplik yapısından kaynaklanan sorunlar ve yeni mezunlarını bu duruma adapte olmakta zorlanmaları gibi pek çok faktör yaşanır ve uyumsuzluğun derinleşmesine etki eden nedenler olarak görülebilir. Ama temel neden, “mezunlarımız basın kuruluşları için profesyonel bir değer taşımamalarıdır.”

Profesyonel değer, sektör akademi uyuşmazlığı tartışmalarında akademisyenlerin sözü sıklıkla iletişim etiğine getirmeleri bir anlamda çok haksız bir girişim değildir, ancak iletişim fakültesi mezunlarının “çok ahlaklı” olduklarını iddia etmek problemi çözmek için yeterli değildir. İletişim fakültelerinde öğretilen etik ilkelerin çoğu zaman piyasada karşılığının olmaması bir etkidir, ama esas yoğunlaşmamız gereken nokta, piyasada hangi anlayışla karşılaşırса karşılaşınlar, çok çizgisel bir biçimde mezunlarımızın yaptıkları “iş”teki yetkinlikleridir. Bu noktada iletişim fakültelerinin de, bu hedefi önemsemedikleri söylenemez. Aksine önemsenmekte, buna dönük olarak iyileştirme çabaları gündeme alınmakta ama sektör profesyonelleri tarafından ürünlerimiz olan öğrencilerimiz bir türlü “yeterli” bulunmamaktadır. Şüphesiz ki, iletişim adı altında da olsa bir fakültenin görevini sadece mesleki becerilerle sınırlandırmak kısır bir hedef tespiti olur. Ama hedeflerden biri de olsa, mesleki beceri kazandırmada iletişim fakültelerinin yeteri kadar başarılı olmadığını açıklar.

İletişim fakültelerinde mesleki beceri kazandırmayı hedefleyen derslerin pek çoğunun, öğrencilere gerekli donanımı sağlayamadığı görülmektedir. Haber yazma teknikleri, kısa film, belgesel, halkla ilişkiler kampanyaları, reklamda yaratıcılık uygulamaları, web tasarımı, foto muhabirlik, fotoğraflık uygulamaları, masa üstü yayıncılık gibi pek çok mesleki dersin, öğrencileri ilgili konularda yetkinleştirdiğini söyleyebilmek kolay değildir. Bunda da en önemli faktör olarak uygulama araçlarının yetersizliği, özel uygulama gerektiren bu tip derslerde öğrenci sayısının fazla olması ve öğretim üyelerinin ilgili pratik derslere yatkın olmamaları gösterilebilir. Fotoğraf makinesiz fotoğrafçılık, kamerasız kamera dersleri şaka değil sıklıkla karşılaşılan bir eğitim gerçeğidir. Stüdyosu olan iletişim fakültesi sayısı parmakla sayılıdır. Aynı şekilde pek çok derste de, öğrencilere pratik yapma olanağı sağlanmamaktadır. Özellikle mesleki beceri kazandırmaya dönük bu derslerde, öğrenciler ne kadar çok pratik yaparlarsa o kadar yetkinleşebilirler. Bazı üniversitelerde hiç röportaj yapmadan mezun olan gazetecilik bölümü öğrencilerine dahi rastlanmaktadır. Ayrıca bu tip derslere giren öğretim görevlilerinin de ne kadar yetkin olduğu ayrı bir tartışma konusudur. Gazetelerin kapılarından dahi içeri girmemiş, kampanya planlamamış, bir sette bulunmamış, mesleki iletişim dersleri evreniyle ilgili olarak sadece kitabı ya da klişeleşmiş bilgilere sahip olan öğreticiler doğal olarak öğrencilerine iletişim ile ilgili bir enerji aktarımı sağlayamamaktadır. Bu durumda bu tip dersler için dışarıdan profesyonel öğretim elemanı getirmenin de, ilgili problemlerin çözümü adına her zaman işlevsel bir katkı sağladığı söylenemez. Çünkü bilinen ifadesiyle, genelde “anırlarını anlatan” bu profesyoneller kendi işlerindeki başarılarını, bir ders bağlamında aynı düzeyde öğrencilerine aktaramayabilmektedirler. Zaman zaman pek çok profesörden daha fazla derslerini sahiplenen bu öğretim üyeleri, çoğu zaman dersi işleme ve bir sistem dahilinde öğrenciyi yetiştirme konusunda başarılı olamamaktadır. İyi profesyonel olmakla, iyi bir öğretim üyesi olmak her zaman denk gelmemekte, bu durumda ilgili dersin meslek profesyoneli tarafından verilmesinden öğrenci çok somut düzeyde fayda sağlayamamaktadır.

Bu noktada sözü iletişim fakültelerinin pratik yapmalarına en çok olanak sağlayan uygulama birimlerine getirmek gerekir. Pek çok üniversitede çeşitli uygulama birimleri olmakla birlikte, buralarda sektöre rahatlıkla adapte edilebilecek, yetkin uygulamaların hayata geçemediği görülmektedir. Sözgelimi, hemen her iletişim fakültesinin bir uygulama yayını bulunmaktadır. Belki çok daha ciddi bir çalışmanın araştırma nesnesi olabilir ama bu yayın organlarının, bazılarının piyasayı küçümseyen, eleştiren ama iş “üretmeye” geldiği zaman piyasada asla tutunamayacak öğretim üyeleri tarafından kelimenin tam anlamıyla “beceriksizce” koordine edildiği görülmektedir. Bu yayının organları, genç iletişimcilerin kendilerini yetiştirdikleri yayın organları olmak yerine, dekanlık

ve rektörlüğün ne kadar başarılı işlere imza attığını eşe-dosta duyuran propaganda bültenlerine dönüşmüş durumdadır. Dolayısıyla kendi medyalarında “iyi habercilik” yapma şansı bulmayan öğrenciler, piyasaya girdiklerinde haber takip etmeyi, sosyal çevre edinmeyi ve haber metinlerini yetkin bir şekilde kurgulamayı –doğal olarak- başaramamaktadırlar. Esasta uygulama birimlerinin mezun olacak gençler için, son derece işlevsel antrenman sahaları olmaları beklenir; çünkü adı üstünde temel işlevleri öğrencileri uygulamaya yönlendirmektir; fakat ortaya çıkan ürünlere bakıldığında bu birimlerin “verim” anlamında ciddi açıdan sorgulanmaları gerekmektedir. Bu noktada bazı fakültelerin hala daha eski alışkanlıklarını devam ettirdiklerini görmekle birlikte, Marmara, Galatasaray, Selçuk, Erciyes, Bahçeşehir, Yeditepe, İstanbul Ticaret ve Akdeniz Üniversitelerinde sivil bir anlayışla uygulama birimlerinin yapılandırıldıklarını görmek mesleki gelişim adına oldukça sevindiricidir.

