



İSTANBUL AYVANSARAY ÜNİVERSİTESİ

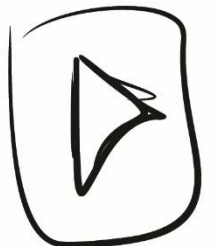
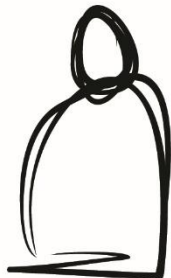
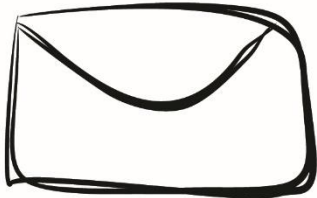
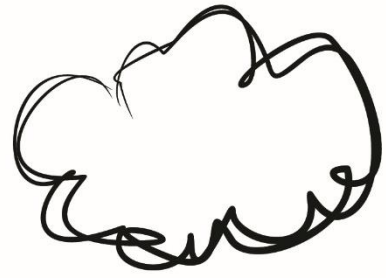
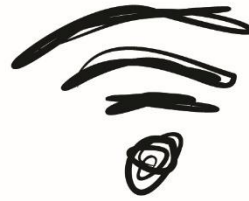
4. M.E.K. İLETİŞİM

MESLEKİ
EĞİTİM
KONGRESİ

22 - 24 Aralık 2021 / **Online Kongre**

Özet Gönderim Son Tarihi: 13 Aralık 2021
Kabul Edilen Bildirilerin İlanı: 16 Aralık 2021
Kongre Tarihleri: 22-24 Aralık 2021
Tam Metin Gönderimi Son Tarih: 1 Mart 2022

mek.ayvansaray.edu.tr



4.M.E.K | MESLEKİ **İLETİŞİM** | EĞİTİM KONGRESİ

22 - 24 Aralık 2021 / **Online Kongre**

IV. MESLEKİ EĞİTİM KONGRESİ - İLETİŞİM

e-ISBN No: **978-605-2253-06-9**

İstanbul Ayvansaray Üniversitesi Yayınları

Ocak 2022, İstanbul

E-Kitap

Bu kitabın her türlü yayın hakkı İstanbul Ayvansaray Üniversitesi'ne aittir. Yazılı izin olmadan elektronik veya fotokopi yoluyla kısmen veya tamamen kopyalanamaz, çoğaltılamaz, dağıtılamaz. Kaynak göstermek şartıyla alıntı yapılabilir. Kitapta yer alan bölümlerin tüm sorumluluğu, bölüm başında yer alan yazar(lar)a aittir.

Editörler

Dr. Öğr. Üyesi Bahadır ELAL

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Hikmet AYDINGÜLER

DÜZENLEME KOMİTESİ

Prof. Dr. Emre Alkin

Prof. Dr. Barış Bulunmaz

Dr. Öğr. Üyesi Bahadır Elal

ORGANİZASYON KOMİTESİ

Koordinatörler;

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Hikmet Aydıngüler

Öğr. Gör. Selen Orta

Öğr. Gör. Evrim Ceyda Melek

Öğr. Gör. Hakan Çakan

Kongre Sekreteryası;

Öğr. Gör. Aslı Artan Keskin

BİLİM KURULU

Prof. Dr. Emre Alkin

Prof. Dr. Barış Bulunmaz

Prof. Dr. Aysun Tülay Bozkurt

Prof. Dr. Ayşe Ayşın Candan

Prof. Dr. Bünyami Özgültekin

Prof. Dr. Ferma Lekesizalın

Prof. Dr. Gürdal Ülger

Prof. Dr. Özlem Oğuzhan

Prof. Dr. Selçuk Hünerli

Prof. Şive Neşe Baydar

Doç. Dr. Arzu Toğuşlu Kızbaz

Doç. Dr. Aslı Enez Darçın

Doç. Dr. Dilek Türkmenoğlu

Doç. Dr. Musa Yavuz Alptekin
Doç. Dr. Nazan Haydari Pakkan
Doç. Dr. Öykü Ezgi Yıldız Balaban
Doç. Dr. Şenay Alsan
Dr. Öğr. Üyesi Ali Öztürk
Dr. Öğr. Üyesi Aslı Tosuner
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Nil Kireççi
Dr. Öğr. Üyesi Aziz Tamer Güler
Dr. Öğr. Üyesi Bahadır Elal
Dr. Öğr. Üyesi Cem Ufuk Baytar
Dr. Öğr. Üyesi Cem Yıldırım
Dr. Öğr. Üyesi Ceren Bilgici Oğuz
Dr. Öğr. Üyesi Deniz Berker
Dr. Öğr. Üyesi Derya Biderci Dinç
Dr. Öğr. Üyesi Dilge Kodak
Dr. Öğr. Üyesi Dudu Banu Çakar
Dr. Öğr. Üyesi Elvan Karaman
Dr. Öğr. Üyesi Emine Karakeçili
Dr. Öğr. Üyesi Emre Ahmet Seçmen
Dr. Öğr. Üyesi Ezgi Eyüboğlu
Dr. Öğr. Üyesi Gökçen Cıvaş
Dr. Öğr. Üyesi Gülçin Çakıcı Öztürk
Dr. Öğr. Üyesi Gülsüm Yılmaz
Dr. Öğr. Üyesi Hale A. Kahyaoğlu Çakmakçı
Dr. Öğr. Üyesi Hatice Nuray Önder
Dr. Öğr. Üyesi Hülya Küpçüoğlu
Dr. Öğr. Üyesi İrem Ela Yıldızeli
Dr. Öğr. Üyesi İsmet Babaoğlu
Dr. Öğr. Üyesi Koray Sevindi

Dr. Öğr. Üyesi Lütfullah Çelikten
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Fatih Varlı
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Nizar Aslan
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Dere
Dr. Öğr. Üyesi Melike Ceylan
Dr. Öğr. Üyesi Mihriban Akyol
Dr. Öğr. Üyesi Muhammet Şengöz
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Hikmet Aydıngüler
Dr. Öğr. Üyesi Nesli Türk
Dr. Öğr. Üyesi Nesrin Duman
Dr. Öğr. Üyesi Nesrin Yarar Aksoy
Dr. Öğr. Üyesi Nilgün Onnar
Dr. Öğr. Üyesi Nur Esra Atmaca Durum
Dr. Öğr. Üyesi Nuri Özçelik
Dr. Öğr. Üyesi Özlem Şimşek Esin
Dr. Öğr. Üyesi Selime Büyükgöze
Dr. Öğr. Üyesi Sema Bulutsuz
Dr. Öğr. Üyesi Serdar Kipdemir
Dr. Öğr. Üyesi Sevgi Aka
Dr. Öğr. Üyesi Tuğba Renkçi Taştan
Dr. Öğr. Üyesi Turan Asan
Dr. Öğr. Üyesi Vecihi Ofluoğlu
Dr. Öğr. Üyesi Yeşim Avunduk
Dr. Öğr. Üyesi Yunus Yücel
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Özge Kalyoncu
Öğr. Gör. Dr. Şerafettin Dedeoğlu

İÇİNDEKİLER

SUNUŞ.....	7
SUNUŞ.....	8
-DİZİN-	10
Çevrimiçi verilen Gastronomi Sertifikası Eğitimlerinin Pazarlanması Sürecinde Öne Çıkan Faktörlerin İncelenmesi.....	14
İletişim Uygulamalarına Dayalı Bir Uzmanlık Alanı Olan Çağrı Merkezi Hizmetleri Alanına Dair Araştırma ve Ders Önerisi.....	15
İş Kazası ve Meslek Hastalıklarının Önlenmesinde Kurumsal İletişimin Yeri ve Önemi.....	16
Mesleki ve Teknik Eğitim Kurumlarının Yeni Nesil Bilişim Aygıtları İle Tanıtımı ve Fayda Algısının Belirlenmesi.....	17
Gastronomi ve Aşçılık Programlarının Müfredatlarında Bulunan İletişim ve Medya Derslerinin İncelenmesi.....	18
Panel - Que Vadis?: İletişim Eğitimini Yeniden Düşünmek/ İletişimde Dijital Dönüşüm ve Nesnelerin İnterneti.....	19
Yeni Nesil Konut Anlayışında Minimalizmin Göstergibilimsel Yansımaları: IKEA.....	38
Santa Maria Del Fiore Katedralinin Göstergibilimsel Çözümlemesi.....	39
Görsel İletişimde Piktogramlar: Günlük Hayata Yansımalarına İlişkin Bir Değerlendirme...40	
Sinemada Bir Anlatım Aracı Olarak Sosyal Medya.....	41
Kültürel Bir İletişim Formu Olarak Mehmet Dere'nin Ressentiment Eseri Üzerine Politik Bir Okuma.....	42
Ekşi Sözlükte Türk Toplumunun Yezidiler Ve Yezidilik Algısı.....	43

İlkokul 4. Sınıf Öğrencilerinin Kitle İletişim Araçlarına İlişkin Metaforik Algıları.....	44
Post Truth Çağında Yeni Medya ve Okuryazarlığı Eğitiminin Önemi.....	45
Dijital Medya Okuryazarlığı Kapsamında Doğru Bilgi Sorunsalı ve Propaganda: Sosyal Medya Paylaşımları Üzerine Bir İnceleme.....	46
Yeni Medyanın Uzaktan Eğitim Sürecine Katkısının İncelenmesi.....	47
İletişim Araştırmalarının Dijital Dönüşümü: Metin Madenciliği.....	48
Stratejik İletişim ve Uluslararası Güvenlik.....	49
Dijital Oyun ve Sosyal Medya Kıskaçında Aile İletişimi.....	50
Kültür Anlatısı Bağlamında Dijital Oyunlarda Narratoloji.....	51
Çocuk Edebiyatında İletişim Temalı İki Örnek: Konuşmak Yok ve Abartma Tozu.....	52
Uzaktan Eğitim Uygulamalarında İletişim: İlkokul 1. Sınıf Öğrencileri ve Öğretmenler Açısından Sınırlılıkların İncelenmesi.....	53
İletişim-Eğitim İlişkisinde “Demokratik” Etkileşim: Üniversitede Demokratik ve Katılımcı Öğrenim Üzerine.....	54
Medyanın Dijitalleşme Hızına Yetişemeyen Müfredat: Gazetecilik Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme	55
Halkla İlişkiler Alanında 2015-2019 Yılları Arasında Yayınlanan Doktora Tezlerinin Ulusal ve Uluslararası Bibliyometrik Analizi.....	57
İletişim Eğitiminde Yeni Yaklaşım: Üniversitelerde Dijital İletişim Eğitimi verilmesinin Önemi.....	58
Akredite Edilmiş İletişim Programlarının Doluluklarının İncelenmesi	59

SUNUŞ

Sayın Mütevelli Heyet Başkanım, Sayın Rektörüm, Değerli katılımcılar, kıymetli akademisyenler ve sevgili öğrenciler: 4.Mesleki Eğitim Kongresi'ne hepiniz hoş geldiniz. 2009 yılından beri mesleki eğitim veren yükseköğrenim kurumu olan Plato Meslek Yüksekokulu hem en köklü hem de en büyük vakıf meslek okullarından biridir. Bu nedenle mesleki eğitimin bizim ev sahipliğimizde tartışılması ve araştırılması için bu çalışmaya ev sahipliği yapmanın bize yakışacağı düşüncesi ile bu kongre dizisini başlattık. Kongre dizilerimizin ilkinin sağlık üzerine ikincisinin bilişim üzerine üçüncüsünü tasarım üzerine gerçekleştirdik. Bu yıl dördüncüsünü düzenlediğimiz mesleki eğitim kongremizi ise iletişim üzerine yapıyoruz. Bu sene kongremize 42 yazar başvurdu, 29 bildiri sunulacak. Ayrıca 4 farklı üniversiteden davetli konuşmacılarımız var. 13 üniversiteden ve 1 liseden katılımcılar ve sektör temsilcileri de kongremize katılıyor. Kongremizin bilim kurulu 14 farklı üniversite görev yapmakta olan akademisyenler tarafından oluşturuldu. Kongremizin bir amacı da öğrenci öğretim üyesi ve sektör temsilcilerini bir araya getiren bir platform olmasıdır. Hem kongremizi dinlemeye gelenlerin, bildiri gönderen hocalarımızın ve yazarların çalıştıkları kurumlara baktığımız zaman bu amacı bu kongremizde de gerçekleştirdiğimizi düşünüyorum.

Kısaca programı arz etmek isterim. 12:30'da birinci oturumumuzu gerçekleştireceğiz. Birinci oturum sonrasında sayın Rektör Yardımcımız Prof. Dr. Barış BULUNMAZ hocamızın yöneteceği ve İstanbul Medeniyet Üniversitesi'nden Prof. Dr. Özlem OĞUZHAN ve Bilgi Üniversitesi'nden Doç. Dr. Nazan Haydari PAKKAN'ın katılacağı panelimiz gerçekleşecektir. Kongremizin ikinci gününde sabah ve öğleden sonra olmak üzere iki ayrı oturumumuz olacaktır. Yine yarın öğleden sonra saat 14'te Karadeniz Teknik Üniversitesi'nden davetli konuşmacımız Doç. Dr. Musa Yavuz ALPTEKİN'in konuşmasını izleyebilirsiniz. Cuma günü de yine sabah ve öğleden sonra iki oturum olacaktır. Kapanış oturumu ve değerlendirme kısmı ile kongremizi sonlandıracağız. Kongremizde bütün destekleri için Sayın Rektörüm Prof. Dr. Emre ALKİN'e, Rektör Yardımcım Prof. Dr. Barış BULUNMAZ'a, kongre organizasyon komitesindeki çalışma arkadaşlarım Öğr. Gör. Hakan ÇAKAN'a, Öğr. Gör. Evrim Ceyda MELEK'E, Öğr. Gör. Selen ORTA'ya ve kongre sekreteryasını yürüten Öğr. Gör. Aslı Artan KESKİN hocama ve diğer kongrelerde olduğu gibi bu kongrede de teknik anlamda bize destek olan Dr. Öğr. Üyesi Hikmet AYDINGÜLER hocama çok teşekkür ediyorum. Sizler olmasaydınız bu kongreyi gerçekleştiremezdik. Diğer kongreler de görüşmek üzere.

Dr. Öğr. Üyesi Bahadır Elal
İstanbul Ayvansaray Üniversitesi
Plato Meslek Yüksekokulu;
Müdür

SUNUŞ

Değerli Hocalarım;

Her şeyden önce İstanbul Ayvansaray Üniversitesi'nin rektörü olarak herkesi selamlıyorum. Meslek Yüksek Okulumuz daha önce birçok etkinliği başarıyla yapmış, bana da dördüncüsünde açılış konuşmasını yapmak nasip oldu.

Bugün ele alacağımız konu, oldukça önemli bir konu: İletişim. Maalesef, iletişimle alakalı birçok kazanın da yapıldığını hem dünyada hem de Türkiye'de görüyoruz. Bendeniz de, lise son sınıfa gelene kadar kalabalıkların önünde konuşmakta oldukça zorlanan bir insandım, şaka değil. Zaman geçtikçe sahneye, mikrofona alıştım.

Şuna kanaat getirdim ki bildiğimiz doğruları ya da inandığımız gerçekleri ifade ederken belli bir iletişim tekniğini kullanmak zorundayız. Bu bazen müzik oluyor, bazen şiir oluyor, bazen daha uzun yazmak isterseniz, kitap oluyor. Hepsini yaptığım için söylüyorum bunları ama bazen de meseleyi doğrudan karşı tarafın çok rahat anlayabileceği şekilde ifade etmek gerekiyor. Çünkü siz ne anlattıysanız anlatın karşı taraf anladığı kadar anlıyor. Ancak bizim vazifemiz haklı çıkmaktan çok doğruyu bulmaksa özellikle iletişim sanatındaki bazı teknikler kullanmak zorundayız.

Eğer iletişimde çok doğru işler yapıyor olsaydık, sanıyorum bu vaziyette olmazdık. Türkiye'yi Can Yücel'in Amado'dan çevirisini yaptığı şiirde olduğu gibi, birbirini duymayan, anlamayan insanların yaşadığı bir ülke olarak görüyorum bugünlerde. Dolayısıyla iletişimin birinci kuralı bana göre önce karşı tarafı dinlemek. Özellikle gençlerde çok zor bulunan bir özellik diyebilirim. Bizi dinleyen gençler varsa özellikle altını çizerek söylüyorum ki, “ayağa kalkıp itiraz edecek kadar cesareti olan genç arkadaşların bir de cevabı dinleyecek kadar da sabrı olmalı” diye düşünüyorum. Aksi takdirde anlaşamayız. Bu birinci önermem.