2.4. İletişim Fakültelerinin Kuramsal Birikiminin Yeterliliği

Sektörle kurulacak ilişkinin biçimi öncelikle her fakülte için bir tercih meselesidir. Mezunların iş bulamaması pek çok akademisyen için “teknisyen yetiştirmek hedeflenmediği” için öncelikli bir değerlendirme kriteri olmayabilir. Ancak “dünyaya eleştirel bir gözle bakabilen, bilimsel araştırma yapabilen, sosyal bilimlerin farklı disiplinlerine vakıf ve disiplinlerarası yolculuklara cesaretle çıkabilen” iletişimcileri yetiştirdiğimiz iddiasının da ne kadar “doğru” olduğunun iyi sorgulanması gerekir. Bu noktada da iletişim fakültelerinin akademik birikim anlamında da sorunlu olduğunu kabul etmek gerekir. İletişim pratiklerindeki yetkinlik anlamında kıyasıya eleştirilen iletişim fakülteleri, kuramsal birikim açısından da çeşitli sorunlar yaşamaktadır. Bu noktada eleştirilerini genel olarak sektörün olumsuzlukları üzerine inşa eden iletişim fakültesindeki öğrencilerin performansları da mutlaka sorgulanmalıdır. İletişim fakültelerinde görev yapan öğretim kadrosunun öğrencileri sektöre yeteri kadar hazırlamadıkları gibi, teorik düzeyde de onlarda bir “araştırma isteği” uyandırdıklarını söylemek çok zordur.

Aynı şekilde, pek çok ders programı, hele de globalleşmenin bu kadar yoğun yaşandığı bir ortamda “günün dilini” doğru ve yetkin bir şekilde konuşma konusunda ciddi problemler içermektedir. Yeni yönelimler, gündemdeki tartışmalar ve gündem dışına düşen eğilimlerin doğru analiz edilip, ders programlarını bu doğrultuda yenileyen fakülte sayısı oldukça azdır. Hele de art arda açılan iletişim fakültelerini göz önüne getirdiğinizde, durum daha da acı verici bir hale dönüşmekte, zaman zaman yapılan şu eleştiriler fakültelerin sıradan gerçeği haline gelmektedir: “İletişim eğitimi veren fakültelerde çoğunlukla ders programının bölümlere göre değil de, o bölümde görev yapan öğretim üyelerinin branşlarına uygun olarak düzenlenmesi yoluna gidilmiştir. Örneklerini çoğaltabileceğimiz bu olaylar, yüksek bir puanla iletişim eğitimi almak üzere fakülteyi kazanmış öğrencilerin birçoğunda hayal kırıklığı ve küskünlük yaratmaktadır. Ancak bunu söylerken, özellikle meslek derslerinde konusuna hakim, altyapısı sağlam ve gerekli bilgilerle tam olarak donatılmış öğretim kadrosuna duyulan ihtiyaç doğusundan batısına, yeni açılanlarda daha çok olmakla birlikte, tüm iletişim fakülteleri için genel bir sorun olarak karşımızda durmaktadır (Bingöl ve Yılmazkol, 2000: 471).

Bu noktada bir başka önemli gösterge de, iletişim alanına yapılan yayınlardır. İletişim akademisyenleri tarafından oluşturulan, iletişim literatürüne alıcı bir gözle bakıldığında, yapılan yayınların pek çoğunun yeni bir şey söylemek amacı taşımadığı görülmektedir. Bu kitaplar daha çok pragmatist faydaları için yayınlanmış doktora ya da doçentlik tezlerinin basılmış hallerinden fazlası değildir. Bu “akademik” kitaplar genelde, özel bir okur kitlesini, özellikle de juriyi hedeflemiş, yazarın öznelliğinin geride kaldığı, “ben” diyemeyen, akademik standartlar açısından uygun ama hayata dair yeni bir şey söyleme kaygısı duymayan metinlerden oluşmaktadır. Ya da ders kitabı olarak tasarlanmış bu metinler, iletişim alanında yaşanan güncel sorunlara yanıt bulma konusunda pek doyurucu değildir. Yazılan metinlerde pragmatist kaygıların baskın olduğu, hissediş, duyuş, merak, öfke, tavır ve duyarlılık gibi duyguların ilgili metinler bağlamında bir “değer” ifade etmediği

görülmektedir. Bu konuda ciddi bir kalitesizlik ve ciddiyetsizliğin hüküm sürdüğünü iddia etmek, yanlış olmayacaktır.