İkinci önermem ise şu: Sürekli gençlere öğüt vermeye hazır olmayalım. Hakikaten gençlere sürekli nasihat veren bir tarzı var büyüklerin. Özellikle benim yaşındakiler. Bu da iletişimde doğru bir sanat değil. Keykavus'un Kabusname kitabından size bir örnekle açıklayabilirim. “Toplumun önünde verilen nasihat, sırta saklayan kırbaç gibidir” demiş. Yani gerçekten doğru şekilde iletişim kurmak istiyorsanız, toplum önünde veya kalabalığın önünde rencide edecek şekilde bir iletişim kurmamalısınız ki maksat hasıl olsun. Eğer maksadınız gerçekten karşı tarafa bir hatasını anlatmak, onu doğru yola sevk etmekse bu işi doğru iletişimle başarmanız gerekiyor. Aksi takdirde, maalesef istenmeyen yan etkiler doğurabiliyor.

Şimdi neden bunları anlatıyorum? Bizi dinleyen hocalarımız da var. Herhangi bir öğrenciyi bir dersin içerisinde kendi şahsını ondan sonra hedef alarak öğüt vermeye çalıştığımızda mutlaka düşünün. Bunu niye yapıyorsunuz? Yani dersin içerisindeki en yüksek otorite, dersten içindeki en büyük amir siz olduğunuz için, bunun tadını mı yaşamak istiyorsunuz? Yani egonuzu mu tatmin ediyorsunuz? Veyahut gerçekten karşınızdaki öğrenciyi ulaşıp onu hatasını düzeltme ya da bir şey öğretmeye mi uğraşıyorsunuz? Eğer amaç halis ise, bunun metodunun çok iyi bilmeniz lazım.

Benim bildiğim tek şey şu: Ancak İrfanı hür ve vicdanı hür insanların bulunduğu yerlerden çarpıcı sıra dışı marifetli işler çıkıyor. Dolayısıyla baskı veya zorlama ile bir güzellik çıkacağına inanmıyorum.

Bir örnekle anlatayım. Bir profesör sanıyorum, on yedi tane asistanı bir deneye tabi tutuyor, ve diyor ki, “camekânın arkasındaki kişiye birazdan elektrik vereceğiz. Bu elektriği verirken az, çok fazla, ölümcül gibi dereceler kullanacağız”. Deney başlıyor ve adama elektriği veriliyor. Tabi elektrikten dolayı titriyor adam ve “ölümcüle” doğru giderken orada sadece bir tane asistan, on yedi meslektaşının içinden fırlıyor, hocanın eline ayağına sarılıyor “dur ne yapıyorsun diyor, adam öldüreceksin” diyor ve deney duruyor. Profesör ayağa kalkıyor ve açıklamaya başlıyor. Diyor ki “camın arkasındaki adama elektrik falan vermiyorduk, adam tiyatrocuydu ve elektrik almış gibi numara yapıyordu, asıl deney size yapıyordu; çünkü siz baskı altındayken bile doğru olanı yapamayacak bir karakter zafiyeti içindesiniz, güç bende diye hiçbiriniz sesinizi çıkarmadınız. Sadece aranızdan bir tanesi sesini çıkardı, dolayısıyla on altınızı da işten kovuyorum. Sadece bu arkadaşla göreve devam edeceğim” diyor.

İdi Amin’in de bir sözü var biliyorsunuz diktatördü. Diyor ki “konuşma özgürlüğü var ama konuştuğundan sonra özgürlüğü garanti edemem”. Böyle dediğiniz zaman tabi ki iletişimin önünü kesiyorsunuz. O yüzden iletişimin akışkan bir şekilde devam etmesi için, bugünkü eğitimin çok önemli olduğuna inanıyorum. İletişim çok güzel ama iletişimin tekniğini bilmek daha önemli. Çünkü vermek istediğiniz mesajı doğru şekilde verip karşı tarafın doğru şekilde anlamasını sağlamak başarının anahtarı.

Ben ilk önce hem siz kıymetli hocalarıma ve bu güzel etkinliğin ev sahibi olan İstanbul Ayvansaray Üniversitesi'nin Meslek Yüksekokulu müdürü Bahadır Elal'a teşekkür ediyor, hepinize saygılarımı sunuyorum.

Prof. Dr. Emre Alkin
İstanbul Ayvansaray Üniversite Rektörü

-DİZİN-

1. Gün (22 ARALIK 2021)

11:15 – AÇILIŞ KONUŞMALARİ

Dr. Öğr. Üyesi Bahadır ELAL – **Plato Meslek Yüksekokulu Müdürü**

Prof. Dr. Emre ALKİN – **İstanbul Ayvansaray Üniversitesi Rektörü**

12:30 - I. OTURUM

Çevrimiçi verilen Gastronomi Sertifikası Eğitimlerinin Pazarlanması Sürecinde Öne Çıkan Faktörlerin İncelenmesi

- Dr. Öğretim Üyesi Elçin Noyan (*Oturum Başkanı*)

İletişim Uygulamalarına Dayalı Bir Uzmanlık Alanı Olan Çağrı Merkezi Hizmetleri Alanına Dair Araştırma ve Ders Önerisi

- Öğr. Gör. Aslı Öztürk TERZİ
- Öğr. Gör Mehmet CARLIK

İş Kazası ve Meslek Hastalıklarının Önlenmesinde Kurumsal İletişimin Yeri ve Önemi

- Öğr. Gör. Vedat CANER

Mesleki ve Teknik Eğitim Kurumlarının Yeni Nesil Bilişim Aygıtları İle Tanıtımı ve Fayda Algısının Belirlenmesi

- Uzman Öğretmen Hüseyin Avni BATU
- Dr. Öğretim Üyesi Serkan AYDIN

Gastronomi ve Aşçılık Programlarının Müfredatlarında Bulunan İletişim ve Medya Derslerinin İncelenmesi

- Öğr. Görevlisi Fatma BAŞ
- Yüksek Lisans Öğrencisi Eray BAŞ

15:30 – PANEL

Que Vadis?: İletişim Eğitimi Yeniden Düşünmek

- Prof. Dr. Özlem OĞUZHAN (*Davetli Konuşmacı*)

İletişimde Dijital Dönüşüm ve Nesnelerin İnterneti

- Doç. Dr. Nazan Haydari PAKKAN (*Davetli Konuşmacı*)
- Prof. Dr. Barış BULUNMAZ (*Davetli Konuşmacı ve Moderatör*)

2. Gün (23 Aralık 2021)

10.30 - II. OTURUM

Yeni Nesil Konut Anlayışında Minimalizmin Göstergibilimsel Yansımaları: IKEA

- Doç. Dr. Arzu TOĞUŞLU KIZBAZ (*Oturum Başkanı*)

Santa Maria Del Fiore Katedralinin Göstergibilimsel Çözümlemesi

- Öğr. Gör. Selen Orta

Görsel İletişimde Piktogramlar: Günlük Hayata Yansımalarına İlişkin Bir Değerlendirme

- Öğr. Gör. Gülhan APAK
- Prof. Dr. Bilgin İÇEL
- Öğr. Gör. Gülyaz AL

Sinemada Bir Anlatım Aracı Olarak Sosyal Medya

- Dr. Öğr. Üyesi Selime BÜYÜKGÖZE

Kültürel Bir İletişim Formu Olarak Mehmet Dere'nin *Ressentiment* Eseri Üzerine Politik Bir Okuma

- Dr. Öğr. Üyesi Mehmet DERE

14:00 Ekşi Sözlükte Türk Toplumunun Yezidiler Ve Yezidilik Algısı

- Doç. Dr. Musa Yavuz ALPTEKİN (*Davetli Konuşmacı*)

14.30 - III. OTURUM

İlkokul 4. Sınıf Öğrencilerinin Kitle İletişim Araçlarına İlişkin Metaforik Alguları

- Dr. Öğr. Üyesi Lütfullah ÇELİKTEN (*Oturum Başkanı*)

Post Truth Çağında Yeni Medya ve Okuryazarlığı Eğitiminin Önemi

- Arş. Gör. Ramazan BİLGE
- Arş. Gör. Bahşende Çoban

Dijital Medya Okuryazarlığı Kapsamında Doğru Bilgi Sorunsalı ve Propaganda: Sosyal Medya Paylaşımları Üzerine Bir İnceleme

- Öğr. Gör. Özkan AVCI
- Öğrenci Büşra ÇALIŞKAN

Yeni Medyanın Uzaktan Eğitim Sürecine Katkısının İncelenmesi

- Dr. Öğr. Üyesi M. Hikmet AYDINGÜLER

İletişim Araştırmalarının Dijital Dönüşümü: Metin Madenciliği

- Öğr. Gör. Dr. Cihangir Kasapoğlu

3. Gün (24 Aralık 2021)

10.30 - IV. OTURUM

Stratejik İletişim ve Uluslararası Güvenlik

- Dr. Öğr. Üyesi Suat Dönmez (*Oturum Başkanı*)

Dijital Oyun ve Sosyal Medya Kısacasında Aile İletişimi

- Dr. Öğr. Üyesi Ümit DEMİR

Kültür Anlatısı Bağlamında Dijital Oyunlarda Narratoloji

- Öğr. Gör. Burak Dervişoğlu

Çocuk Edebiyatında İletişim Temalı İki Örnek: *Konuşmak Yok* ve *Abartma Tozu*

- Öğr. Gör. Gamze Sürcan DÜZGÜN

Uzaktan Eğitim Uygulamalarında İletişim: İlkokul 1. Sınıf Öğrencileri ve Öğretmenler Açısından Sınırlılıkların İncelenmesi

- Dr. Öğr. Üyesi Lütfullah ÇELİKTEN
- Öğr. Gör. Enes Yürek

14.00 - V. OTURUM

İletişim-Eğitim İlişkisinde “Demokratik” Etkileşim: Üniversitede Demokratik ve Katılımcı Öğrenim Üzerine

- Dr. Öğr. Üyesi Gökhan AK (*Oturum Başkanı*)

Medyanın Dijitalleşme Hızına Yetişemeyen Müfredat: Gazetecilik Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme

- Prof. Dr. Ahmet Yalçın KAYA
- Öğr. Gör Fırat ATA
- Yüksek Lisans Öğrencisi Ayşe BURSA

Halkla İlişkiler Alanında 2015-2019 Yılları Arasında Yayınlanan Doktora Tezlerinin Ulusal ve Uluslararası Bibliyometrik Analizi

- Öğr. Gör. Özkan AVCI

İletişim Eğitiminde Yeni Yaklaşım: Üniversitelerde Dijital İletişim Eğitimi verilmesinin Önemi

- Tuncay TAŞKIN
- Dr. Nurten DÖNMEZ

Akredite Edilmiş İletişim Programlarının Doluluklarının İncelenmesi

- Dr. Öğr. Üyesi, Bahadır ELAL

22 ARALIK 2021

I. OTURUM

ÇEVİRİM İÇİ VERİLEN GASTRONOMİ EĞİTİMLERİ ÜZERİNE ARAŞTIRMA

Dr. Öğr. Üyesi Elçin Noyan - İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

elcinnoyan@ayvansaray.edu.tr

ÖZET

İşletmeler, gelişen teknolojik yeniliklere kayıtsız kalmamak adına her geçen gün kendilerini yenilemeli, rekabet üstünlüğü sağlama çabalarını geliştirmelidirler. Teknolojik yeniliklerden günümüzde Kovid-19 Salgını sürecinde en çok yararlanan sektörlerin başında eğitim sektörü gelmektedir. Mesleki eğitimlerin, sertifika programlarının çevrim içi olarak hizmet vermeleri ve sayılarının artmaları, eğitim alacak olan kişiler açısından bir karar problemi oluşturmaktadır. Dolayısıyla çevrim içi olarak verilen Gastronomi ve Mutfak Sanatları Uzmanlığı sertifika programlarının tercihi için belirli kriterler (uygulanan teknolojik yenilikler, güvenilirlik, etkililik, program değerlendirme, kurumsal destek vb.) alanında uzman kişilerin görüşleri doğrultusunda saptanmıştır. Söz konusu problemin çözümünde Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) Yöntemlerinden biri yöntem olan ARAS (AdditiveRatioAssessment-Eklemeli Nispi Değerlendirme) Yöntemi'nden yararlanılmış, çözüm, tercih edilen alternatifin optimal çözüme oransal olarak en büyük alternatif olması prensibi ile gerçekleştirilmiştir. ARAS Yöntemi, kolay anlaşılabilir, hesaplama süresi kısa ve matematiksel işlemleri az olan, güvenilir bir yöntem olduğu için tercih edilmiştir.

Çalışmada elde edilen verilere göre çevrim içi olarak Gastronomi ve Mutfak Sanatları Uzmanlığı sertifika programları veren kurumun, Mili Eğitim Bakanlığı veya herhangi bir kurum tarafından destekleniyor olması, alınacak sertifikanın e-devlet onaylı olması, eğitimi alacak kişilere ödeme konusunda kolaylık sunması, eğitimcilerin ünlü şeflerden olmaları, programı destekleyen paydaşların tanınmış kişiler ve kurumlar olmaları gibi konuların mesleki eğitim sertifikası kurumunu seçmede etkili faktörler oldukları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi, Gastronomi 4.0, Uzaktan Eğitim, Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri, ARAS Yöntemi

İLETİŞİM UYGULAMALARINA DAYALI BİR UZMANLIK ALANI OLAN ÇAĞRI MERKEZİ HİZMETLERİ ALANINA DAİR ARAŞTIRMA VE DERS ÖNERİSİ

Öğr. Gör. Aslı Öztürk Terzi- Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

asli.ozturk@gop.edu.tr

Öğr. Gör. Mehmet Carlık - Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

mehmet.carlik@gop.edu.tr

ÖZET

Çağrı merkezi hizmetleri hem kamu hem de özel sektör tarafından ilgili hedef kitlelerine ulaşma noktasında benimsenmiş bir uzmanlık alanıdır. Çağrı merkezleri, acil durum hattı olan 112 çağrı merkezi gibi çeşitli kamu kuruluşlarında vatandaş ile aktif iletişim kurulması ile birlikte, farklı sektörlerde varlık gösteren firmalar, bankalar, sivil toplum kuruluşları ve üniversiteler gibi farklı alanlarda iletişim süreçlerinin yönetilmesinde önemli roller üstlenmektedir. Farklı amaçlara hizmet eden çağrı merkezi sektörünün büyümesi ve bu alanda uzman kişilere duyulan ihtiyaç doğrultusunda nitelikli çalışan ihtiyacının karşılanması amacıyla bazı üniversitelerin bünyesinde çağrı merkezi hizmetleri ön lisans programları açılmıştır.

Çağrı merkezi hizmetleri, kurum ya da kuruluşların iletişim süreçlerini yöneten iletişim merkezleri olarak çalışmalar gerçekleştirmektedir. Bu anlamda, üniversitelerin ön lisans programlarında var olmasının yanı sıra, Türkiye’de iletişim alanında eğitim veren iletişim fakültelerinde de, çağrı merkezi hizmetlerinin mevcut yapısının genel hatlarını çizebilen dersin/derslerin eklenmesi önerilmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, reklamcılık, halkla ilişkiler, pazarlama gibi disiplinlerinin yanı sıra çağrı merkezi hizmetlerinin iletişim fakültelerinde, bir disiplin olarak değerlendirilmesi öngörülebilir.

Bu araştırmanın amacı, iletişim temelinde şekillenen bir hizmet alanı olan çağrı merkezi hizmetlerinin mesleki anlamda değerlendirilmesi ve ilgili alanda bir ders modeli sunulmasıdır. Bu anlamda, Türkiye’deki iletişim fakülteleri eğitiminde çağrı merkezi eğitime yer verilmesinin uygunluğu üzerine tartışmak ve bir uygulama modeli sunmak amaçlanmaktadır. Çalışmada, Türkiye’de çağrı merkezi hizmetleri eğitiminin amaç ve işlevleri, genel hatlarıyla çizilmektedir. Çağrı merkezi hizmetleri eğitiminde var olan mevcut teorik ve uygulamalı derslerin iletişim fakültelerindeki eğitim programlarına uygulanabilirliği hakkında değerlendirmeler yapılmakta ve bir ders önerisi sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Eğitim, Çağrı Merkezi Hizmetleri, Ders Önerisi

İŞ KAZASI VE MESLEK HASTALIKLARIN ÖNLENMESİNDE KURUMSAL İLETİŞİMİN YERİ VE ÖNEMİ

Öğr. Gör. Vedat CANER - Beykent Üniversitesi

vedatcaner@beykent.edu.tr

ÖZET

Türkiye’de, 20.06.2012 tarihinde kabul edilen 6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu’nda iş kazası, işyerinde veya işin yürütümü nedeniyle meydana gelen ölüme sebebiyet veren veya vücut bütünlüğünü ruhen ya da bedenen engelli hâle getiren olay; meslek hastalığı, mesleki risklere maruz kalma sonucu ortaya çıkan hastalık şeklinde tanımlanmıştır. İşveren, iş kazası ve meslek hastalığı olgularında asıl sorumlu olarak yasal olarak yükümlendirilmiştir. İşverenin bu yükümlüğü risk yönetimi kapsamında uygulanan risklerin kontrol adımlarında kaynakta önlem, ortamda önlem ve kişide önlem olmak üzere 3 başlıkta değerlendirilmektedir. Kaynakta önlem tehlikeyi kaynağında yok etmek ve ikame (yer değiştirme) olarak, ortamda önlem yönetsel tedbirler ve mühendislik yöntemleri olarak ve kişide önlem ise toplu koruma önlemleri ve kişisel koruyucu donanım olarak sınıflandırılmaktadır. İlgili risk kontrol adımlarının her birinde işveren, tehlikeye maruz kalan ve tehlikeden kaynaklanacak riskten etkilenecek tüm çalışanlar ile doğru iletişim kurarak iş sağlığı ve güvenliği politikası geliştirmelidir. Bu politika kapsamında PUKÖ (Planla – Uygula - Kontrol Et – Önlem Al) döngüsü takip edilerek risklerin kabul edilebilir seviyelere indirilmesi hedeflenmelidir. İş güvenliğinin sosyal taraflarını oluşturan ve ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü) tarafından da desteklenen devlet, işveren ve çalışan arasındaki diyalogun güçlendirilmesi aynı zamanda bu örgütün 4 temel stratejisinden biridir. Çalışanların kendilerini ifade edebilmeleri, karar olma süreçlerinde etkin rol edinmeleri, karşılaştıkları olumsuz durumları doğrudan veya çalışan temsilcisi aracılığı ile işverene iletebilmeleri psikososyal risk etmenleri kapsamında da çalışanlar üzerinde olumlu sonuçlar verecek, çalışanların işe bağlılıkları artacak ve kaza ve hastalık oranları azalma eğilimine girecektir. Bu bilgiler ışığında araştırmanın amacı, iş sağlığı ve güvenliği süreçlerinde tehlikelerden kaynaklanan risklerin önlenmesinde doğru iletişim kurma yaklaşımı ve uygulamalarının iş kazası ve meslek hastalıklarının önlenmesine ne gibi katkılar sağladığının araştırılmasıdır. Yapılan araştırma sonucunda özellikle işveren ile çalışan arasında diyalog süreçlerinin yürütülmediği inşaat, metal ve maden sektörlerinde iş kazası ve meslek hastalığı istatistiklerinin tüm sektörler arasında ilk üç sırayı aldığı; bunun karşısında ise kurumsal iletişimi güçlü, iş sağlığı ve güvenliği politikasında iletişimi önemli bir değer olarak gören ve doğru iletişim uygulamalarına yer veren holding ve zincir iş yerlerinde ise bildirim yapılan iş kazası ve meslek hastalığı sayılarının az olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İş Kazası, Meslek Hastalığı, İş Sağlığı ve Güvenliği, İletişim, Risk Yönetimi

MESLEKİ VE TEKNİK EĞİTİM KURUMLARININ YENİ NESİL BİLİŞİM AYGITLARI İLE TANITIMI VE FAYDA ALGISININ BELİRLENMESİ

Hüseyin Avni BATU- Milli Eğitim Bakanlığı- Şehit Osman Yıldız Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Okul Müdürü

h_a_batu@hotmail.com

Dr.Öğr.Üyesi Serkan AYDIN- Marmara Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu

serkan.aydin@marmara.edu.tr

ÖZET

Arttırılmış gerçeklik; görüntülerin, verilerin ve diğer içeriklerin gerçek dünyaya eklenerek sanal gerçeklik ve gerçek dünya elementlerinin aynı ortamda birlikte yer aldığı bir teknolojidir. Savunma, sanayi, tıbbi, ticarive eğlence alanlarında sıklıkla kullanılan arttırılmış gerçeklik teknolojisi eğitim alanında da kullanılmaya başlanmış, covid19 pandemi süreci ile birlikte özellikle eğitim ve öğretim ihtiyaçlarının giderilmesinde etkin bir teknoloji olmuştur. Bu çalışmada, 360 derece kayıt yapan ve sanal/arttırılmış gerçeklik imkanı sağlayan bilişim teknolojileri kullanılarak video kayıtları oluşturulmuş bu görüntüler ile kurumların tanıtımının yapıldığı bir web sitesiyle eğitim ortamlarının tanıtımı için uygun sanal bir ortam oluşturulmuştur. Mesleki teknik eğitim kurumlarının tanıtımı için müfredatta okutulan ders örnekleri ve uygulama örneklerinin 360 derece kayıtlarının oluşturulduğu bu çalışmaların sosyal medya ortamlarında paylaşılabilmesi için gerekli alt yapı oluşturulduktan sonra yapılan çalışmaların öğrenciler öğretmenler ve idariciler üzerindeki fayda algısı ölçülmüş ve arttırılmış gerçekliğin öğretme ve öğrenmeye etkisi üzerinde durulmuş güçlü ve zayıf yönleri tespit edilerek önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Arttırılmış Gerçeklik, 360 Derece Tanıtım, Mesleki Eğitim, Sosyal Medya

GASTRONOMI VE AŞÇILIK PROGRAMLARININ MÜFREDATLARINDA BULUNAN İLETİŞİM VE MEDYA DERSLERİNİN İNCELENMESİ

Öğr. Gör. Fatma Baş- İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

fatmaarin@ayvansaray.edu.tr

Yüksek Lisans Öğrencisi Eray Baş- İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

eraybas1987@gmail.com

ÖZET

Günümüzde insanlar iletişim araçlarını, dijital ortamı ve sosyal medya platformlarını oldukça yaygın kullanmaktadır. Hayatımızın bir parçası haline gelen ve çağımızın olmazsa olmazı dijitalleşme ve elektronik ortam, yiyecek içecek sektörünün tanınmasında ve yaygınlaştırılmasında önemli rolü bulunmaktadır. Birçok işletme bütçelerinin önemli bir kısmını dijital ve elektronik ortamda daha fark edilebilir ve tercih edilir olmak için kullanmaktadır. Görsel ve yazılı medyada gastronomi yayınları, yemek bloggerlığı, yiyecek içecek işletmelerinin dijital medya kullanımları, online satış/online sipariş, sponsorluklar ve markaların sosyal medyadan tutundurma çalışmaları önemli ölçüde artmıştır. Bu sebepten dolayıdır ki iletişim ve medya eğitiminin yükseköğretim düzeyindeki öğrencilere aktarılması önem arz ettiğinden eğitimimizin bir parçası olarak müfredatımızda yer verilmiştir. Bu çalışmanın amacı gastronomi ve aşçılık programlarının müfredatlarında bulunan iletişim ve medya derslerinin varlığı, sunumu ve içeriği incelenmesidir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Aşçılık, İletişim Eğitimi, Medya Eğitimi

Davetli Konuşmacı ve Moderatör: Prof. Dr. Barış BULUNMAZ - İstanbul Ayvansaray Üniversitesi
İletişimde Dijital Dönüşüm ve Nesnelerin İnterneti

Davetli Konuşmacı: Prof. Dr. Özlem OĞUZHAN - İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Que Vadis?: İletişim Eğitimi Yeniden Düşünmek

Davetli Konuşmacı: Doç. Dr. Nazan Haydari PAKKAN- İstanbul Bilgi Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Bahadır Elal: Sayın hocalarıma davetimizi kırmayıp geldikleri için çok teşekkür ediyorum. Hocalarımızı dinlemeye daha çok vakit ayıralım diye ben kısaca hocalarımı tanıtmaya çalışacağım. Prof Dr. Özlem Oğuzhan hocamız, iletişim çalışmaları, iletişim araştırmaları, kitle iletişimi, dijital iletişim, iletişim sosyolojisi ve görsel iletişim alanlarında çalışıyor. Hocamız Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi'nde sosyoloji bölümünü bitirdikten sonra Marmara Üniversitesi'nde yüksek lisans ve doktorasını radyo Tv bölümünde tamamlamıştır. 2001 yılında araştırma görevlisi olarak başladığı akademik yaşamına 2008 de yardımcı doçent, 2014 te doçent ve 2020 de profesör olarak devam etmektedir. Hocamız ayrıca Torino Albertina Güzel Sanatlar Akademisi'nde Sinema ve Sanat Tarihi, post doktorası yapmıştır. Hocamız şu anda İstanbul Medeniyet Üniversitesi'nde Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi'nde görevine devam etmektedir. Hocamızın bölüm yazarlığı yaptığı ve şahsen yazdığı kitaplar, pek çok ulusal uluslararası kongrede bildiri sunumu, projeleri ve saymakla bitmeyecek birçok değerli çalışması bulunmaktadır.

Doç.Dr. Nazan Haydari hocamızın çalışma alanları ise Feminist medya, eleştirel medya, alternatif medya ve kültürlerarası iletişimdir. Hocamız İstanbul Üniversitesi'nde işletme eğitimi aldıktan sonra Bilkent Üniversitesi'nde İşletme yüksek lisansını tamamlamıştır. Sonra Ohio Üniversitesi'nde kadın ve toplumsal cinsiyet çalışmaları alanında yüksek lisansını yapmıştır. Yine Ohio Üniversitesi'nde iletişim ve kalkınma alanında doktorasını tamamlamıştır. 1998 yılında Ohio Üniversitesi'nde araştırma görevlisi olarak başladığı akademik hayatında 2006 da yardımcı doçent olmuştur. 2014 te aldığı İstanbul Bilgi Üniversitesi'nde aldığı doçent unvanı ile Bilgi Üniversitesi'nde çalışmalarına devam etmektedir. Hocamızın da yine kitap bölümleri, projeleri, makaleleri, ulusal, uluslararası yayınları, Türkçe ve İngilizce pek çok bildirileri ve çeşitli üyelikleri vardır.

Sayın Prof. Dr. Barış Bulunmaz hocamız aynı zamanda şu anda üniversitemizde Rektör Yardımcılığı görevini de yürütmektedir. İletişim çalışmaları, iletişim araştırmaları, gazetecilik ve medya çalışmaları, medya ekonomisi, sosyal medya çalışmaları ile pazarlama ve marka yönetimi hocamızın temel çalışma alanlarıdır. Hocamız Marmara Üniversitesinde İşletme lisansını yaptıktan sonra yine Marmara Üniversitesi Üretim Yönetimi ve Pazarlama alanında yüksek lisansını ve Marmara Üniversitesinde Basın Ekonomisi ve İşletmeciliği alanında doktorasını tamamlamıştır. 2015 yılında doçent ve 2020 yılında profesör olan hocamız, TÜBİTAK bursuyla gittiği Amerika Birleşik Devletleri'nde South Carolina Üniversitesi'nde

post doktora yapmıştır ve misafir öğretim üyesi olarak çalışmıştır. Hocamızın çeşitli ödülleri, kitap bölümleri, beş kitabı ve yine diğer hocalarımız gibi Türkçe ve İngilizce olarak yayımlanan ulusal ve uluslararası bilimsel dergilerde pek çok makalesi, sempozyumlarda ve kongrelerde bildirileri ve çeşitli üyelikleri vardır.

Panelimizi Barış hocam yönetecektir. Ben Barış hocama sözü bırakırken, kongremize katılım gösterdiğiniz için tekrar teşekkür ediyorum.

Prof. Dr. Barış Bulunmaz: Bahadır hocama teşekkür ediyorum. 4.Mesleki Eğitim Kongresinde sabah açılış konuşmaları gerçekleşti. Sonra birinci oturum yapıldı ve şimdi panelde birlikteyiz. Öncelikle tüm katılımcılara ve konuklara hoş geldiniz diyorum. Sonra da panelistlerimize nasıl hitap edeceğimi düşünüyorum. Onlar benim hem hocalarım, hem arkadaşlarım, hem meslektaşlarım hem de dostlarım. Onun için bugün sohbet havasında bir panel olacak, ilk önce onu söylemiş olayım. Hem Özlem hocaya hem de Nazan hocaya tekrar teşekkürler. Prof. Dr. Özlem Oğuzhan İstanbul Medeniyet Üniversitesi öğretim üyesi, bugün bize “Que Vadis İletişim Eğitimi Yeniden Düşünmek” başlıklı bir konuşma yapacak. Doç. Dr. Nazan Haydari Pakkan, İstanbul Bilgi Üniversitesi öğretim üyesi ve “Medya Eğitiminde Çok Paydaşlı ve Disiplinlerarası Yaklaşımlar” başlıklı bir konuşma gerçekleştirecek. Ben de hem panelimizin moderatörlüğünü hem de “İletişimde Dijital Dönüşüm ve Nesnelerin İnterneti” başlıklı bir konuşma yapacağım. İlk önce Özlem hoca ile başlayalım, sizi dinleyelim keyifle.

Prof. Dr. Özlem Oğuzhan: Merhaba, öncelikle nazik davet için yine teşekkür ediyorum. Barış Hocamın dediği gibi bir şekilde dostlar bir araya geldik ve sohbet ediyoruz sıcaklığında geçeceğini biliyorum. Nazan Hocanın bu alanda benden daha çok çalışmaları ve emeği vardır. Dolayısıyla ben de onu çok merakla dinleyeceğim. Aslında burada bir kendiyle hesaplaşma denemesi yapmak üzere bu başlığı attım. “Que Vadis?” Neden Latince bir cümle ile başladı diye soracak olursanız, bu meşhur bir cümle aslında İncil'den geliyor. İncil'de şöyle bir hikâye var: Hz. İsa, Aziz Pietro ya salık veriyor ki Roma'nın merkezinde büyükçe bir kilise inşa et. O da “Tamam” diyor ama zamanla işler o kadar karışıyor ki o süreçte Hz. İsa çarمیğa geriliyor. Hıristiyanlara karşı büyük bir düşmanlık var vs. Bakıyor ki işler çığırından çıkacak, Aziz Pietro Roma'yı terk etmeye karar veriyor ve giderken yolda bir bakıyor, karşısına Hz. İsa ve sırtında da çarمیğı, ona doğru geliyor. “Que Vadis, Domine?”. Yani “Nereye efendim?” Hz. İsa da “Tekrar çarمیğa girileceğimi bilerek Roma'ya” diyor. O anda tabii Aziz Pietro ne yaptığını fark ediyor. Neden kaçtığını anlıyor, utançla geri dönüyor ve kiliseyi Roma'nın merkezine inşa ediyor. Bugün bizim rivayet odur ki Vatikan'ın merkezinde bulunan Aziz Pietro Kilisesi işte tam da bu geri dönüşün ürünüdür. Ayrıca Katolik dünyanın da merkezini sembolize ediyor yani onlar için dünyanın merkezi.

Şimdi bu hikâyeyi kendine nasıl bağladın diye soracak olursanız, bu soruyu ben kendime sordum. Yani kendi kendime bir diyalog kurdum, soran da cevaplayan da ben: “Que Vadis, Özlem?” dedim. Neden? Çünkü bu konu hakkında konuşur musun diye hocalarımdan haber gelince düşündüm, ben bunları evvelce çalışmışım. Ama ne zaman bundan on yıl önce 2010, 2011, 2012. O dönemler tabi Nazan hocayla birlikte çalışıyor olmanın etkisiyle -akademide bu tür etkileşimler oldukça önemli ve besleyicidir. Maalesef sürekliliğini sağlamak da çok