Ayrıca akademik dergilerin, ulusal-uluslar arası iletişim sempozyumlarının ya da yapılan diğer akademik faaliyetlerin niteliğinde de, sık sık gündeme geldiği üzere ciddi sorunlar vardır. Yükseltme kriterlerinin “olabildiğince” subjektif yapılandırıldığı, bilimsel ölçütün “yayın yapmak”, “kongrelere gitmek”le tanımlandığı bir ortamda bu dilin hakkını veren pek çok iletişim akademisyeni olduğunu görmek sürpriz değildir. İletişimin “pazarının” genişliğinin, “gözükmeyi”, “pazarlamayı” ve “iş kapmayı” öneleyen, oldukça pragmatist bir akademisyen kuşağına cesaret verdiği kesindir. Geçmişin toplumcu ya da kendi halindeki hocalarının –“flaneur” edasında tek tük fakülte koridorlarında görünen- yerini prezentabl ve çok şeye muktedir, cesur ama “üretim kabızı” bir kuşağın almakta olduğunu görmek de hüzün vericidir. İlgili kuşağın üretimlerine baktığımızda da, “gürültü”nün yoğun ama “ses”in oldukça kısık olduğu görülmektedir. Bu noktada İrfan Erdoğan’a hak vermemek elde değildir: “Biz de çalışmamaya yönelik o kadar çok neden var ki, aynı zamanda bilgiçlik sağlamaya yönelik nedenler bunlar. Çünkü sen profesörsün ve bilgiçlik taslamak lazım. Bilgi üretilmiyor. Bunun en önemli nedeni, akademide öyle bir gelenek kurulmuş ki, bu gelenek üretmemenin teşviki üzerine temellenmiş. Üretim ilişkileri de öyle bir temellenmiş ki, aslında üretim var ama bunun bilimle alakası yok. İletişim alanında gelişmemizi sağlayacak bir üretim yok. Aynı zamanda akademinin topluma faydası bağlamında da bir gelişim yok. Olmaz zaten. Üretim tarzı böyle bir ilişkiyi üretmez çünkü. Sözgelimi çoğu araştırmada, araştırmacının kaygısı doğruyu bulmak değil, “akıllıca” eline geçirdiği bu gücü akıllıca kullanıp kendi çıkarına bir şeyler sağlamak ve kendini ilerletmek. Öyle adamlar var ki, yaptığının birilerinin çıkarına uygun olsun diye iş yapıyor ve birileri kendi çıkarına uygun iş yapan bu adamı bir yere getiriyor. Dikkat edersen ilişkinin tarzı bu şekilde (Erdoğan, 2006: 22). Böyle bir atmosferde Tosun Terzioğlu’nun yol haritası, belki bazı akademisyenlerin mesleki sorumluluklarını yeniden gözden geçirmeleri noktasında uyarıcı vazifesi görebilir: “Akademisyenler olarak akademik başarı kavramını belki yeniden tanımlamalıyız. Makale yazmak, makale bastırarak veya sadece statümüzü onaylatmak amacıyla bilimsel toplantılara katılmaktan ibaret, dar anlamlı başarıların ötesinde bir şeyler aramalıyız. Başarıyı tanımlayacak ölçütlerimize yeni boyutlar katmalıyız. Araştırmanın amacı bir olgu ya da olayı daha iyi anlamak, bilinenden farklı ve özgün bilgi üretmek olmalı. Biz kendimiz bir şeyi daha iyi anlarsak daha da iyi anlatırız. Ders vermeyi araştırmayla, farklı ve yeniyi aramakla işi çözen bir iş olarak görebilmeliyiz. Bölümümüz dışında başka bölümler, üniversitemiz dışında başka üniversiteler olduğunu hatırdan uzak tutmamalı ve elimize fırsat geçtiğinde disiplinler arası maceralara girmekten çekinmemeliyiz (Terzioğlu, 2003: 7).

2.5. Diğer Temel Tartışmalar

Kısacası tüm bu göstergeleri bir araya getirdiğimizde hem teorik olarak, hem de pratik olarak pek çok sorunun iletişim eğitimini parsellediği görülmektedir. Şüphesiz ki yetersiz teori, uygulamasız pratik, özgün bir dile ulaşma çabası içinde olmayan akademisyenler sadece İletişim Fakülteleri’ne özgü bir Türkiye gerçeği değildir. Muhtemelen iktisat, işletme, eğitim, fen-edebiyat, siyasal bilgiler fakültelerinde de benzer sorunlar bulunmaktadır. İletişim özelinde bu sorunları çok önemli kılan noktalardan biri de, gerçekten iletişim sektörünün rekabet koşullarının sert olması ve pek çok farklı disiplinden gelen gençlerin burada pay kapma yarışına girmeleridir. Disiplinler arası bir eğilimle biçimlenen iletişim fakülteleri, diğer fakültelele kıyasla her şeyin “biraz” öğrendiği bir görünüm sergilemektedir. Gerçekten de, teorik derslere baktığımızda ekonomiden sosyolojiye, psikolojiden siyasete, tarihten hukuka kadar uzanan geniş bir yelpazeye karşılaşılmaktadır. Fakat temel problem tüm bu renkler birleştiğinde ortaya manalı bir bütünlük çıkmamasıdır. Her ders-ten bir parça almak, tüm bu dersleri iletişim bağlamı içinde özümsemek sonucuna çoğu zaman öğrencileri ulaştırmamaktadır. Bu da doğal olarak güvensiz, uzmanlığı olmayan, sinik bir mezun prototipini kaçınılmaz kılmaktadır. Diğer sosyal bilim fakültelerinin iletişime göre en büyük artısı, hiç olmazsa bir konuda uzmanlık vaad ediyor olmalarıdır. Uzmanlığın yanı sıra, diğer fakültelerin

verdiği eğitimin, daha eski ve kurumsallaşmış olmaları da, iletişime kıyasla daha güvenilir kabul edilmelerine yol açmaktadır. Sözgelimi ekonomi muhabirliği için, iktisat fakültesi mezunları, ekonomi haberciliği dersi almış olan iletişim fakültesi mezunlarına göre çok daha avantajlı oldukları bilinen bir piyasa gerçeğidir.

Diğer fakültelerin bir diğer avantajı da, iletişim fakültelerindeki eğitim bütünlüğünün olumsuz imajıdır. Özellikle 4. sınıfta okula devam eden öğrenci sayısının son derece az olduğu bilinmektedir. Pek çok öğrenci, öğrenciliği döneminde çalışmaya başlamakta ve full-time bir işte çalışmanın okulunu engellemeyeceğini, engellememesi gerektiği düşünmektedir. Fakülte yönetimleri, bu süreci engelleme adına devam zorunluluğunu gündeme getirirse de, öğrencileri mutlak ikna etme konusunda başarılı olduklarını iddia etmek zordur. Hayatlarını istihdam olacakları işe göre planlayan gençler, okulla iş arasında bir tercih yapma noktasına geldiklerinde çoğu zaman işi tercih etmekte ve buldukları bu "fırsatı" okulu uzatma uğruna heba etmek istememektedir. Dolayısıyla iletişim fakültesi mezunu olmanın, istihdama yönelik somut bir katkısı olmadığı için çoğu öğrenci için ön planda olmadığı ileri sürülebilir. Bu olumsuzluğun ve ortamın pek çok gazete çalışanı da farkında; doğal olarak mezunların sektöre girdiklerinde çok da saygı görmedikleri, hatta diğer fakülte mezunlarına kıyasla "geri" kabul edildikleri bilinmektedir. Çünkü standartları sektör çalışanları tarafından bu denli bilinmeyen başka bir fakülteden mezun olmak, çoğu zaman hiç olmazsa bir konuda "iyi olmak" ya da "kötü olmamak" anlamına gelmektedir.

İletişim fakültelerinin "sağlam" bir disiplin eğitimi verememelerinin yanı sıra, bir diğer ciddi dezavantajı da, mezunlarına yabancı dil katkısını gereği kadar yapmamasıdır. Yabancı dil, iletişim alanı için son derece yaşamsal bir öneme sahiptir. Fakat, özellikle devlet üniversitelerinin çoğunda yabancı dil eğitimi, adeta yasak savarcasına verilmekte ve mezun öğrenciler yabancı dil konusunda güven sahibi kılınmamaktadır. Pek çok yönetici için yetkin bir yabancı dil bilgisi, tercih nedeni olurken bu noktada -fazla etkin olamayan hazırlık sınıflarından geçmiş olsalar bile- iletişim fakültesi mezunları görece geride kalabilmektedir. Özellikle İngilizce bölüm mezunlarının, mesleki pratiklerinin azlığına rağmen iletişim fakültesi mezunlarından daha fazla saygı görmesinin ardında yatan temel neden de dil bilmeleridir. Yabancı dil bilmenin, bu denli ayırt edici olduğu bir süreçte, geçmişte alaylılarla rekabet içinde olan, fakat günümüzde artık "alaylı" rakipleri piyasadan silinen gazeteci adaylarının yeni rakipleri, sosyal ve fen bilimlerin diğer bölümlerinden mezun olan, daha vizyonlu oldukları genel kabul görmüş, İngilizceye hakim gençlerdir. Yabancı dil meselesini halledememiş fakültelerin, mezunlarına istihdam olanağı sağlama konusunda çok da şansları olmadığı ortadadır ve maalesef iletişim fakülteleri de bu yetkinliği öğrencilerine kazandırma konusunda genel olarak başarılı değildir.

Bir diğer önemli problem de, son yıllarda özellikle İstanbul merkezli saha sektörel ve esnek örgütlenmelerin iletişim eğitimi alanına girmeleri ve fakültelerin 4 yılda verdikleri eğitimden çok daha fazlasını çok daha kısa sürede vermeyi vaat etmeleridir. Televizyon gazeteciliği, spor muhabirliği, kısa film, belgesel, fotoğrafçılık, halkla ilişkiler ve reklam alanında pek çok sektörel ortak girişim sertifika programları düzenlemekte ve bu anlamda bazı popüler isimlere ders verdirerek iletişim fakültelerinden rol çalmaktadır. Bu esnek girişimlerin ataklarına karşılık verebilen fakülte sayısı fazla değildir. Ağırlıklı olarak bürokratik sorunlarla boğuşan ve yaşanan değişimi takip edemeyen fakülteler, ilerleyen zamanlarda bu konudaki tekellerini ciddi ölçüde kaybetme tehlikesiyle karşı karşıyadır. "Üniversitelerin gitgide kamu alanının aktif ve etkileyici üyesi olma pozisyonunu yitirdiği (Tekeli, 2003: 140) bir ortamda, daha yalın, daha esnek ve daha girişimci örgütlerin bir zamanlar üniversitelerin egemenliği altında bulunan mekanları işgal etmesi son derece anlaşılırdır; çünkü üniversitenin iş örgütlenmesi bu yeni koşullar altında birçok alanda bu değişimle rekabet edecek durumda değildir (Greenwood ve Lewin, 2003:76). Yaşanan değişimin bu denli dışında kalan fakültelerin daha esnek ve profesyonel bir idari yapıya sahip olmadan, prestijlerini koruyabilmeleri mümkün değildir. Özellikle teknolojik değişimin bu denli yoğunlaştığı bir ortamda, fakültelerin aşağıdan pek çok yeni bilgiyle gelen gençleri tatmin edecek yeterliliğe ulaşmaları,

kendi konuları açısından son derece önem taşımaktadır.

Son olarak tüm yükseköğretim kurumlarındaki ekonomik sorunlar da iletişim eğitiminin daha yetkin olabilmesinin önündeki önemli engellerden biri olarak görülmektedir. 2006 yılında Gazi Üniversitesi'nde yapılan araştırma, öğretim elemanlarının yaşadığı sıkıntıları net bir şekilde ortaya koymaktadır. Araştırma sonuçlarına göre, öğretim elemanlarının üçte birinin her zaman ek iş yapma gereksinimi duydukları ortaya çıktı. Öğretim elemanlarına göre, yaşadıkları en önemli sorun sırasıyla ücret düşüklüğü, çalışma koşullarının olumsuzluğu ve yükselme zorlukları. Belki de en dramatiği, Türk üniversitelerinde çalışan öğretim elemanlarının, dörtte üçünün iş doyum düzeyi orta ve düşük düzeyde olmasıdır (Özdemir, 2006: 577–578). Bu konuda daha yakın zamanda yapılan bir diğer araştırma da Gazi Üniversitesinin verilerini doğrulamaktadır. Türk Eğitim-sen tarafından 2009 yılında yapılan araştırmanın sonuçlarına göre akademisyenlerin en önemli sorunu yüze 44.4 ile ücret seviyesinin düşüklüğü olarak ortaya çıkmıştır (Bilgin, 2010: 193). Böyle bir atmosferde, gereği kadar motive olamayan öğretim üyesinin, doğal olarak bu olumsuzluğu öğrencilere yansıttığını ve arada sağlıklı olmayan bir iletişim biçiminin kendi kendine yeşerdiğini vurgulamak gerekir. Özellikle üniversitenin geleceğini oluşturan araştırma görevlilerinin aldıkları düşük ücretlerin onların mesleki heveslerini olumsuz etkilediği de önemli bir problem olarak göz ardı edilmemelidir.