zordur- bayağı çalışmışım. Yani bayağı dedim ama ben çok hızlı yazabilen biri değilim ama yine dört ya da beş tane bir yayın yapmışım. Bu benim için yüksek bir skor, aynı konuda. Çünkü çok çeşitli alanlarda çalıştığım için “demek ki bu konu beni bayağı ilgilendirmiş” diye düşündüm. Sonra buraya gelirken dedim ki acaba onlardan bir şey derleyip böyle küçük bir çerçeve mi çıkarırsam? Sonra dedim ki Google’da adımları yazan herkes o yayınlara ulaşabilir ve bu çok saçma olurdu, yeniden gelip burada o metinleri tekrar etmem. Dolayısıyla kendime sorduğum sorunun hesaplaşmasını burada yapmaya karar verdim. Belki bu bizi dinleyenler için de bir öğretim üyesinin kendisiyle hesaplaşma örneği olarak da ilgi çekici olabilir diye düşündüm. Şimdi o metinlere bakmadım açıkçası ve unuttuğum bile öyle bir şeyler yazdım ama orada bir cümle vardı, o beni çok kendim yazdım ama yine de etkilendim. O cümleyi alıp yeniden tartışmak istediğim cümle şuydu: “İletişim bilimleri -lojilerin krallığında bir soytarıdır. Ama unutmamak gerekir ki ancak bir soytarı krala, hiç kimsenin söyleyemeyeceğini söyler”. Bu cümleden hareketle aslında bugün anlatacaklarımı da düzenledim. Yani üç istasyon üzerinden gitmeyi planlıyorum. İletişim bilimleri genel çerçeve, İletişim fakülteleri, meslek yüksekokulları, hatta lisansüstü öğrenimi ve son olarak da tek başına iletişimin öğreniminin ne olduğu ya da ne olması gerektiği. Dolayısıyla planladığım, etik temelli bir sunum olacak. Şimdi bu yine kişisel bir hikâyeden yola çıkayım Bahadır hocamın söylediği gibi benim lisans öğrenim Sosyoloji daha sonraki tüm sürecim İletişim Bilimleri. Ama seni birisiyle tanıştırmak istediği zaman çok yakınlarım bunu annem de dahil olmak üzere “Özlem sosyolog” diyorlar. Diyorum ki “benim sadece lisansım sosyoloji, ben iletişimcimiyim” ama değişmiyor, döngü böyle devam ediyor. Yani sosyoloji ile iletişimi her zaman kıyasladığımızda -lojiler yani bilim dalları daha ağır basar da iletişim bir disiplin olarak biraz hafifte kalırmış gibi hem yazım alanında böyledir hem de pratikte böyle gibi gelir. Çünkü lojiler düşünsenize, psiko“loji”, antro“loji”, etno“loji”, sosyo“loji” bunlar böyle acayip bagajlı, geleneksel bilim dallarıdır. Hatta doğa bilimlerine kafa tutarlar, onlarla yarışır ama iletişim bilimleri nedir, nerededir, niye çoğuldur? Bu konuda bile henüz hesaplaşmış değildir. Sanki bu -lojiler Apollon’dur da her şeyi ölçülü, düzenli, hesaplı bilinebilir ama iletişim bilimleri Dionysos’dur nerden çıktığı belli olmaz. Parçalanır sonra bir kazanda birleştirebilirsiniz. “Pastiş”, “eklektik”vb. gelenek tarafından bütün bu tırnak içinde istenmeyen Amerikan yönelimli post modern her şey gelir bunun içine tam oturur. İşte ne bileyim ben, ağaçların birbirleri ile iletişimini çalışan bir biolog da birbirleri ile iletişim kuran mantarları çalışırken iletişimden bahsedebilir; işte bir insanın duygu durum geçişlerinden bahseden de iletişimden bahsedebilir. Nerede duracağını, nereye gideceği de belli olmaz doğal bir afet gibidir. Dolayısıyla -lojiler olumlanır çerçeveleri sınırları belliymiş gibiyken, hâlâ İletişim bilimleri böyle tanımsız bir cisim olarak orada bir yerde durmalıdır. Peki küçücük bir örnek vererek bu söylediğimin nasıl tam tersine doğru bir yönelimimiz olduğunu da anlatmak isterim. Sosyolojinin en temel kavramı nedir? Toplum. Toplum nedir? Çok basit bir soru. Yani Fransız ihtilali ile başlayan o politik süreçten sonra ümit edilen toplum fikrinin ulus devlete dayalı sanayi devriminden sonra pek de işlemediğini, yerini “kitle” kavramının aldığını, kitlenin de asla belirlenemez elle tutulamaz nerede olduğu gösterilemez bir şey olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Peki “kitle” kimin kavramıdır, bu “toplumu” döven? İzler kitle , hedef kitle vb. iletişimin kavramıdır. Yani pirüpak İletişim nedir? dediğimizde belki de ilk tartışmamız gereken ve iletişim kuramlarının en baba haznesini oluşturan şey “Kitle iletişimidir” aslında hepimizin bildiği üzere. Bugün isterseniz nano-biyo-info teknolojilerin

bilmem nesini çalışın kitle iletişimini bilmek zorundasınızdır. Bugün geldiğimiz aşamada giderek fantastikleşiyor. XX. yüzyılın son çeyreğinden sonra biz zaten bu izler kitle hedef kitle falan onların yerine “kullanıcı” kavramını kullanıyorduk, şimdi onu da kullanmıyoruz.

Algoritmalar var yani sizler yürüyen 1 ve 0'larsınız ve yüksek ihtimalle renginiz siyah zemin üzerine yeşil. Dolayısıyla matematiksel ifade, veri olarak önemlisiniz. Dataizm diyorlar bu yeni sürece. Dolayısıyla insana bakış değişmiş durumda. Yani geçtim sosyolojisini, iletişim bilimini, bugün biz “insan nedir?” diye soruyoruz ve en temel sorunlarımızdan birisi de “insanın sınırları”, “İnsan nerede biter? Nerede başlar?” Mesela bugün çok temel bir çalışma alanı, “insan mühendisliği”. Bunun geleceğini biliyorduk ama herhalde bunu da görmeyiz diye düşünüyorduk, onu da gördük şükür! Şimdi bu tür bir ayrışma, dağılma, belirsizlik eş zamanlı olarak karşıtını da getirir. Yani her ayrışma bir birleşmeyi beraberinde getirirse eğer (biz buna karşıtıların birliği de diyoruz) bir şekilde bir birleşmede var. Mesela biz bunu disiplinlerarasılıkta kültürel çalışmalarla birlikte görüyoruz değil mi? Kültürel çalışmalar diye bir çalışma alanı var. Önce işte Birmingham Okuluyla başladı ama şimdi çalışma alanı oldukça genişlemiş durumda. Neredeyse sosyal bilimlere dair birçok şeyi kültürel çalışmaların içinde de sayılabilir. Geçenlerde beni de “Kültür Sosyoloğu” tanıttılar, ilk defa böyle bir sıfatım olduğunu öğrendim. “Onu nasıl... şey... Falan” dedim ama nezaketten çok da sesimi çıkartmadım, tabii. Öyle miyim acaba, diye de düşündüm bayağı. Şimdi kültürel çalışmalara baktığımızda, evveli -şimdi saksak çok şey çıkar da- ne üzerineydi? Filoloji, mitoloji değil mi? Şimdi içinde Nazan hocamın da çalışma alanı olan toplumsal cinsiyet vs vs birçok şey sayabiliriz. Mesela birçok dergi, birçok akademik etkinlik, kültürel çalışmalarla iletişim bilimlerini bir arada tutuyor. Yani bu bir Frankenstein hikayesi. O -lojilerin katılığında ve insanı sınırlandırıp tasnif edip genelleme yapmaya çalışmasından ortaya çıkan yetersizlikten doğan kaçış rampaları diyeyim. Şimdi bu soytarı Dionysos ya da Frankenstein, -ki Frankenstein aslında doktorun adıdır bildiğiniz üzere- nasıl üretilir? Kolu bir cesetten alır bacağı bir cesetten alır, bir teknoloji kullanır ve onu diriltir. Tanrısal bir etkinlik gerçekleştirir ama o kadar gariptir ki halk dilinde bu hikâye anlatıla anlatıla kitapta böyle bir şey geçmez -Mary Shelley'yi burada saygıyla anıyorum kendisinin büyük hayranıyım- yaratıcı olan doktorun adını çalar Yaratık. Biz bugün “Frankenstein” dediğimizde hiçbirimiz, ben dâhil olmak üzere kitabı ve diğerlerini hatmetmiş biri olarak, aklıma doktor gelmez. Önce Yaratık gelir. Adamın adını bile çalmıştır. Şimdi çok iddialı bir şey söyleyeceğim bunu arada böyle kısık sesle falan söylüyordum ama korka korka. Bence artık korkacak bir şeyim yok, çok yakında bunu da görürüz. Sosyal bilimlerin yerine İletişim Bilimleri diyor olacağız. Yani gidişat o yönde. İşte tam da bu yüzden bilimlerin sınıflandırılması üzerine yeniden düşünmek gerekiyor. Yani “Que Vadis?” sorusunu topluca sormak gerekiyor, böyle artık doğa bilimleri, sosyal bilimler oldu falan -Wallerstein bunu çok iyi tartışır, uzatmayacağım bilenler bilir ve bilmeyenler Immanuel Wallerstein okuyabilir- ama Aristoteles'ten beri politik, pratik ve teorik bilimler işte bunlar nerede birbirleri ile kesişiyor, nerede birleşiyor bu Batı düşünce tarihinde çok fazla tartışılmalı bir mesele. Hatta bu ara ben Nietzsche'nin nasıl baktığına çalışıyorum ama mesela bizde bu çok düşünülmez. Yani bilim tasnifinin nasıl çıktığı, bu sınırların nasıl konulduğu? Düşünmenin üzerine düşünmek. Sadece bunları biz alır ve uyguluyoruz değil mi? Bu tasnifin bizim için yani tüm Anadolu kültürlerine uygun olup olmadığı üzerine bir çalışma var mıdır, ben bilmiyorum. O yüzden şimdi Que Vadis bilim

sınıflandırması diyerek birinci merhalemi tamamlıyorum. İkinci merhale; bu eğitimi veren kurumlarla ilgili. Bildiğiniz üzere İletişim eğitiminde bir İstanbul Ekolü vardır bir Ankara Ekolü vardır. İstanbul ekolü gazetecilik üzerinedir, daha uygulama üzerine kuruludur. Ankara'ya ekolü önce Siyasalın altındadır sonra Basın Yayın Yüksek Okulu açılır ve o daha kuram ağırlıklı bir gelenektir. Hatta bu geleneğin ilk temsilcilerinden birisi olan, kendisini saygı ve rahmetle anıyorum, benim de tüm akademik gelişimimi planlayan çok değerli Hocam Ünsal Oskay'dır. Kurumsal çalışmalar ağırlıklıdır ama mesela biz buradan baktığımızda bu geleneği çok da fazla ilerletemeyiz. Hele bugün Bologna süreci ile beraber! Bologna sürecinin bence bize en büyük yan etkisi tüm bu gelenek, ekol vb. farklılıkları üniversitelerden çekip alıp hepsini “beş ders alınır dönemde, sair vakitte çocuklar kütüphanede, sporda yüzme, teniste” falan gibi bir hayali zaman planlaması üzerine kuruludur. Valla ben asamaya kadar geldim ama size açık söyleyeyim, bu yaşında öğrenci olarak derse girsem çıksam, tüm imkânları sağlayan bir kampüste olsam, arada kütüphaneye gidip de ay bilmem neymiş diye bakmam ya da iki tur yüzüp çıkmam bir zorunluluğum yoksa. Ya İstanbul trafiği yüzünden hızlıca eve dönmek isterim ya da trafik bitene kadar arkadaşlarımla takılırım. Meselem yine ne mekânların darlığı ve trafik, şehir koşulları olur. Zaten yüksek ihtimal öyle bir yüksek mevcutlu bölümde okuyorumdur ki öyle bir şeyi yapmaya kalkışsam bana haftada bir sıra gelir ya da iki haftada bir, durumuna göre. Dolayısıyla kendi koşullarımıza bu uyguladığımız sistemlerin uygun olup olmadığını tekrar gözden geçirmeliyiz. Öğrencilerin daha fazla sayıda ders almalarına -eğer istiyorlarsa- kesinlikle olanak sağlamalıyız. Kendimle karşılaştığımda benim öğrencim benim aldığım dersin, yarısıyla mezun olmakta ve bu beni gerçekten çok üzmektedir. Şimdi bunu bir de bölümlere uyarlayalım. Radyo Televizyon Sinema Cep Telefonu hattı Iphone da ekleyelim bence. Çünkü bugün markalar da teknolojinin adını alıyorsa eğer... Böyle iş mi olur? Bir de içinde sürekli Frankfurt Okulu ve araçsal akıl vs.nin anlatıldığı yerde. Kimse mi sormadı? Bölüm ismi araç isimleri onu geçtim, diğerleri de hani “tencere dibin kara benimki senden kara” reklamcılık, halkla ilişkiler ve gazetecilik falan. Meslek nerede ediniliyor? Bu meseleyi bir çözsük mesela hep beraber bir konuşulsa değil mi? Bir insan meslek edinmek için nereye gidecek liseden sonra? Ya da lisede edindiği mesleği ilerletmek için ne yapması gerekiyor? Bugün çok temel sorular soruyorum, “nedir?” soruları soruyorum. Çünkü geldiğim noktada beni iten, kendimi ittirdiğim yer burası. Meslek Yüksek Okulu ile Fakülte'nin işlevini ayırtıran nedir? Bu soruyu birisi cevaplarsa? Birisini niçin meslek yüksek okuluna gidiyor? Ya da fakülteye gidiyor ya da doktora yapıyor? Ne için? Sorusunu birisi bana cevaplasın farkı var mı? Farkı yoksa eğer burada bence çok büyük bir sorun var ve biz bunu sürekli halının altına süpürüyoruz. Bu bölüm adlarına gelmişken.

Şu anda yine bir Frankenstein hikâyesi yaşıyoruz. Çünkü ben 2001 yılında araştırma görevlisi olduğunda Görsel İletişim Tasarım Bölümleri vardı, hâlâ varlar. Ne olduğunu ben de tam anlamamıştım o zaman. Ama şunu anlamıştım, yani bir vakıf Üniversitesinde çalışıyordum ve diğer arkadaşlarımla da konuştuğumda çok yüksek mevcutlar vardı. Özel yetenekli alınıyordu, 100 kişi alınıyordu ama 10 kişi aslında orada gerçekten okumak için yanıp tutuşuyordu. Geri kalan 90 kişi bir şekilde gereklilikleri yerine getirip diploma alıyorlardı ama o iş ile bir alakaları hiçbir zaman olmayacaktı. Hepimiz biliyorduk ama bugün Görsel İletişim Tasarımlar yani o vakti ile beğenilmeyen bu bölüm belki de iletişim fakültelerini güncelle en

çok bağlayan, en çok en dinamik ve en çok tanımlayabilen -bu tartışılabilir- bölümleri haline geldi. Çünkü tam bir Frankenstein olarak doğdu, ilk zamanlar radyo televizyon sinema bölümlerinin yavrusuydular. Şimdi böyle gazetecilik-grafik arası gidip geliyorlar ama çok taşıyıcı bir kolon. Hem piyasada hem de üniversitelerin içinde. Ama burada da çok garip bir şey var. Sanmayın ki bir şeyi çığırkanlığını yapıyorum. Daha evvel birkaç yerde görmüştüm. Ama geçen gün bir dergide gördüm: Bir genç kendisini şöyle tanımlamış, “görsel iletişim tasarımcısı ve medya sanatçısı”. Yemin ediyorum, yüksek volt elektrik yemiş gibi oldum. Yani anlamadım ki görsel iletişim tasarımcısı, medya sanatçısı bir insan hem tasarımcı hem sanatçı hem de medya sanatçısı tabii ne olduğunu anlayabiliyorum -hatta Refik Anadol üzerine çalıştım- ama bunun, bu kadar aleni ve yüksek sesle söyleniyor olması bayağı bir şeylerin değiştiği anlamına geliyor. Bilmiyorum, belki geçen seneden tanıştıklarımız vardır arada ama ben sanatla da ilgileniyorum. Dolayısıyla bu çizgileri tartışa tartışa geldiğim için ben bayağı bir çarpıldım. O zaman şimdi klasik anlamda bilgi tasnifini yaparsak, iletişim fakülteleri bize doğruyu, iyiyi ve güzeli eş zamanlı mı söylüyor? Bakın aşağı yukarı 20 yıldır bu işi yapıyorum bence en temel problem nedir biliyor musunuz? Her şeyde olduğu gibi yöntemin eksik oluşu. Açalım bakalım ders programlarına mutlaka lisans, yüksek lisans, doktora düzeyinde yöntem ve teknik dersleri vardır. O dersler ya boş geçer ya da uyumlu biçimde yapılmaz -tabii çok iyi ehli olarak anlatanlara bir şey söylemiyorum hâsâ yanlış bir şey söylemiş olmayayım yani ama sayıları çok azdır. Yöntem nedir diye sorsam şu ülkede akademisyenlere çoğu da cevap veremez. Teknik ve yöntemi birbirinden ayıran çok az insan tanıdım hayatta. Yöntem bilmeyince ne oluyor çocuklar yani düşünsenize elinizde bir kaşık var, bir çatal var bir de bıçak var. Eh, hadi yemek yiyelim. Ne yapacağız bunları yani bunu bir yere batıracağız herhalde buraları sivri burası parmağını kesti, keskinmiş. Kendimizi kese - dele kese - dele yemeği öğreneceğiz, her birimiz tek tek. Ben öyle öğrendim. Bana kimse yöntem falan öğretmedi, zaten o derslerimde boş geçti. Hocaya gidip uyarmama rağmen! Demek ki anlatacak bir şey yokmuş. Yöntem bence geldiğim yerde şunu söyleyebilirim, o kadar elzem bir şey ki. Ezberletilen teknik gibi bir şeyden bahsetmiyorum, ondan hâlâ bir şey anlamam. Bana anket yap deseniz, boş boş yüzünüze bakarım. Hiçbir şey bilmem, ilgimi de çekmiyor. Yöntem çok başka bir şey. Yöntem bir şeyi “Niçin ve nasıl yapılacağını?” anlatan bir şey. Bir yöntem bilmeden insan çorba bile içemez. Koskoca padişahlar marangoz oluyorlardı, taş işliyorlardı. Niye, işsiz kalırlarsa bir altın bilezikleri olsun diye mi? Yöntem öğrensinler diye. Bir yöntem bilerseniz ve o yöntemde bir şey üretebilirsiniz. Düşünsel bir faaliyeti fiziksel bir nesneye aktarabilirseniz, her şeyi yapabilirsiniz hayatta. Süpermen mi olmak istiyorsun işte yöntemi budur. Bir şeyi niçin ve nasıl yaptığını bil! İletişime burada da “Que Vadis” diyorum. İletişim Fakültesi meselesi ya da işte meslek yüksekokulu ya da işte doktorası yüksek lisans vs. “Que Vadis”. Yönteme döneceksin, yönteme bakacaksın. Bu aşamaları birbirinden ayırmanın kendisi bile bir yöntem gerektirir. Yöntem planlama getirir. Bizim hayatımızın hiçbir parçasında planlama yok. Yaşadığımız şehirlerden tutun, giydiğiniz ayakkabıya kadar bakın. Güya tasarım! Biz tasarımdan ne anlıyoruz bir ayakkabı ve tasarım kelimesi yan yana geldiğinde ona 5000 € vermek gerekirmiş gibi. Halbuki tasarımın en temeli ergonomidir. Ergonomi ayağını rahatça o ayakkabıyı girmesi ve yürürken rahat etmesidir.