2.6 İletişim Fakülteleri Öğretim Üyelerinin Genel Görünümü

Bu başlık altında Türkiye'de yer alan iletişim fakültesi öğretim üyelerinin sayısı, cinsiyeti, eğitim gördükleri alanlar gibi temel düzeyde değerlendirme yapmaya olanak sunacak verilere değinilmektedir.

3. Yöntem

Çalışma, iletişim fakültelerinde yer alan öğretim üyelerinin sayısı, cinsiyet dağılımı, lisans ve doktora eğitimlerinin iletişim alanı ile ilgili olup olmadığı, iletişim fakültelerinin coğrafi dağılımı gibi konularda temel verilere dayalı olarak yorumlar sunmaktadır. Çalışmada, var olan bir durumu ortaya koymaya yönelik olarak niceliksel betimleme yöntemi kullanılmıştır. İletişim Fakülteleri Ortak Platformu web sayfasında yer alan iletişim fakülteleri listesi evren olarak kabul edilmiştir. 17-22 Ağustos 2011 tarihi arasında web sayfalarına erişim sağlanmıştır. Fakülte web sayfalarından bölümlere ilişkin alt sayfalara ve öğretim üyelerinin özgeçmiş bilgilerine ulaşılmıştır. Ancak yeterli düzeyde bilgiye ulaşılamayan ya da hakkında hiç bilgi olmayan öğretim üyelerinin varlığı, çalışmanın sınırlılığı olarak kabul edilebilir.

Erişim sorunu yaşanan 1 adet fakülte web sayfası, fakülte ile ilgili hiç içerik sunmayan 3 adet iletişim fakültesi web sitesi belirlenmiştir. Dolayısıyla 4 adet iletişim fakültesine ilişkin veriye, ulaşılamamıştır. Çalışmada yapılan sınıflamada, yaygın olarak kabul gören “öğretim üyesi” tanımlamasına uygun olarak ders verenler sınıfında değerlendirilen “yardımcı doçent doktor”, “doçent doktor” ve “profesör doktor” unvanları kullanılmıştır.

Bölgümlere Göre Öğretim Üyesi Dağılımı

Halkla İlişkiler Ve Tanıtım	Yardımcı Doçent Dr	Doçent Dr	Profesör Dr	Toplam
Erkek	32 (%35)	12 (%27)	16 (%52)	60
Kadın	61 (%65)	32 (%63)	15 (%48)	108
Toplam	93	44	31	168

Halkla İlişkiler programı Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Reklamcılık ve Halkla İlişkiler gibi isimlerle 35 üniversitenin eğitim-öğretim programında yer almaktadır. Üniversitelerin iletişim fakülteleri içinde müfredat bakımından en yaygın ikinci bölüm olarak yer bulmaktadır. Öğretim üyesi sayılarına bakıldığında kadın akademisyenlerin erkeklere oranla sayıca daha fazla olduğu belirtilir. Akademik kadroların dağılımı açısından yardımcı doçent sayısı diğer kadrolara oranla sayıca daha fazladır.

Gazetecilik	Yardımcı Doçent Dr	Doçent Dr	Profesör Dr	Toplam
Erkek	45 (%63)	24 (%57)	18 (%51)	87
Kadın	26 (%37)	18 (%43)	17 (%49)	61
Toplam	71	42	35	148

Gazetecilik programı Basın ve Yayın gibi farklı isimle toplam 26 üniversitenin iletişim fakültesinde yer almaktadır. Öğretim üyesi sayısı açısından değerlendirildiğinde halkla ilişkiler ve tanıtım bölümünden farklı olarak erkek akademisyen sayısının daha fazla olduğu belirlenmiştir. Akademik kadroların dağılımı açısından yardımcı doçent sayısı diğer kadrolara göre sayıca daha fazladır.

Radio Televizyon Ve Sinema	Yardımcı Doçent Dr	Doçent Dr	Profesör Dr	Toplam
Erkek	41 (%53)	16 (%41)	17 (%40)	74
Kadın	37 (%47)	23 (%59)	25 (%60)	85
Toplam	78	39	42	159

Radio Televizyon ve Sinema bölümü halkla ilişkiler ve tanıtım ve gazetecilik bölümlerinden daha yaygındır. 36 üniversitenin iletişim fakültesinde bölüm olarak yer almasına karşılık öğretim üyesi sayısı bakımından halkla ilişkiler bölümünden daha az öğretim üyesine sahiptir. Radio televizyon ve sinema bölümü, sinema ve televizyon ya da radyo sinema ve televizyon gibi isimlerde müfredatta yer almaktadır. Öğretim üyesi sayısı açısından bakıldığında halkla ilişkiler bölümü gibi kadın akademisyen sayısı erkeklere oranla daha fazladır ancak, halkla ilişkiler bölümü gibi yüzde olarak daha ağırlıklı değildir. Akademik kadroların dağılımı açısından ilginç bir biçimde toplam profesör dr sayısı diğer bölümlere göre daha fazladır.

Görsel İletişim Tasarımı	Yardımcı Doçent Dr	Doçent Dr	Profesör Dr	Toplam
Erkek	13 (%57)	2 (%50)	8	23
Kadın	10 (%43)	2 (%50)	-	12
Toplam	23	4	8	35

Görsel iletişim tasarımı bölümü, iletişim tasarımı ya da görsel sanatlar ve görsel iletişim tasarımı adıyla toplam 18 iletişim fakültesi programında yer almaktadır. Gazetecilik, halkla ilişkiler ve tanıtım gibi geleneksel bölümlere göre program olarak kuruluş tarihi daha yenidir. Bu nedenle öğretim üyesi sayısı bakımından da diğer üç bölümün gölgesinde kalmaktadır. Devlet üniversitelerinde akademik kadroların artırılması yeni bölüm açılması ya da ikinci öğretim programlarının açılması-na bağlı olduğu için gelecekte sayı olarak bu bölümün artması beklenebilir.

Bölümü belirsiz öğretim üyeleri	Yardımcı Doçent Dr	Doçent Dr	Profesör Dr	Toplam
Erkek	18 (%38)	6 (%38)	10 (%50)	34
Kadın	29 (%62)	10 (%62)	10 (%50)	49
Toplam	47	16	20	83

Fakülte web sitelerinde fakülte öğretim üyesi kadrolarının topluca verildiği üniversiteler bulunmaktadır. Öğretim üyelerinin hangi bölümde çalıştığına dair net bilgi olmadığı için "bölümü belirsiz öğretim üyeleri" başlığı ile toplam sayı belirlenmiştir. Tüm diğer bölümler gibi bu durumda da yardımcı doçent dr popülasyonunun diğer kadrolara göre sayıca fazla olduğu söylenebilir.

Diğer bölümler	Yardımcı Doçent Dr	Doçent Dr	Profesör Dr	Toplam
Erkek	17 (%40)	6 (%43)	11 (%69)	34
Kadın	25 (%60)	8 (%57)	5 (%31)	38
Toplam	42	14	16	72

İletişim fakültelerinde yer alan gazetecilik, halkla ilişkiler ve tanıtım, radyo televizyon ve sinema ve görsel iletişim tasarımı bölümleri dışında, medya ve iletişim sistemleri, fotoğraf ve video, televizyon haberciliği ve programcılığı sanat yönetimi gibi sayıca az olan bölümlerde yer alan öğretim üyeleri sayısı ayrıca hesaplanmıştır. Bu tabloya bakıldığında özellikle yardımcı doçent dr düzeyinde ve kadın akademisyenlerin sayısı fazladır.

Kadro (toplam)	Erkek	Kadın
Yardımcı Doçent Dr.	166	188
Doçent Dr.	66	93
Profesör Dr.	80	72
Toplam	312	353

Akademik kadroların toplamına bakıldığında profesör dr kadroları dışında kadın akademisyenlerin sayıca fazla olduğu, profesör kadrolarında da kadın profesör sayısının erkek profesörlere yakın olduğu belirtilebilir. Tüm bölümlerin toplam öğretim üyesi sayısında ise kadın akademisyenler erkeklere oranla daha fazladır. Tüm akademisyen sayısı ise ulaşılabilen toplam 40 iletişim fakültesi web sitesinde toplam 665 öğretim üyesidir. Ancak fakültelerin web sitelerinde görünmeyen ya da iki farklı fakülte ya da bölüm kadrosunda görünen öğretim üyeleri de bulunmaktadır. Kabaca söylemek gerekirse yaklaşık 700 öğretim üyesinin çalıştığı bir iletişim akademisinden bahsedilebilir.

Yardımcı Doçent Dr.	Toplam	Belirlenmiş olanlar
Lisans eğitimi İletişim alanı	354	105
Doktora eğitimi İletişim alanı	354	165
Hem lisans hem de doktora eğitimi İletişim alanı	354	107
Doçent Dr.	Toplam	Belirlenmiş olanlar
Lisans eğitimi İletişim alanı	159	57
Doktora eğitimi İletişim alanı	159	75
Hem lisans hem de doktora eğitimi İletişim alanı	159	49
Profesör Dr.	Toplam	Belirlenmiş olanlar
Lisans eğitimi İletişim alanı	152	32
Doktora eğitimi İletişim alanı	152	46
Hem lisans hem de doktora eğitimi İletişim alanı	152	32

Lisans ve doktora eğitimi konusunda öğretim üyelerinin geçmişine ilişkin, fakülte web sitelerinde yeterli bilgi yer almamasına karşılık, mevcut veriler bu konudaki eğilimi ortaya koymaktadır. Lisans eğitimi iletişim alanı dışında olsa da, alanda çalışmaya başladıktan sonra doktora eğitimi için iletişim alanını seçme eğilimi gözlenmektedir. Lisans ve doktora eğitimi iletişim alanı dışında olan öğretim üyeleri içinde, iletişim alanının komşu alanı olarak disiplinler arası özellikler taşıyan siyaset, sosyoloji, işletme gibi alanlar yer alırken, İngilizce, Fransızca, hukuk ya da mühendislik gibi fen bilimleri içinde değerlendirilebilen alanlar da bulunmaktadır. Hem lisans hem de doktora eğitimini iletişim disiplini içinde yapmış öğretim üyelerinin kadrolar açısından dağılımına bakıldığında, yardımcı doçent dr ve doçent dr kadrolarında toplam öğretim üyesinin yüzde 30'unun iletişim alanından olduğu belirlenmiştir. Aynı durumdaki profesör dr oranı yüzde 20 düzeyinde görünmektedir. Benzer bir ilişki sadece doktora eğitimini iletişim alanında yapanlar için de söz konusudur. Her ne kadar araştırmada evrenin tamamına ilişkin lisans ve doktora eğitimi durumu belirlenmemiş olsa da bu veriler şu eğilimin doğruluğunu göstermektedir: Yardımcı doçent dr düzeyinde ve alanda yeni çalışmaya başlamış akademisyenler iletişim alanı içinde doktora eğitimi almaya yakın görünmektedir.

Bölgeler	İletişim Fakültesi toplamı	Kamu	Vakıf (özel)
Marmara	14	4	10
İç Anadolu	9	8	1
Doğu Anadolu	4	4	-
Ege	3	1	2
Akdeniz	3	3	-
Karadeniz	3	3	-
Güneydoğu Anadolu	1	-	1
Kıbrıs	5	-	5
Kırgızistan	1	1	-

İletişim fakültelerinin coğrafi dağılımına bakıldığında, zaman zaman dile getirilen bir yargı olan “iletişim fakülteleri, sektörün olduğu yerde ve merkezde daha etkindir” yargısını haklı çıkarmaktadır. Başka bir deyişle, iletişim fakültelerinin merkezde toplanma eğilimi olduğu söylenebilir. İstanbul ve Ankara kentlerinde yer alan iletişim fakültelerinin toplam sayısı 17 olarak belirlenmektedir. İstanbul kentinde 13, Ankara kentinde ise 4 iletişim fakültesi yer almaktadır. Bölgesel bazda düşünüldüğünde ise Marmara ve İç Anadolu bölgelerinde yer alan toplam iletişim fakültesi sayısı 23’tür. Bu rakam toplam iletişim fakültelerinin yarısından fazladır (Açılma kararı alınmış yeni iletişim fakülteleri bu hesaplamanın dışındadır).