Prof. Dr. Barış Bulunmaz: Özlem hocam şöyle yapalım, şimdi Nazan hocamı da dinleyelim. Bilimsel tartışma ortamını, derinlemesine fikir tartışması yaratabileceğimiz bir ortam

oluşturalım diye düşünüyorum. Eğer tamamlamak istersen, lütfen devam et. Final bölümü kalsın... Çok teşekkürler. Kısa bir özet yapayım. Özlem hoca ilk önce iletişim bilimlerinin 19.yüzyıldan 20.yüzyıla evrilme sürecinde yani bir bilim alanı olarak kendi ayakları üzerinde özerk bir çalışma alanı yaratırken; diğer disiplinlerden ne ölçüde besleniyor ve diğer disiplinlere ne ölçüde çalışma sahası yaratıyor sorularını irdeledi kendi üçe böldüğü konuşmasında ve ilk bölümü çok keyifli anlattı. Benim de çok uğraştığım, konuştuğum, değerlendirdiğim bir alan ve gerçekten iletişim bilimleri neredeydi, şimdi nerede ve hatta bundan sonra nereye gidecek? İkinci bölümde ise günümüzdeki o kavram kargaşasını, ampirik ve kuramsal çalışmaları yöntem üzerinden ele aldı. Onun için final bölümünü bekleyelim, hem konuşmalarla belki daha farklı şekillenir. Belki biraz oradan daha farklı alanlar, patikalar yaratırız diye kesmek istedim. Şimdi Nazan hocayı dinleyelim, Nazan hoca çok değerli bir akademisyen, hem çalışmaları hem alandaki ismi hem de güler yüzüyle. “Medya eğitiminde çok paydaşlı ve disiplinlerarası yaklaşımlar” başlıklı bir konuşma yapacak bizlere. Nazan hocadan da son bölümü bırakmasını rica edeceğim, böylelikle bir tur daha döneriz ve soru cevap kısmıyla daha keyifli hale getiririz diye düşünüyorum. Sizden devraldıktan sonra da ben dijital dönüşüm birlikte, günümüz ve gelecek arasında bir köprü kurmaya çalışacağım, nereye gidiyoruz gibi bir yol açmayı umuyorum. Söz sizde Nazan hocam.

Doç. Dr. Nazan Haydari Pakkan: Gerçekten burada sizlerle birlikte olmak çok güzel. İletişim alanının kendi içindeki parçalanmalarını ve belirsizliklerini ilk olarak Ohio Üniversitesi’nde Telekomünikasyon programında doktora yaparken fark ettim. Program isminin fazla teknik duyulması nedeniyle değiştirme ihtiyacı hissedilmiş ancak ne olacağına da karar verilememişti. İletişim olsun diye düşünüldü ama söylem ve kişilerarası odaklı başka bir iletişim doktora programı olduğu için öyle bir değişikliğe de gidilemedi ve o şekilde kaldı. Daha sonralarda Medya Sanatları ve Çalışmaları (Media Arts and Studies) olarak değiştirilmiş. Doktora yaparken gözlemlediğim kuram ile uygulama arasındaki çatışmanın büyüklüğünün farkına Maltepe Üniversitesi’nde çalışmaya başladıktan sonra vardım. İletişim kuramları dersini verirken eğitim kuramları üzerine de düşünmeye başladım. Eleştirel çalışmalar, kültürel incelemeler, toplumsal cinsiyet alanlarındaki tartışmalara hâkimdim ancak medya üzerinden bu kuramların uygulandığı eleştirel pedagoji alanını keşfetmem medya eğitim üzerine düşünerek ve Özlem (Oğuzhan) ile bu konudaki tartışmalarımız ile başladı, böylece eleştirel pedagojinin alanını keşfettim. Pablo Freire’yi ve Ezilenlerin Pedagoji kitabını tekrar okumak yeni bir alan açtı benim için.

Bugün beş başlık belirledim, onların üstünden konuşmak ve katıldığım çok paydaşlı, disiplinler arası, sivil toplum kuruluşlarıyla, farklı kurum ve üniversitelerle işbirliği içerisinde yürütülen projelerden örnekler vermek istiyorum. Örnek vereceğim projelere ben çoğunluklar iletişim, özellikle de medya öğrenci grupları ile birlikte katkı verdim. Bu örnekler ile hem medya eğitiminin içerisinde benim gördüğüm sorunların altını çizmek, hem de hayatı dönüştürmek üzere birbirinden uzak gibi görülen grupların bir arada çalışmasıyla ne kadar yeni açılımların da ortaya çıkabileceğine dair umudun da altını çizmek istiyorum.

Altını çizmek istediğim noktalardan ilki başta da belirttiğim kuram ve uygulama arasındaki ayrımıydı. Bundan Özlem hoca da bahsetti. Bunu nerede gördük? Müfredat değişiklikleri

İletişim fakültelerinde ve medya bölümlerinde çok sık sık yapılır. Bir taraftan tabii ki değişen teknolojilerle böyle bir ihtiyacı doğuruyor, diğer taraftan bu durum mecra odaklı düşünmeyi de merkeze yerleştiriyor. Bu duruma YÖK tarafından iletilen isim değişiklikleri talepleri de eklenince başka sorun alanları çıkıyor? Örneğin bir dönem Radyo sinema televizyon da bölümün adı sinema radyo televizyon oldu, sonra radyo çıksın çünkü artık gündemde değil denildi, bölüm sinema televizyon oldu. Daha sonra radyo yeniden geldi gibi mecra odaklı bir dizi değişiklik yaşandı. Kuram ve uygulamanın ayrıksılığını öğrencilerin bakış açısında da çok görebiliyoruz. Müfredat ve bölümler üzerinden kurgulanmış olan ayırım öğrencilerin de kendilerini uygulamaya yönelik iş yapacağım ya da kuramsal yaklaşıma, yazmaya ve editoryal süreçlere daha yoğunluklu olarak odaklanacağım şeklinde konumlandırmalarına neden oluyor. Daha kuram odaklı yaklaşım eleştirel bir yaklaşımı beraberinde getirip medya temsillerindeki sorunlara odaklanabilirken uygulama izlenebilir programlar üretmek gibi bir derde odaklanabiliyor. Bu da eleştireliliğin ve kuramsallığın sektörel gerçekliğin çok dışında kaldığı algısı yaratabiliyor. Böylece sektörün kendi gerçekliği içerisinde varlık göstermeye çalışan mezunlar için bu eleştirelilik uygulanamaz aslında ütopyik bir çerçevenin içerisinde kalan bir bakış açısıymış gibi görülebiliyor. Kuram ve uygulama arasındaki ayrımı hocalarda da görüyoruz. Bu ayrımlar aynı zamanda medya temsillerinin de uygulama ve kuramsal çerçevenin birlikte düşünülerek oluşturulması gereken süreçler olarak görmemizin önünde engeller olarak karşımıza çıkıyor.

Altını çizmek istediğim ikinci nokta gündelik hayatın bir eğitim alanı olarak görülememesi konusu. Bunu yine eğitim süreçlerinde tekrar tekrar görüyoruz. Örneğin öğrenciler kendi ilgi alanlarının ve deneyimlerinin eğitimin içerisinde tartışılacak alanlar olarak göremeyebiliyorlar. Dördüncü sınıf projelerinde buna ilişkin tartışmalara çok şahit oluyorum. Bu öğrenciyi kabul gören alışılmış gelmiş tema ve konulara eğilmeye yönlendirebiliyor. Ben bunun eğitimi ve akademik bilgiyi gündelik hayattan bağımsız, daha üst bir yerde yerleşmiş bir süreç olarak görmemiz ile ilişkili olduğunu düşünüyorum.

Üçüncü bir nokta özne odaklı yaklaşımın eksikliği. Buradaki özne, öğrencinin kendini, öğrenme süreci ve eğitimin, medya eğitimi örneğinde ise medya üretim süreçlerinin bir öznesi olarak görememe meselesi ile ilgili. Bu öznellik yüksek lisans veya doktora tezleri özelinde birinci tekil şahıs kullanılarak yazılıp yazılamayacağı, nesnel duruşun bilimsellik tanımı ile ilişkisine dair tartışmaları beraberinde getirebiliyor. Medya üretim süreçlerinde ise üreticinin kendisini bu sürecin içerisinde nerede, nasıl konumlandırması ile ilgili de bir takım sorunları görünür kılabilir.

Dördüncü nokta bağlam odaklı düşünmenin, yani medya ürünlerini genelleştirilebilir bakış açıları olarak değil bir sözü olan temsil biçimleri olarak değerlendirmenin önemi. Ben var olanı göstermeye çalışıyorum, tarafsız bir bakış açısı sunmaya çalışıyorum gibi cümleler temsilleri genelleştirilebilir bakış açıları olarak görmenin bir uzantısı diye düşünüyorum.

Son olarak alternatif görme biçimlerinin yani başka yaklaşımlar ve görme biçimleri sunabilme olasılığı üzerine düşünmenin önemi diyerek beşinci noktayı saymış olayım. Kuram ve uygulamanın arasındaki o köprünün eksikliği, özne odaklı düşünme, bağlam odaklı bakmanın ve anlamının eksikliği ya da önemi, temas ve gündelik hayatın bir eğitim alanı olmasının

arkasındaki konusunun önemi ve alternatif görme biçimleri bugün altını çizmek istediğim noktalar. Zamanımız var ise çok paydaşlı ve disiplinlerarası bakış açılarının bir araya geldiği yaklaşımların eğitim sisteminin içine entegre edilmesinin bizler için açtığı yeni bakış açlarına dair birkaç örneği paylaşmak isterim.

Prof. Dr. Barış Bulunmaz: Hocam ben de bir giriş yapayım. Daha sonra final ve soru cevap bölümüyle devam ederiz isterseniz. Çok teşekkürler Nazan hocam... Beş bölüm, kendi içerisinde beşe ayırarak şekilde, beş ayrı bakış açısı ama temelde aynı yere odaklanacak bir profil oluştu gözümün önünde, ben dinlerken onu hissettim. Özlem hocanın ilk söylediği, yani geçiş bağlantıları çok iyiydi. Kuram, uygulama ve gündelik hayatın bir eğitim alanı olmaması, aslında oradaki belli kalıplar ve o kalıpların içerisinde kendimizi konumlandıramamamız... O bağlam odaklı düşünme kısmı ise aslında bizim yapmaya çalıştığımız, iletişim eğitimini veya iletişim kavramını belirli bir yerden alıp belirli bir yere getirmek çabamızı ve bundan sonra geçmişten devraldığımız o bayrağın hızına yetişemediğimiz, değişimine ve dönüşümüne yetişemediğimiz ama bir tarafına eklenmeye çalıştığımız, ilave olarak az önce de Özlem hocanın konuşmasından sonra söylediğim farklı disiplinler arasından sıyrılarak artık bütün diğer disiplinleri, diğer bilim alanlarını bir mıknaş gibi kendisine çeken bir alandan ve bir sahadan bahsediyoruz. Ben de böyle bir giriş yapayım. Aslında konuşmamın başlığını iletişimde dijital dönüşüm ve nesnelere interneti olarak belirlemiştim. Dijital dönüşüm sürecinde kendi içinde "internet of things" dediğimiz nesnelere interneti kavramı ile teknolojinin akıllı cihazlar vasıtasıyla birbirleriyle bağlanmasını ifade ediyoruz. Yani şimdi düşündüm, sizler konuştuktan sonra, eğitim süreçlerinde dersler kalıplar ve Bologna sürecinden bahsetti Özlem hoca, hatta 2010-2011 yıllarında Maltepe Üniversitesinde bu süreci başlatan ve finalize eden bir çalışma grubu oluşturmuştuk. Aslında az önce söylediğiniz kuram ve uygulama kısmıyla ilgili olarak, ben onu şu şekilde kavramsallaştırmaya çalışıyorum kendi bakış açımdan. Hep bir müfredat fetişizmi üzerinden gidiyoruz. Aslında belirli kalıpların içerisinde kalınarak, o kalıpları zorlama bir şekilde öğrencilere aktarılıyor ve soru işaretleri oluşuyor. Günün sonunda, ayın sonunda, yılın sonunda ise soyut bir kavram olan zamanın içerisinde sürekli yorgun olunuyor. Kafamız karışıyor, bir şeyler anlatmaya çalışıyoruz. Anlattığımız anlaşılıyor, dinlediklerimizi tam anlayamıyoruz, aslında biz iletişimde bu anlam sürecini yani bir anlam paylaşımını yaratma derdinde iken ne yazık ki o işin kavramsal boyutundan çıkıp, uygulamada bunu hiçbir zaman fiiliyata geçiremiyoruz. Bizler için söyleyemiyorum bunu, genel bakış açısı anlamında söylüyorum. Şimdi 1900'lü yıllar dedik ve 21.yüzyıla kadar geldik. Ama son 100-150 yıllık zaman dilimine baktığımızda iletişim kavramının veya iletişim bilimlerinin ya da iletişim algısının, yani toplumdaki o iletişim algısının geldiği yer ve evrildiği yer gerçekten çok farklı olduğunu görüyoruz ve yaşıyoruz. Okuduklarımızda da, aslında kendimizi doldurma biçimimiz de ve onu bir ürüne, bir iletişim ürününe ya da bilimsel bir yayına veya bilimsel bir çalışmaya, bir projeye döndürme süreçlerimizde de onu görüyoruz. Etrafımda da bunu görüyorum, özellikle bizim alanda çok fazla görüyorum. Peki ne yapacağız? Çok şanslı bir alandayız gerçekten. Konuştuğumuzu, anlattığımızı, dinlediğimizi hem bir sosyal bilimci olmanın avantajı ile hem de iletişim bilimlerinin içerisinde naçizane bir şeyler yapmaya çalışan akademisyenler, bilim insanları olarak kendi soru işaretlerimizi noktalı cümleler haline getirebilme ve bunun karşılığını alabilme avantajlarımız var. Hem üniversitede bir akademi çatısı altında hem de