Taşra olarak değerlendirilebilecek diğer bölgelerde neden iletişim fakültesi sayısının az olduğu düşünülürse farklı değişkenlerden söz edilebilir. İstanbul ve Ankara gibi şehirlerin sektörün merkezi olması dışında kent çekiciliği, sosyal olanaklar sayılabilir. Ancak, en önemli nedenlerden birisi, yerel medyanın güçlü bir yapısının olmaması ve buna bağlı olarak fiziki, maddi olanaksızlarının olması, iletişim fakültelerinin gelişimini etkileyen bir nedendir. Güçlü, etkili, tiraj ve rating alabilen bir yerel medya söz konusu olsa, kentlerin iletişim hayatı kadar iletişim fakültelerinin konumu ve kalitesi de güçlenebilir.

Marmara ve İç Anadolu bölgelerinden sonra en fazla iletişim fakültesinin olduğu bölge olarak Kıbrıs gelmektedir. Adanın hukuki statüsü nedeniyle eğitime önem verilerek bir öğrenci popülasyonu oluşturma çabası iletişim fakültelerinin etkinliğini de sağlamıştır. Her ne kadar öğretim üyesi sayısı açısından sorunlar yaşansa da Kıbrıs’ta eğitim öğretim yapan 5 iletişim fakültesinin varlığı yadsınamaz. Kıbrıs’taki iletişim fakültelerinin eğitim dili olarak İngilizce’yi benimsemesi adadaki okullara yabancı öğrenci kaydını olanaklı kılmaktadır. Bu durum kültürel etkileşim sağladığı kadar bölümlerin dinamizmine de katkı sağlamaktadır.

Bölüm Sayısı	Fakülte Sayısı
4 ve daha fazla	16
1 – 3 arası	28

Tüm iletişim fakülteleri içinde 16 fakültenin 4 ve daha fazla sayıda bölüm üzerinden eğitim öğretim faaliyeti verdiği belirlenmiştir. Vakıf (özel) üniversiteler yeni bölüm açma ve sektörün taleplerini gerçekleştirme konusunda devlet (kamu) üniversitelerine göre daha hızlı ve aktif davranabilmek-

tedir. Özel ya da vakıf üniversitelerinde bir doktora programını bitirmiş akademisyenler “Dr” unvanıyla derslere girebilir ve akademik kadroda yer alırken, devlet üniversitelerinde aynı durumdaki akademisyenler “Araştırma görevlisi doktor” unvanını taşıdığı için derslere girememektedir. Doktora eğitimini tamamlamış ancak kadro sıkıntısı nedeniyle öğretim üyesi unvanı alamamış akademisyenler için iki seçenek gündeme gelmektedir. Birisi, yeni açılan iletişim fakültesi kadrolarına katılmak, diğeri ise bulunduğu yerde kadro ihtiyacı oluşturacak yeni bölüm ya da ikinci öğretim seçeneklerinin uygulamaya geçmesidir.

Sıra	Üniversite Adı	Öğretim üyesi sayısı	Bölüm sayısı	Bölüm başına düşen öğretim üyesi sayısı
1	Anadolu Üniversitesi	56	4	14
2	Marmara Üniversitesi	55	3	18,3
3	Ege Üniversitesi	50	5	10
4	İstanbul Üniversitesi	42	3	14
5	Gazi Üniversitesi	36	3	12
6	Selçuk Üniversitesi	34	4	8,5
7	Bilgi Üniversitesi	28	10	2,8
8	Yeditepe Üniversitesi	27	5	5,4
9	Ankara Üniversitesi	26	3	8,6
10	Bahçeşehir Üniversitesi	26	6	4,3

Bölüm çeşitliliği ve sayısı açısından vakıf (özel) üniversitelerin fazlalığı dikkat çekerken; akademik kadro açısından değerlendirildiğinde devlet (kamu) üniversitelerinin ağırlığı ortaya çıkmaktadır. Bu durum bölüm başına düşen öğretim üyesi sayısında devlet üniversitelerinin daha fazla öğretim üyesine sahip olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır. Öğretim üyesi sayısı bakımından da devlet üniversiteleri ilk 10 listesinde, ilk 6'yı paylaşmaktadır. Öğretim üyesi sayısı bakımından ilk 10 listesinde yer alan vakıf (özel) üniversitelerin sayısı 3 olarak belirlenmiştir.

Sonuç

İletişim fakültelerinde verilen iletişim eğitimi sorgulamayı amaçlayan bu çalışmanın sonunda, tartışılması gereken pek çok sorunun bulunduğu ve bu anlamda yapılacak öncelikli eylemin “ukalalık desibellerimizi düşürerek, kendi gerçekliğimizle yüzleşmek” (Wallerstein, 1998: 56) olduğu görülmektedir. Ardı ardına açılan fakültelerle birlikte, sorunların çözümü de zorlaşmakta ve konunun muhataplarının arasındaki gerilim de yükselmektedir.

İletişim eğitimin pek çok eleştiriye açık doğası, son yıllarda yoğun bir şekilde tartışılmakta ve bu fakülteler hem sektör hem de öğrencileri tarafından kıyasıya eleştirilmektedir. İletişim dışındaki disiplinlerden gelen öğretim elemanlarının yetkinliği ve bu alana yatkınlığı önemli bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni açılan fakültelerin ihtiyaçları göz önüne getirildiğinde, farklı disiplinlerden destek almak kaçınılmaz görülmektedir; ancak bu gereksinimin nasıl bir eğitim standardı sağladığı mutlaka tartışılmalıdır. Sektör tarafından iletişim pratiklerine olan mesafeleriyle eleştirilen fakülteler, bu sorunun aşılması noktasında da acilen gerçekçi önlemler almak zorundadır. Sık sık yapılan “teorik mi, pratik mi” eğitim modeli tartışmalarıyla vakit kaybetmek yerine, teoriziz pratik, pratiksiz teori olmayacağı gerçeğinden hareketle, her iki alanda da yetkinleşmeyi

hedefleyen bir standardın tutturulması da yaşamsal önemdedir. Dolayısıyla hem pratik hem de teorik noksanlıklarıyla eleştirilen fakülteler, her iki alanda da evrensel standartların peşinde gitmelidir. Aynı şekilde yabancı dil problemi de gündeme alınmalı ve bu konuda mesafe alıcı önlemler devreye sokulmalıdır.

Fakültelerin internet sayfalarından yaptığımız içerik analizi de, bu alandaki son görünümü gözler önüne sermektedir. İLDEK web sayfasında yer alan toplam 44 İletişim fakültesinin yarısından fazlası İstanbul ve Ankara kentlerinde toplanmış görünmektedir. İstanbul ve Ankara'da yer alan toplam 23 iletişim fakültesi, bir anlamda yaygın iletişim araçlarının da merkezi durumundaki kentlerde konumlanmış görünmektedir. Genel olarak bakıldığında iletişim alanında yaygınlaşmış alt disiplinler olarak "gazetecilik", "halkla ilişkiler", "radyo televizyon ve sinema" bölümleri görülmektedir. Reklamcılık ve görsel iletişim tasarımı bölümleri de giderek yaygınlaşmaktadır. Sektörün dinamizmi nedeniyle "televizyon haberciliği ve programcılığı", "fotoğraf ve video", "yeni medya", "bilgi ve belge yönetimi", "sanat yönetimi", "kültür yönetimi" gibi sayısı oldukça az olan bölümler de eğitim öğretim müfredatlarına girmiştir.

Genel olarak iletişim alanının özel olarak ise gazetecilik, halkla ilişkiler gibi özel alanların tek başına bağımsız bir disiplin oluşturduğunu söylemek oldukça zor görünmektedir. Sanat tarihinden mühendisliğe, siyasetten hukuka birçok alanda lisans, yüksek lisans ya da doktora eğitimi almış olan akademisyenlerin iletişim alanına bakışı ya da üretim pratikleri sahip oldukları formasyonun etkisinde kalmaktadır. Bir taraftan bu durum iletişim alanına katkı olarak değerlendirilebilirken bir taraftan da alanın gerektirdiği ya da uygulamalı çalışmalarda izlenmesi gereken yöntemlerin kullanımını zorlaştırmaktadır.

İletişim Fakülteleri Ortak Platformu web sitesine göre toplam 44 iletişim fakültesinde, dekan olarak görev yapan öğretim üyesinin 35'i erkek, 9'u ise kadındır. Her ne kadar kadın öğretim üyesi sayısı bölümler bazında ciddi bir rakam oluştursa da bu rakam, yönetim kademesine yansımamaktadır. Uşak, Çanakkale, Isparta gibi kentlerde iletişim fakültesi kurma çabaları resmiyet kazanırken, merkezde yer alan öğretim üyelerinin taşrada çalışma konusunda isteksiz olması, yeni kurulan fakülteler için sorun olarak görünmektedir. Özellikle doktorasını iletişim alanında tamamlamış öğretim elemanı eksikliği bu fakültelerin gelişimi açısından kaygı vericidir.

Özetle mevcut durum pek çok problemi içinde barındırmaktadır. Ancak sorun olarak gördüğümüz, kabullendiğimiz problemleri çözebileceğimiz gerçeğinden hareketle bu alandaki problemleri cesaretle teşhis etmeli ve önlemlerini de gerçekçi bir şekilde almalıyız. Bu alanda atılacak doğru adımların, itibarları ciddi bir şekilde tartışılan iletişim fakültelerinin eğitimine katkı sağlayacağı açıktır. Bu doğru adımlardan ilkinin de sağlıklı bir özeleştiriden geçtiği kaçınılmaz bir gerçek olarak karşımızda durmaktadır.

Kaynakça

- Akar, Rıdvan (2005). "Halk kötü habere alıştırdı". (M.Bilal Arık). Selçuk İletişim Gazetesi. Eylül 2005.
- Bilgin, Vedat (2010) Türkiye'de Üniversite Sorunu ve Üniversite Çalışanları, Türk Eğitimden Yayınları: Ankara.
- Bingöl, Abdülkuddüs ve Özgür Yılmazkol (2000). "İletişim Eğitimi Üzerine Düşünceler". 1. İletişim Kongresi, 1-3 Mart 2000, İstanbul.
- Erdoğan, İrfan (2006). "Özün Olmadığı Yerde Biçim Öne Çıkar". Antre Parantez Dergisi. Sayı:1.
- Greenwood, Daavidd J. ve Morten Levin (2003). "Üniversite Toplum İlişkilerinin Yeniden Yaratılması:Eylem – Araştırma / Akademik Taylorizm". Eğitimin Geleceği, Üniversitelerin Ve Eğitimin Değişen Paradigması. Sabancı Üniversitesi Yayınları: İstanbul.
- Gür, Turgut, M (2003). "Araştırma ve Eğitimde Disiplinlerarasılık". Eğitimin Geleceği, Üniversitelerin Ve Eğitimin Değişen Paradigması,.Sabancı Üniversitesi Yayınları: İstanbul.
- İnuğur, Nuri (1988). Türk Basınında İz Bırakanlar. İstanbul: Der Yayınevi.
- Mutlu, Erol (2005). Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya. Kejanlıoğlu D. B. ve Yıldız, A. (Yay. Haz.). Ankara: Ütopya Yayınevi. 70-71
- Özbek, Meral (1993). "İletişim Eğitimi Üzerine". İLEF Yıllık 1992-1993: 307-327s.
- Özdemir, Çağatay (2006). Türkiye'de Öğretim Elemanları,.Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları
- Tekeli, İlhan (2003). "Üniversiteye Dair Konuşmak". Toplum ve Bilim Dergisi. Güz 2003: 123-143s.
- Terzioğlu, Tosun (2003). "Sunuş" Eğitimin Geleceği, Üniversitelerin Ve Eğitimin Değişen Paradigması. İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları.
- Tokgöz, Oya (2003). "Türkiye'de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirilmesi". Kültür ve İletişim Dergisi. Sayı:6: 9-32s.
- Topuz, H. (2003). II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Wallerstein, Immanuel (1998). "Sosyal Bilim ve Çağdaş Toplum". Yaşadığımız Dünyanın Sonu. İstanbul: Metis.