filiiyatta; sektörde, alanda, iletişim sektöründe veya medya sektöründe. Ama tabii çok farklı bir duruma geldik. Yani aslında çok ciddi bir keşmekeşten bahsediyoruz yirminci yüzyılla birlikte. 1914-1918 Birinci Dünya Savaşı ile başlayan, daha sonra 1929'daki Büyük Buhran ile devam eden, daha yeni kendini toparlarken, 1939-1945 İkinci Dünya Savaşı sonrasında başlayan çift kutuplu dünya; sürekli insanların bir dert anlatma ya da belirli ideolojiler etrafında anlam bütünlüğünü yaratamadan, az önce söylediğim müfredat fetişizmi gibi sadece kavramlara bağlı kalarak o kavramlar üzerinden kimlik yaratma endişeleri ile 2000'li yıllara dayandık. 2000'li yıllara geldiğimizde de aslında o Soğuk Savaş döneminin yarattığı tahribat, aslında bahsettiğimiz zaman dilimleri bizim kendi hayatımızda bir insanın yaşam süresi üzerinden değerlendirdiğimizde tabii ki bir ömür, bir yaşam ama insanlık tarihi açısından baktığımızda çok kısacık zaman dilimleri ve o 40-50 yıllık süreç aslında hem grupların, hem toplumların, hem kavramların birbiriyle didişmesiyle geçti. “Bir şey üretildi dersek doğru söylemiş olur muyuz?” diye bazen kendime soruyorum. Ya üretildi diyorum, cevabını öyle söylüyorum, ama bunu somut bir yere ya da bir alana dayandırmaya çalıştığımda pek bir sonuç bulamıyorum. Bakıyoruz alanla ilgili, saha ile ilgili ya da üniversite çatısı altında bilim üretme, soru sorma ya da bir derdin üzerine gitme endişesinin çok çok azaldığını görüyorum. Ama tabii az önce söylediğim gibi zaman içerisinde çok farklı kitle iletişim araçları ortaya çıktı, ben eğitim kısmını böyle biraz kitle iletişim tarafı ile birleştirmek istiyorum. Oradan da dijital dönüşümle ilk bölümü tamamlarım. Hep belirli sosyal olguların, toplumsal olayların, siyasi krizlerin veya siyasal değişimlerin ve dönüşümlerin sonucunda çok kısa bir zaman diliminde, 100-110 yıllık bir zaman diliminde iletişimin, yine zamanın ruhuna bağlı olarak tetiklenen bazı değişim ve dönüşümlerle kendine bir alan açtığını görüyoruz. İşte Birinci Dünya Savaşı ile birlikte radyoların ve işitsel mecranın hem bir cihaz, hem bir alan, hem bir uygulama biçimi olması. İkinci Dünya Savaşı sonrasında o değişimle birlikte bir taraftan ekonomi politik açıdan toplumların bir tarafta yoğunlaşmasını görüyoruz, diğer taraftan ise Avrupa kıtası, Amerika kıtası, Asya ve Afrika kıtaları ile birlikte bütün bu kavga ve dövüşler içerisinde yeni bir teknolojik imkânla, televizyonla karşılaşıyoruz. Burada anlatım biçimleri değişmeye başlıyor. Bir bakıma az önce ifade ettiğim gibi, o müfredat fetişizminin ya da kalıpsallaşmış ve onun dışına çıkamama endişemizin bir çıkış yolunu bulma, bir anlatım yolunu bulma, bayrağını taşıyan fikirlerle, olgularla ve insanlarla karşılaşıyoruz. Özellikle 1990'dan sonra gelişen ve internet teknolojisi ile birlikte iletişimdeki o dijital tarafa entegre olma biçimi... Yani ne ben senden aldım ne sen bana verdin, hadi gel ortada buluşalım şeklindeki bakış açısı, iletişimdeki iletişim yöntemlerini değiştirirken, nedense iletişimin eğitim tarafına ya da bunun teknik tarafına diyelim, akademi tarafına pek uğramadığını görüyoruz. Ben akademi tarafına siz çok girdiğiniz için değinmiyorum, belki ikinci bölümde bir atıf yaparım veya sorularla birlikte beraber değerlendiririz. Ama bu dönüşüm ve değişim, dijitale süreçlerden evrilen dönüşüm ve değişim bizi bambaşka bir tarafa götürdü. 30, 40, 50'şer yıllık zaman dilimlerindeki birikim, bizi çok kısa zaman dilimlerinde ve çok çabuk tüketilen dijital olgularla karşılaştırıyor. Bu karşılaşma süreci çoğu zaman kimlik yaratma veya belirli kimlikler üzerinden kendini ifade etme biçimlerinde, yeni medya dediğimiz alanda koskoca dipsiz bir kuyunun içerisinde kendini ifade edecek alanlar bulmaya çalışıyor. şimdi düşünüyorum, çok geniş bir kavramdan bahsediyoruz. Ben sosyal medya, sosyal medya araçları ya da sosyal medya platformları demek yerine o kavramsal bütünlüğü hep yeni medya üzerinden ifade ediyorum. Bunu hem yöntem, hem uygulama biçimi, hem de cihaz olarak

toplam bir bütün olarak ifade ediyorum. Ne tarafından tutarsak tutalım, bu yeni medya süreci çok hızlı, çok çabuk dönüşüyor ve bireylerin kendilerini ifade etme biçimlerini sanal kimlikler üzerinden gerçekleştirdiği ve gerçeklik algısının ve olgusunun aslında yalnızlığa doğru gittiği, bu yalnızlığın içinde de eğitim kısmının çok göz ardı edildiğini düşünüyorum, ne yazık ki... Yapabilirlik kapasitemiz, kendi ölçülerimiz ya da o bütünlük içinde bize verilenle bir bütün oluşturmamız isteniyor, hem sosyal bilimler açısından hem insani değerler açısından ama iletişimden bahsettiğimiz için buraya konumlandırmaya gayret edeyim. Güven ve yaratıcılık olgusunun tamamen dışına çıkıyoruz. Bakın iki tane kavramdan bahsettim. Hep bir kimlik endişesi, farklı kimlikler üzerinden kendimizi ifade etme biçimi yaratıyoruz, maalesef güven olgusunu tamamen yerle bir ettik. Diğer taraftan yaratıcılık diyoruz. Nerede yaratıcılık? Bize verilmiş beş parça ile bir bütün yaratmamız isteniyor. Kaç tane yaratabiliriz? Beş parçayla ne yapabiliriz? Birini altına koyup, diğerini üstüne ya da yanına koyarız. 10 tane veya 15 tane, ama gerçek dünya böyle değil, çok çeşitli imkânlar var. Bu imkânların içerisinde kendi yaratıcılığımızın elinden alındığı inanılmaz bir paradoksun içerisindeyiz. Sevgili meslektaşlarım ve dinleyen katılımcılara bu şekilde toparlayayım ilk bölümü. İnanılmaz bir paradoksun içindeyiz. Bir taraftan çok ciddi bir yaratıcılık olgusu, baskısı ve sözel olarak bunu ifade etme biçimi yaratıyoruz. Ama diğer taraftan gerçek anlamda bir Truman Show gibi bize verilenler üzerinden bir şey yaratmaya çalışıyoruz. Demin, Özlem hocanın söylediği Bologna süreci, evet, Nazan hocanın söylediği kuram ve uygulama arasındaki o didişme böyle mi? Seç birini... Bir de başka bir dünya var. Yaratıcılık, iletişim eğitiminin geleceği ve iletişim fakültelerinin niteliği, çok konuştuğumuz konulardı bunlar, daha 11-12 sene önce bir tarafından tutabildik. Şimdi işte birimiz İstanbul Bilgi Üniversitesi'nde, birimiz İstanbul Medeniyet Üniversitesi'nde, birimiz İstanbul Ayvansaray Üniversitesi'nde ve yeni medyanın bize sağladığı olanaklarla bir panelde birlikteyiz ve bu fikirleri tartışıyoruz ne mutlu ki. Sözlerimi şöyle toparlayayım. Evet, paradoksun çıkış yolunu bireysel çabalarla bulabiliriz, bireysel çabaların yarattığı o yaratıcılık olgusunu tamamen çemberin dışına iten durumu göz ardı ederek, elimizle sımsıkı tutup bunun için mücadele etmemiz gerekiyor. Çünkü gerçekten iletişim kavramı bunu hak ediyor. İletişim bilimleri de bunu hak ediyor ve iletişim alanına emek veren bizler ve bizim o eğitimi ya da söylemi, anlatıyı paylaştığımız öğrencilerimiz ve içinde bulunduğumuz topluluk da bunu kesinlikle hak ediyor. Ben ilk bölümü bu şekilde bitirmiş olayım. Dijital süreçlerle ilgili genel bir değerlendirme de final bölümünde yaparım. Özlem hocam sözü size bırakıyorum, siz devam edin isterseniz.

Prof. Dr. Özlem Oğuzhan: Ya ben herhalde bir şeyleri skandalize etmeden, çok da böyle abartmadan konuşmıyorum. Hocalarım gayet iyi itidalli şekilde anlattılar. Gerçi “müfredat fetişizmi” süpermiş hocam gerçekten çok doğru bir tasvir. Şimdi benim bu yöntem çıkışından sonra bence her şeye yeniden başlamamız gerekiyor da yeniden başlamak derken bu bir sıfır değil çünkü yetişmiş eleman var, çok ciddi bir deneyimimiz var ve hepimiz bu konuda hemfikiriz yani bu ihtiyaçlarımız var. Ve fakat yetkimiz yok yani çok küçük bir şey ama sorun. Bence yine böyle teolojik bir iş yapacağım ama Aziz Petrus'un neden Roma'ya geri döndüğünü, onu motive eden şeyin ne olduğunu düşünmek lazım. Adam sadece bir kilise yapmak için dönmüş olamaz. O bir söz vermişti ya da bir emanet almıştı. Ya da bir şeye inanmıştı. Yani tabi ben bunu sekülerleştirerek kullanıyorum inanca dair bir şey söylemiyorum. Bu arada “Que Vadis?” ile ilgili filmler var. Oyunlar var. Edebiyatta çok

kullanılan bir mesele öyle benim icadım bir şey değil. İlgilenenler araştırıp bakabilirler. Bizde çok menkıbe vardır bununla ilgili. Karınca yola çıkmış da hacca gidiyormuş da falan... Lokman Hekime sormuşlar... falan diye. Yani bunlar aslında insanın inandığı şeyden dönmemesi gerekliliğine dair menkıbeler yani bizi ikna edecek hikâyeler. Ben size kısacık “bu kadar konuşuyorsun da peki sen ne yapıyorsun” diyen olur diye küçücük bir uygulamamdan bahsedeyim. 2009 yılından beri iletişim etiği dersi veriyorum Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesinde. Bu ders ilk bana geldiğinde, “İletişim Fakültesi öğrencisine ne anlatacağım, sadece kuramdan ibaret olursa sınıfı kavramam ve öğrencilerin de anlattıklarımı kavraması imkânsız olur” dedim. Sonra kuram ve uygulamayı birleştirmek üzere tüm temsil türlerindeki etik problemleri temel metinlerle ve güncel örneklerle tartışmaya karar verdim ve sonuçta da Neden diye bir proje uydurdum? Tam olarak uydurdum yani görün bakın, eğitim her zaman öyle planlı bir şey olmayabiliyor yani. Öğrencilerimin ve Nazan Hocanın çok desteğini aldım o dönem. Oradan bakınca proje çok basit bir proje gibi görünüyor ama değil. Proje şu, medyanın herhangi bir mecrasında görseli etik problemlerle ürün buluyorsunuz. Ve o görseli eleştirecek ama böyle tam amiyane tabiriyle laf sokarak eleştirecek “Neden” ile başlayan bir cümle kuruyorsunuz. Mesela burada da atasözü ve deyimleri çok kullanıyoruz ve o sıralar meşhur reklamlardan belli replikler alabiliyoruz vs. Mesela ilk ve sonlardan birer örnek vereyim. İlklerden örnek, o dönem -belki gençlerin yaşı yetmez hatırlamaya- Bush Irak’a ziyarete gittiğinde bir gazeteci soru sormak üzere ayağa kalkmıştı ve dayanamayıp Bush'a ayakkabı fırlatmıştı. Böyle hepimizin içindeki yağları eriyiverecekti ama tutturamadı. Sonra bir öğrencim geldi, Onur dedi ki, “Hocam dedi yanlış yaptı” gazeteci. “Nasıl?” dedim. Yani benim projem bu dedi. “Ne yani tutturamadığını mı, yapacaksın” dedim. “Hayır” dedi. “Hocam o bir gazeteci. Bush’u sorularıyla dövmeliydi” dedi. Bu projede 4 kare fotoğrafta adamın ayağa kalkışı, ayakkabıyı atışı, Bush'un çekilişi falan sonraki karmaşa derken olayı gösterdi. Altına da şöyle bir soru: “Neden gazetecinin pabuç kadar dili yoktur?” Hem bir pabuç kadar dili olmak deyimini kullanıyor hem de onu negatif haliyle kullanıyor. Yani olumlu bir şey, hem de o ayakkabı fırlatma eylemini aslında söylemle nasıl halledemediğini dolayısıyla gazetecinin mesleki yeterliliklere uygun davranmadığını sorguluyor. Dedim “Otur çocuğum, 100”. “100 yani gel buyur dersi sen anlat”. Müthiş sevinmiştim. Mesela çok ilginç her konuda geliyor örnekler. Biz bunları 35x50 cm fotobloklara basıyoruz. Belli bir formatımız var ve işte on iki yıldır veriyorum. On iki yıldır biz yüzlerce böyle iş üretiyoruz ve her bir yılı yan yana koyduğumuzda çok acayip bir şey, o yılın da özeti gibi oluyor. O yıl olmuş olanlar. Mesela bu yıl inanılmaz şekilde bu sosyal medyada, “instamom”; instagram anneliği ve anne rolündeki dönüşüm üzerine geliyor. Mesela oradan çocukların o kadının annelik rolü ile beraber dönüşen yeni haliyle ilgili böyle bir çatışması var belli ki bunu anlayabiliyorsunuz. Yani bende bir hoca olarak birçok çıkarım yapabiliyorum bundan. Bu projeyi ben yazarak da anlattım “Neoliberal Politikaların Üniversiteler Üzerindeki Etkisi ve Neden Projesi” diye bir makale. Kendi projelerinden yüzde 50 not alıyorlar. Yüzde 50 notu ise diğer arkadaşlarının diğer öğrencilerin projelerini yaptığı katkıdan alıyorlar. Böylece derste not alma süreci rekabet üzerine değil, gerçek anlamda bilgiyi paylaşmak, düşüncüyü paylaşmak üzerine kuruluyor. Yani paylaşmak biçim ve içerik üzerine kurulu ve bu projede temsili eleştiriyorlar. Yani mesela neden çocukların aç olduğu bu dersin meselesi değil çünkü bizim derdimiz etik değil. Bizim gayet pratik etik, iletişim ettiği, medya etiği üzerine kurulu bir dersimiz var. Önce bir 5 ya da 6 hafta teorik bir çalışma

sürdürüyoruz. Özellikle de Aristoteles ve Kant üzerinden biraz gidip pratik örneklere de bakıyoruz. Mesela çok eğlenceli örnekler geliyor, genellikle de medya kuruluşlarının söyledikleri ve eğledikleri arasındaki farkla ilgili, onlara bakıp çok gülüyoruz. Medya kuruluşlarının etik kuralları var, onları açıyoruz mesela bir hafta. İyi bir bos zaman faaliyeti, tavsiye ederim. Böyle moraliniz falan bozuk olunca açın, bakın, gülün. Hepsine değil tabii; hâlâ çok ahlaklı habercilerimiz var şükür ki. Bilmiyorum daha ne kadar bu küresel sistem baskısına direnebilirler, boyun eğmeden, umarım eğmezler. Mesela bu tür bir proje yaptırmaya çalışıyorum. Diğerinde yani hep küçük küçük mecralar oluşturmaya çalışıyoruz. Biri diğerinde işte mesela İstanbul'u keşfediyoruz. Bir tasarım nesnesi olarak İstanbul'u araştırdığımız bir dersimiz var. İstanbul kazan, biz kepçe geziyoruz ve her şeyi tarihlendirerek, fişliyoruz. Yani bildiğiniz kapı kulpları, sokak lambaları ızgaralar, apartman kapıları, demirler, cam, pencere, saksılar çiçeklikler yani böyle hani gerçekten deseniz ki siz ne yapıyorsunuz? Uzaktan baksam yaptığımıza deli işi derim ama birilerinin bunları yapmasına, arşive ihtiyacımız var. Kentsel bir hafıza oluşturmaya ihtiyacımız var. İyisini de çekiyoruz, kötüsünü de çekiyoruz. Bunları stokluyoruz. Belli bir süre sonra belediyenin “İstanbul Senin” diye bir kampanyası var bizimki de “İstanbul Benim”. Bir web sitesinde bunları umarım bir gün sizlerle paylaşacak hale getirebiliriz. Bir yandan kuramsal hani benim formasyonum kuram idi ve ben kendi yolculuğundan da bir şey anlatarak bitireyim. Ben sosyoloji ile başladım. Pirüpak teoriktim yani. Sanat felsefesi ve felsefe üzerinden bir sosyoloji okudum. Hiçbir alakam yoktur, toplumla falan. Sonra toplumla ilişkimi Ünsal Hocayla Marmara Üniversitesi'nde yüksek lisans yaparken kurdum. Bu tamamıyla benim tercihlerimin bir sonucu: Hep böyle, biraz geriden geliyorum. Yüksek lisans ve doktoramı yaptıktan sonra biraz hareketlenmeye başladım çünkü bulunduğum yer beni çok tatmin etmiyordu. Görme biçimleri alanında çalışmaya başlamıştım zaten doktora da bir bölümü odur. Daha çok bunun üzerine çalışmaya başladım. Baktım kimse çalışmıyor, daha çok asıldım ve en nihayetinde 2016 yılında başka hayatta hiçbir şey yapmayarak, sadece resim yapmaya başladım. Sanırım bu süreç aşağı yukarı üç, üç buçuk dört yıl sürdü. Başka hiçbir şey yapmadım hayatta yani bir ders verdim bir de resmi yaptım. Şu anda bir galeri yönetiyorum Üniversiteye bağlı Artimu. Bu yıl fiziksel bir galeriye de dönüşecek. Şu an uluslararası birkaç çalışmamız var, o devam ediyor sanatçılarla. Bir yandan resim yapmaya ben de devam ediyorum. Yani hem işin yönetimi hem kurgusu hem kendisi. Ben böyle sadece bir şeyini bir bölümünü sadece bir parçasını yapmamayı ilke edindim kendime. Yeni bir şey yapıyorsam gerçekten onun nereden çıkıp nereye kadar gittiğini bilmem lazım. Çünkü mesleki açıdan da ben bütün öğrencilerime yabancılaştırmanın ne olduğunu anlatıyorum. Kendim yaptığım şeye yabancılaştırmış olursam eğer kimsenin sözüm yere düşer. Önce ben kendim örnek olmam lazım ki anlattığımı eylediğimle söylediğim bir olsun. Bu da bir praksistir ve bu konuda gerçekten kıblem Nietzsche'dir. “Eylemine hizmet etmeyen düşünceden nefret ederim” der. İsteddiği kadar modernleşsin insanlık ve makbul olan bu eylem düşünce birbirinden ayrılıyormuş gibi görünsün. Ben de nefret ederim. Aslında moderniteyle olan şey Adorno'nun “kompartmentlaşma” dediği şeydir, etik bir yanlış okuma sonucu ortaya çıkan “fikir ve eylem” ayrışması değil. Teşekkür ederim.

Prof. Dr. Barış Bulunmaz: Çok teşekkürler Özlem hoca, final de güzel oldu. Şimdi Nazan hocayı dinleyelim, sanırım sorular da olabilir, zamanı da verimli kullanmak istiyorum. Ben

belki söz hakkımdan feragat edip, sorularınız olursa tekrar böyle karşılıklı soru-cevaplarla devam etmek istiyorum. Çünkü en keyifli tarafı bu oluyor panellerin, buyurunuz Nazan hocam öncelikle sizi dinleyelim.

Doç. Dr. Nazan Haydari Pakkan: Teşekkürler. Altını çizdiğim bazı noktalar üzerine düşünme alanı açan bazı projelerden bahsetmek istiyorum. 2009 yılında Maltepe Üniversitesi'nde müfredat ve eğitim konusunda düşünürken, İstanbul Bilgi Üniversitesi Çocuk Çalışmaları birimi "Haklı Televizyon Projesi" gibi bir proje ile geldi. Maltepe Üniversitesi insan hakları Araştırma Merkezi ve Uluslararası Af Örgütü Türkiye'nin desteklediği bir proje. Biz de iletişim fakültesi ve güzel sanatlar fakültesinden öğrenciler ile projenin içinde yer aldık. Projenin amacı Maltepe bölgesindeki liselerden gönüllü olarak başvurmuş olan 14-17 yaş arası öğrencilerle insan hakları, , çocuğun hakları konularında birlikte düşünmek ve bunu filmler ve kısa filmler üzerinden yapmaktı. Çok katmanlı bir yapısı vardı. Tabii çocuk çalışmaları birimi çocuk konusundaki birikimi ile geldi. Projenin yürütücüsü konumundaydı. İnsan hakları Merkezi'nden bu konuda çalışan felsefe bölümünden öğrenciler katıldılar. İletişim ve güzel sanatlar öğrencileri katıldılar ve böyle e öğretmenler grubu oluşturuldu. Felsefe, iletişim ve çocuk çalışmaları alanlarında bilgili öğretmen grubu ve 14-17 yaş arasındaki öğrenciler birlikte çalıştılar. Öğrenciler hem kısa film yapmak üzerine teknik deneyim almış oldular, içeriği birlikte düşündüler. Çocuk konusunu, çocuk olmayı, kendilerine dair süreçleri çocuk olarak kendi deneyimlerini yeniden değerlendirdiler ve çocuk hakları üzerine kısa filmler çektiler. Bir hafta boyunca üniversitede yurtlarda kaldılar. Böylece eğitimin sınıf ortamı ile özdeşleşmediği, gündelik hayatla bütünleşmiş konunun sadece belli ders saatleri içinde değil çok daha etkileşimli olarak gündeme geldiği bir süreci deneyimlediler. Bu sürece katılan medya öğrencilerinin sonrasındaki aktarımları çok önemliydi. Bu süreçte sadece kısa Film üretmediler, aynı zamanda insan hakları, çocuğun hakları gibi konular üzerine de düşündüler. Çocuğa dair ön yargılarını yeniden sorguladıklarını belirttiler. Farklı alanlardan bakış açıları disiplinlerarası bir yaklaşımı getirdi. Benzer şekilde yine benim İstanbul'um -bu İstanbul'un kimin olduğu konusu önemli sanırım- fotoğraf atölyesinde Sokakta Yaşayan ve Çalışan Çocuklar Araştırma Merkezi (Soyaç) ile birlikte bir fotoğraf atölyesi yürüttük. Sürece iletişim ve medya öğrencilerimizde katıldılar. Bu proje de çok ilginçti; yine temsil açısından birçok soru süreç içerisinde gündeme geldi. Süreç ve sonucu birlikte düşünmek için alan açtı. Fotoğraf çekme süreci çok daha önemliydi bu projede, çünkü fotoğraf sokak deneyimi olan çocuklarla iletişim kurmak, onlar için terapatik destek sağlamak için bir açtı. Psikologların sürecin içerisinde olması önemliydi. Psikologlar ve medyacılara birlikte çalıştılar, disiplinlerarası etkileşim vardı. Sonuç olarak ortaya çıkan fotoğraflar da bir anlamda sokak deneyimi olan çocukların gündemi ile ilgili bir takım soruları ve konuları gündeme getirmek için bir araç haline geldi. Bu anlamda sonuç ve süreç ilişkisini çok farklı şekillerde tartışıldığı bir proje oldu. Başlangıçta çocuklara İstanbul sizin için nedir, nereleri ve neleri fotoğraflamak istersiniz diye sorduk. İlk başta çocukların söylediği imgeler çok bildiğim ve gördüğümüz imgeler oldu, işte Sultanahmet'i söylediler, Boğaz Köprüsü'nü söylediler Balat'a gitmek istediler. Birlikte bu mekânlara gittik. Benim için de yeni bakış açısı sağlayan bir süreç oldu. Çekilen fotoğrafların üzerinden çocukların kendi kitaplarını oluşturmalarını istedik ve onlarla birlikte çalışmaya başladık. Fotoğrafların fotokopisini çıkardık. Çocuklar kendi kitaplarını yaratmak için fotoğrafları yapııştırıp

defterlerine altlarına bir takım notlar alıyorlardı. Bir çocuk bir noktada çok bunaldı, defteri attı ve bunlar benim İstanbul'um değil, bu benim fotoğraf defterim değil dedi. Neden diye sorunca ben bunları çekmezdim dedi. Ben dedemin mezarının fotoğraflarını çekmek istiyorum dedi. Birlikte bir şeyler oluşturduk diye düşünüyorsunuz ama bir anda böyle bir soru ile katılımcılığı da sorgulatan ve sonuçta bu kimin sesi meselesini tekrar gündeme getiren bir süreç oldu. Photovoice yöntemi çok kullanılır, görünmezi görünür kılmak üzere kullanılan yöntemlerden biridir. Ama bu diyalog bile bizim medya öğrencileri için çok farklı kapılar açtı. Benzer şekilde bu tip çalışmaları devam ettirdik. İstanbul Bilgi Üniversitesi Medya Bölümü öğrencileri ile Tarlabası Toplum Merkezi, Suluküle Gönüllüleri Derneği ve Karagözyan Ermeni ortaokulundaki öğrencilerle birlikte onların belirlediği konular üzerinden çocuk gazeteleri çıktı. Medya öğrencileri süreçte eğitmenlik yaptılar. Yine çocuk alanında çalışan arkadaşlar vardı. Sürece katılan öğrencilerden gelen gelen yorumları hala saklıyorum ben. Yine benim çok direk olmasam da gözleme imkânı bulduğum, Çocuklar Sayı Değildir başlıklı Suriyeli öğrencilerle birlikte bir video çalışması oldu. Öğrenciler rakamlar üzerinden gördüğümüz çocukların hikâyelerini dinleyip onların özne olarak tanımladıkları bir şekilde kameraya ve çerçeveye alacak bir anlatı oluşturmak üzerine bir çalışma yaptılar. Okullardaki öğretmenlerle ve ÇOÇA ile birlikte yürüttüğümüz çalışmaydı. Gazeteci Işın Eliçin bu yürüttüğü çalışmada gazeteci gözüyle bu süreci öğrencilerle birlikte çalışmış oldu. Son 5 yıldır da Hrant Dink Vakfı'nın Medyada Nefret Söyleminin izlenmesi projesinde yine bizim öğrencilerimiz IIW (Interdisciplinary Independent Work - Disiplinlerarası Bağımsız Çalışma) dersi kapsamında haber okuyup belli teknikler üstünden o haberlerdeki nefret söylemini tespit etmeye çalışıyorlar. Hrant Dink Vakfı'nın 2009 yılından beri devam ettirdiği bir projesi ve çok ciddi bir veri oluştu. Böyle süregiden bir projenin bir parçası olmak öğrencilere medyada nefretin yaygınlığına ilişkin çok farklı bakış açıları sundu. Bu projeden sonra öğrencilerden nefreti görünür kılmamanın da bir karşı duruş olduğuna dair yorumları alıyoruz. Bu tip projeleri keşke daha sistematik olarak bu eğitim sisteminin içerisinde kullanabilirsek diye her defasında diliyorum. Tabii kendi içinde zorlukları olan ama bir o kadar da değişim getirme potansiyeli olan çalışmalar. Bu projeler sadece zamansal değil, zamanın ötesinde bir ilişki de kurmanın ve birlikte yol almanın da önünü açıyor. Çok teşekkür ederim.

Prof. Dr. Barış Bulunmaz: Çok teşekkürler hocam, çok güzeldi, tam anlamıyla aslında o teoriden uygulamaya geçişten bahsettik. Özlem hoca da uygulamalar ile farklı sanat dalları ve farklı bir birleşimi anlattı. Ben de iletişim eğitimi dışına çıkıp o geniş perspektiften bakmaya çalışıyorum ve bilimle uğraşan insanların öyle yapması gerektiğini düşünüyorum. Az önce dediğim gibi, o yaratıcılık alanını belirli kalıplarla sınırlamak hiç olur mu? Sen bunu yapabilir misin ya da ve bu senin alanın mı? Hayır, bu bilmediğimiz bir işe girişebilmek, bilmediğimiz bir şey, ama ben bunu da yaparım, çok akıllıyım, çok biliyorum anlamında değil ancak en azından hayatta bir derdi olan ve kendi çabasını ortaya koyan ya da o çabadan bir fayda sağlamaya çalışan, çıkarmaya çalışan, hayali olan, umudu olan insanların bu emeği göstermesi gerektiğini düşünüyorum. Özlem hocanın bahsettiği konular ve uygulama alanları çok değerli. Keza sizin de bahsettiğiniz tam iletişim odaklı işler, bu değerlendirmeler oldukça keyifli, tam anlamıyla uygulamaya geçirebileceğiniz, farklı mecralarda farklı alanlarda, farklı özneler ve farklı gruplar üzerinde çalıştığımız aslında iletişim süreçlerini içerik olarak da anlam olarak da ve ortaya çıkan yaratı bakımından da belirli bir özneyle sınırlamadan, belirli

bir durumun içine hapsedmeden ya da Özlem hocanın annesi örneğini vererek anlattığı sosyolog iletişimci kısmının bundan sonra, “Hayır, benim kızım iletişimci, ne sosyoloğu” diyebileceği bir düzene evrilmesi umuduyla diyorum. Aslında saatimizi geçtik, ama ben şöyle kısaca sadece birkaç cümle ile dijital süreçlerin nereden gelip nereye gittiği ile ilgili fikirlerimi belirteyim. Sorular varsa alırız, yoksa tamamlarız veya ekleyeceğimiz konular varsa dinlemek isteriz. Farklı bir alandan ve dijital tarafından bakmaya çalışacağım, bir de getirdiğimiz tarafı biraz daha farklı boyuta götürebilmek için. Şimdi elimizdeki verilere bakıyoruz, bir taraftan işte böyle kavramlar çıkıyor sürekli, batı doğu ayrımı yapmam hiçbir zaman ama Batı'nın sürekli bir kavram yaratma endişesi, aynı durumları ve aynı olguları farklı kavramlar üzerinden ifade edip tekrar bir pazar yaratma, bir alan yaratma endişesi var. Maalesef bu eğitimde ve bilimde de oluyor. Yaratma ve bunu satılabilir bir ürüne, bir nesneye döndürme çabası, ona kitap diyelim veya cihaz diyelim, teknoloji diyelim, elimizdeki telefon için de bunu söyleyebiliriz veya her türlü iletişim ürünü için. Ama dijitalde şunu da kabul etmek durumundayız. Demin Özlem söyledi, o da çok değerliydi. Tabloyu çizeceğiz, tabloyu göstereceğiz, umudumuzu kaybetmeyeceğiz ama tablonun olumsuzluğunu görüp o umutla üzerine gidebilmemiz gerekiyor. Ben 2 metaforu çok kullanıyorum. Kapının ötesi ve pencerenin arkası... Buradaki hayat başka, gerçek hayat başka ve orada. Onun için o gerçek hayattaki artıları, eksileri, gidebilecekleri, görülenleri, yoldaki kazaları, güzellikleri, renkleri, karabasanları, hepsini görerek toplu bir tablo oluşturmamız lazım. Bu tabloyu görmezsek sadece belirli zaman dilimlerinde ve belirli anlarda, belirli sözlerle veya söylemlerle kendimizi tatmin ederiz diye düşünüyorum. Dışarıdaki süreç zorlaştı. Bu süreç bize öyle bir dünyayı gösteriyor ki şu anda, 8 milyar dünyanın 5 milyarının internet erişimi sağladığı, 4 buçuk milyara yakın insanın sosyal medya kullanıcısı olduğu ve işte sürekli rakamlarla referans gösterdiğimiz, yok 3 saniyede şu kadar video paylaşılıyor, yok şu kadar tweet atılıyor, yok Instagramda şu paylaşılıyor... Tamam paylaşılıyor da içerik sürekli bir kimliğin, anlamın, olgunun, bilginin değişimi üzerinden anlatılmıyor veya gösterilmiyor ki, hep satılabilir bir ürün üretmek, satılabilir bir nesne üretmek üzerinden bizi de o reklamcılığın bir öznesi haline getiriyor. Bazen bunun farkında olmadan aramızdaki konuşmalarda bile bunu yapıyoruz. İlla kameralar önünde ya da sınıfta belirli bir topluluğa hitap ederken değil, kişisel sohbetlerimizde bile bunu gerçekleştirebiliyoruz. Yani dijital dünyanın gittiği yer ve geldiği konum gerçekten çok farklı. Bir taraftan bu yüzelere bakıyoruz, milyarlarla ifade edilen sayılara bakıyoruz ve kendi ülkemizde 85, 88, 90 milyonluk nüfusta 65 milyonun üzerinde internet kullanıcısının olduğu, ona yakın da sosyal medya kullanıcısının olduğunu görüyoruz. Facebook, Instagram, Twitter önemli sosyal medya kanalları, araçları, platformları. Bunlar belirli firmalar altında birleşiyor, Metaverse gibi. Facebook, Instagram, WhatsApp bir araya geliyor. Kendi aralarında sürekli bir etkileşim yaratıyorlar. 2 milyarın üzerindeki kullanıcılardan bahsediyoruz. Bambaşka şeyleri konuşuyoruz ve burada tekrar yeni kavramlar çıkıyor. Sürekli bir gözetim altındayız. Önceden çok olumsuzlayarak, çok söylenerek yaptığımız durumu artık tamamen kartlar açık, elimiz açık vaziyette yapıyoruz. Kişisel bilgilerimizden içeriğe, fotoğraftan görüntüye ve sese, geçmişten geleceğe kadar sürekli olarak bunu o dipsiz kuyuda, zifiri karanlığın içerisinde paylaşıyoruz, sonra da söylenmeye başlıyoruz. Ama böyle, ama şöyle, yok özel hayat... Sonra da iletişim ile ilgili etik kavramlardan bahsediyoruz. Sen ne kadar yapıyorsun? Sen o gözetim alanı içerisindeki özne konumunu ne ölçüde değiştirebiliyorsun veya burada bulunduğun konum, kendini ifade ediş

biçiminin, karşı tarafa gösterdiğin saygı, o yaratıcı fikri oluşturma çaban ne ölçüde? Hep soru işaretleri ve sürekli o büyük veriyi daha da büyütüyoruz, hep dediğim gibi kavramları oluşturuyoruz. Sonra o kavramların içinde boğuluyoruz, endişe ediyoruz, yapabiliriz pozisyonuna sokuyoruz kendimizi ve bir anda geriye çekiliyoruz. Sonra tekrar kavramlar karşımıza geliyor, big data, büyük veri, diğer taraftan nesnelere interneti, evet, geçmişte bunu çok daha konvansiyonel, geleneksel yöntemlerle yapıyorduk. Şimdi dijital süreçler bize o kadar büyük imkânlar tanıyor ki, Mart 2020'den beri yaşadığımız bu pandemi süreci örneğin, 3 yarıyıl 1,5 sene eğitim süreçlerini veya şu anda yaptığımız bu kongreyi, bu paneli dijital ortamlarda bu teknolojik imkanların bize sağladığı imkan sayesinde gerçekleştirebiliyoruz. Onun için sözümü şöyle toparlayayım. Evet, kavramlar çok karışık, istatistikler çok fazla, özne ile nesne yer mi değiştiriyor, karışıyor mu? Kimin ne olduğu belirsiz bir dijital dönüşümün içerisinde, iletişimin kendi evrimini başka bir perspektifle ortaya koyacağını düşünüyorum. Nasıl? Sadece yine böyle bir praksis yaratarak... Aslında bu dönüşümün içinde çok hırpalanan, aynı zamanda çok hırpalayan, bu alanın farkındalığının artık her tarafını kemirip her tarafını bitirip her tarafını yiyip ortaya çıkan o unique, o tekil durumla tekrar kendini yenileceğini düşünüyorum. İletişim devriminden bahsetmiyorum, artık teknolojinin hızlı dönüşümü bambaşka bir boyuta evrildi ve her geçen gün onun üzerine koyarak ilerliyor. Gerçekten bir kartopu gibi hepimiz yaşıyoruz. Teknolojisiyle, yeni medyanın bütün bileşenleriyle birlikte... Peki iletişim eğitimi tarafında kişisel çabalarla nereye dönüşebilir? Kurumsal bir bütünlük sağlanmadığı sürece zor, ancak bu konuda soru işaretlerim olsa da iletişimin hak ettiği saygınlığa ulaşacağına, dijital dünyanın kendine yarattığı baştaki büyük imkanları deforme ettiği, kendini deforme ettiği durumu güncelleyerek, doğru bir dönüşümle yenileyeceğini düşünüyorum. Bu yeniliğin nasıl olacağını bilmiyorum. Eğer bilseydim Mark Zuckerberg olurum. Bunu bilmiyorum, ama bu dönüşümün bir yerinden yakalamaya gayret ediyorum. Mesleğimizin avantajlarıyla, bu işle çok haşır neşir olmamızla, hem sosyal tarafıyla hem bilimsel tarafıyla hem bu paylaşımlarla, bunun çok değerli olduğunu düşünüyorum. Ama bu dönüşümün mutlaka kendi içinde bir matruşka gibi aslında içinden farklı alanlar ve durumlar çıkaracağına inanıyorum deyip, böyle tamamlamış olayım. Vakti biraz geçtik, ama sanıyorum bizden sonra kimse olmadığı için soruları alabiliriz. Sorular olursa değerli hocalarımıza çok seviniriz. Yoksa kendilerinin son sözlerini alıp panelimizi toparlayacağız.

Dr. Öğr. Üyesi Bahadır Elal: Şu yüzden heyecanlıyım, hocalarımızın biri doktorada ders aldığım hocam, diğeri benim tez danışmanım. Sizinle çok yakın çalışıyoruz. Yani bir öğrenci heyecanım da var, oturduğum yerde o yüzden kusura bakmayın. İki şey soracağım. İlk olarak akreditasyon ile ilgili ne düşünüyorsunuz? Çünkü vakıf üniversitelerinde daha çok bu konuya doğru bir eğilim var. İkincisi de benim gözlemim şu; Nazan hocam hayata değindi harika yani şimdi biz üniversite olarak biraz hayatın gerisinden geliyoruz. Yani eskiden dediğimiz gibi hani radyo, televizyon, sinema vs. Olunca belki de eskiden devlet ile çok ilişkili olduğundan belki de üniversiteler devletin Araştırma Merkezi olduğundan bütçe vardı. Bir şekilde o teknolojiye ilk orada deniyordu vs. Sonra hayata yayılıyordu. Şimdi üniversiteler tuhaf bir şekilde hayatın gerisinden gidiyoruz ve ben bütçe ile ilgili olduğunu düşünüyorum. Birazda medya ekonomisi falan çalıştığımızdan yani bu iki konuda ne demek istersiniz hocam? Bu konuda görüşlerinizi almak için sordum. Teşekkür ediyorum.

Prof. Dr. Barış Bulunmaz: Bahadır hoca, bunlara dair benim fikirlerimi biliyorsun zaten. Özellikle akreditasyon konusunda... Biz çalarız, biz oynarız durumu akreditasyon süreçleri, yorucu süreçler gerçekten, üzerinde çok boyutlu düşünülmesi ve çok daha detaylı planlanması gereken işler. Ben değerli dostlarıma bırakayım sözü, onları dinleyelim.

Prof. Dr. Özlem Oğuzhan: Ben düzenleme karşıtı değilim ancak bu düzenlemelerin karşılığı yani reel durumda bir anlamı olmalı. Böylelikle hem çeşitlilik hem gelenek hem de yenilik için alan açılır. Aynı konu, anda üç ayrı kişi tarafından tartışılıyor ve bunlar çok farklı taraflardan kendi ilgi ve bilgi alanlarına göre tartışıyorlar. Peki, nasıl? Bir moderasyon eşliğinde. Mesela Nazan hoca ve ben uzun yıllar işte sunumlarımızdan da anladığımız kadarıyla görünür bir şekilde aynı konu üzerine çalıştık. Ben burada bastonu elinde sakallı beyaz saçlı dede gibi, yok işte Nietzsche'ler, Kant'lar falan söyleyip duruyorum; Hoca ise hayattaki karşılığına bakıyor vs. Yani o yakınlıkta bile konular bambaşka bir yerlere gidebiliyor. Dolayısıyla bu çok lezzetli bir şeydir akademi için. Hayat çok değişik bir yer ve biz onu her birimiz ayrı biçimde görüyoruz. Kimimiz o krizleri gördüğünde bir iguana gibi donakalıyor kimimizse bunu bir fırsat olarak görüp -ki konular her zaman değişebilir- farklı biçimlerde farklı şeyler yaratabiliyor. Ama sadece şunu bence unutmamak gerekiyor, ortak iyiyi hedefleyerek, çok ciddi yol almamız gerekiyor. Buradan konuşmak gerekiyor. Ben de bu meselenin tamamen yanlış olduğunu kavramak bir karşılaşma anında oldu. Siyaset bilimcilerin oryantalizm hatta bu kolonyalizm teorilerini okuyup Türkiye'deki durumu çözümlenmeye çalıştıklarını fark ettiğimde düştüğüm dehşeti hâlâ üstümden atamadım diyebilirim. Yani bu çok basit haliyle şöyle bir şey, Atatürk'ün yazdığı bir kitabı İngilizce çevirisinden okumak gibi düşünün. Yani kendini başka bir kültür üzerinden okumak zorunda bırakılmak. Çok domine ve burayı var eden bir meseleyi kendi kendine değil, başkasının aklıyla çözümlenmeye çalışmak. Her türlü çeşitliliği ile her türlü renkleriyle yaşadığım coğrafya benim için değerlidir. Bu sadece ulusal sınırlar içinde geçerli değil. Ben tabi ki bu konuyu çarpıtmayım ama bir Norveçli'den daha çok yakınım olarak görürüm bir Yunan'ı. Çünkü baklava deyince ikimizde aynı şeyi anlıyoruz. Bazen birilerinin bir şey için zorunda bırakılabileceğini düşünmek gerekiyor. Ama o zorundalık hali, eğer ben kabul edersem mümkündür. Bu köle efendi diyalektiği bakınız, Hegel. Konfor ve uyumacılık diyeceğim konformizm, bizi yok eden şeydir. İnsanlığımız açısından konuşuyorum. Biz derken bir ulus ya da bir milletten bahsetmiyorum. Bu hepimiz için geçerli, Venezuela'daki içinde geçerli. Konforu reddedin ve uymayın. Lütfen diyerek son sözümü söylüyorum.

Prof. Dr. Barış Bulunmaz: Çok teşekkürler hocam, Nazan hocam sizin de ekleyecekleriniz var sanırım.

Doç. Dr. Nazan Haydari Pakkan: Bu biçim içerik meselesi medyada da vardır. Yani biçimi içeriği tanımlar, içerik biçimi belirler konuları aslında çok iç içe. Akreditasyonların özüne bakıldığında, belli bir felsefenin üstünden konumlandırılıyorsa değiştirmek ve iyiyi götürmek gibi bir amacı olabilir ancak uygulama süreçlerinde bu amaçtan uzaklaşıyoruz. Barış Hocam sizin müfredata ilişkin bahsettiniz fetişizm burada başka şekillerde karşımıza çıkabiliyor; biçim önemli hale geliyor. O yüzden akreditasyon meselesi özellikle de Türkiye'deki eğitim sisteminin içindeki zorluklarla anlamını yitirebiliyor. Makro sorunların içerisinde bütünü görmeden, mikro üzerinden ilerleme gibi bir sorunu olabiliyor. O yüzden

bana sorun biçim değil de, içeriğin ne kadar uygulanabilir olduğu sorusunun cevabı ve insanları buna ikna etmek meselesi önemli gibi geliyor.. Katılımcılık sürecin bir parçasıymış gibi oluyor ama sözde kalabiliyor. Bütün içtenliği ile bu katılımcılığın uygulanabilir hale gelmesi için neler yapılabilir? gibi aslında işin felsefesinin daha çok tartışılarak başlanması gerektiğini düşünüyorum. Ama o noktada da işlerin hızlı bitmesi, uyum süreçlerinin hızlı tamamlanması gibi belli kısıtlılıkları karşımıza çıkıyor ki bunlar sürecin önünü kapatan noktalar diye düşünüyorum. Bolongna süreci vardı o bitti. Yine şu anda bir takım uluslararası başka akreditasyonlar var. Bize bazı konular üzerine konuşmak için alan açıyor akreditasyon süreçleri. Farklı grupları bir araya getirebiliyor, müfredat üzerine düşündürüyor. Bunların çok değerli olduğunu düşünüyorum. Önemli olan nasıl uygulamaya alındığı ile ilişkili oluyor.

Ekonomik konulara ilişkin ikinci soru ile ilgili de çok kısaca bir iki konuya değinmek isterim. Ekonomik kısıtlılıklar çok önemli ve daha önce bahsettiğim çok paydaşlı projelerin geliştirilmesinin önünde büyük bir engel. Yine projecilik yaklaşımının yaygınlaşması da önemli bir sorun.. Yine de bu yaklaşımları gündemimizde tutmak çok önemlidiye düşünüyorum. Son olarak da çok teşekkür etmek isterim. Burada sizlerle birlikte olmak çok güzeldi, yine bir masa etrafında oturmuş, sohbet ediyormuşuz gibi hissettim. Umarım yakında yüz yüze de bunu gerçekleştirebiliriz.

Prof. Dr. Barış Bulunmaz: İnşallah, çok teşekkür ediyorum. İki meslektaşına ve sevgili dostuma hem katılımları için hem de ufuk açıcı konuşmaları için teşekkür ediyorum. Umarım dinleyenler veya dinleyecek olanlar için de keyifli olur. Ağzınıza sağlık. En yakın zamanda sizleri üniversitemizde de ağırlamak isteriz. Bu vesileyle Plato Meslek Yüksek Okulumuza ve dördüncüsünü düzenlediği bu iletişim temalı kongre için Plato Meslek Yüksekokulu Müdürü aynı zamanda sevgili dostum Bahadır hocaya emeği ve yoğun çabası için, başarılı bir ilk günü tamamladığı için teşekkür ediyorum. İnanıyorum ki diğer iki gün de bu şekilde problemsiz ve eksiksiz geçecek. Sağlıcakla kalın, hoşça kalın.

Dr. Öğr. Üyesi Bahadır Elal: Ben teşekkür ederim hocam.

23 ARALIK 2021

II. OTURUM

YENİ NESİL KONUT ANLAYIŞINDA MİNİMALİZMİN GÖSTERGEBİLİMSEL YANSIMALARI : IKEA

Doç. Dr. Arzu TOĞUŞLU KIZBAZ - İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

arzutoguslukizbaz@ayvansaray.edu.tr

ÖZET

Platon, “Önemli olan, hayatta en çok şeye sahip olmak değil, en az şeye ihtiyaç duymaktır”, söylemi ile minimalizm kavramına göndermede bulunmaktadır. Bu bakış açısı bizi düşünceden zamana, konuttan eşyaya geniş perspektifli bir minimalizm anlayışına götürüyor. Modern çağın insanı, şehrin karmaşasında kendini bulmaya çalışarak, özgürlüğü mekânsal anlamda da yaşayarak “İnsan azaldıkça çoğalır, sadeleştikçe özgürleşir” düşüncesini benimsiyor. Bu bağlamda; mimari yaklaşımlar bu talebe ayak uydurma gayretini sergiliyor. Sayıları her geçen gün artan stüdyo daireler, 1+1 konutlar bu yaklaşımın somut göstergeleri olarak gündelik hayatımızda yer alıyor. Küçülen dünyamız, küçülen konutlarımız, karmaşaya yer olmayan şehir hayatımız daha çok üretmek ve daha az iş yaratmak adına “Az aslında çoktur” felsefesinin benimsenmesinde etkili oluyor. Konutlarımız küçüldükçe, kendimize ayırdığımız zamanı çoğaltmak adına daha sade, daha minimal mobilyalar tercih etmek bir zorunluluk haline geldi.

Ülkemizde minimal mobilya yaklaşımının küresel markası olan IKEA ile Türk insanı arasındaki organik bağ, müşterinin yaşadığı deneyim ile markayı etkili ve güçlü kılan en önemli unsurlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. IKEA ile yaşadığı deneyim, toplumsal ve kültürel birçok önyargının da kırılmasına sebep olmuştur. IKEA, müşterisini ürünleri monte ettirerek, kılavuzdan okuyup fonksiyonlarını bire bir öğretmek, tüketici konumundan üretici konumuna getirmiştir. Minimalist yaşam tarzlarının benimsendiği bir çok evde, IKEA orijinli bir eşyanın bulunması, bu savı doğrular niteliktedir. Tüketim kültürü içindeki çağdaş toplumun minimalizm kavramını IKEA ile birlikte yaşamına adapte etmesi, dahası, İsveç Kültürü ile tanış olması ve IKEA’ya gidiyor olmaktan keyif duyması, alışkanların değiştiği, daha sade, daha yalın bir hayata geçişgenliğin önemli bir göstergesidir. Bu çalışma, eşyasına kıymet veren ve misafirperverlik kültürü ile öne çıkmış Türk toplumunun, çağdaş insanının özgür insan olma yolundaki dönüşümüne, IKEA’nın Türk insanına dokunan reklam ve sloganları ile nasıl etki ettiğini göstergebilimsel yöntem ile analiz ederek “Az aslında çoktur” kavramının Türk dünyasına nasıl yerleştiğini irdelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Minimalizm, Göstergebilim, IKEA, Tüketici, Marka, Reklam

SANTA MARIA DEL FIORE KATEDRALİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ

Ögr. Gör. Selen Orta- İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

selenorta@ayvansaray.edu.tr

ÖZET

İnsanlığın en eski mesleklerinden olan mimarlık, içinde bulunduğu toplumun tarihi, kültürel ve kişilik özelliklerine göre değer kazanır. Yüzlerce insanın çalışması sonucunda meydana getirilen yapılar, o toplumun yaşayışı, değerleri ve anlayışı hakkında bilgiler verir. Bu bilgi aktarılan süreç de, bir şekilde iletişimin bir parçasıdır. Göstergebilim ise, görünenin ötesini anlama ve yorumlama isteğinden doğmuş bir bilim dalıdır. Bir kavram ve çözümleme yöntemi olarak ortaya çıktığından beri edebiyattan resme, mimariden müziğe, politikadan pazarlamaya kadar her alan bu çözümleme yöntemini kendi gereksinimlerine göre kullanmaya başlamış ve gittikçe daha çok alanda anlam arama çalışmalarına öncü olmuştur. Bu çalışmada da, Saussure'un gösteren ve gösterilen kavramları kullanılarak Floransa'nın en ünlü mimari yapılarından olan ve ayrıca büyük bir dini öneme sahip Santa Maria del Fiore katedralinde yer alan rölyef, resim, kabartma ya da görünüm gibi öğeler Hristiyanlık dininin bakış açısıyla gösterge bazında incelenmiştir. Bu amaçla öncesinde göstergebilimin gelişimi ele alınmış, sonrasında yapıyı tanıtmak amacıyla Santa Maria del Fiore Katedrali'nin tarihi hakkında bilgi verilmiş ve yapıdaki öğeler göstergebilimsel yöntemlerle incelenmiştir. Buradan yola çıkarak, göstergebilimin mimari ve dini unsurları görünür kılma ve farkındalığı artırma konusunda bir perspektif oluşturduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Göstergebilim, Anlamlandırma, Santa Maria Del Fiore Katedrali, Saussure, Mimari

GÖRSEL İLETİŞİMDE PİKTOGRAMLAR: GÜNLÜK HAYATA YANSIMALARINA İLİŞKİN BİR DEĞERLENDİRME

Ögr. Gör. Gülhan APAK - Çanakkale Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu,
gapak@comu.edu.tr

Prof. Dr. Bilgin İÇEL - Çanakkale Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu,
bilginicel@comu.edu.tr

Ögr. Gör. Gülyaz AL Çanakkale Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu,
gulyaz@comu.edu.tr

ÖZET

İletişim, bilgi alışverişi olarak tanımlanır. Görsel iletişim ise sembol, şekil, renk vb. görsel olarak tasarlanmış yaratıcı öğeler kullanarak bilgi, duygu ve düşünce alışverişini sağlar. Geçmişten günümüze görsel iletişim araçları yeni alanların da ortaya çıkmasıyla oluşturularak, (örneğin; uçagın icadı, dijital medya...vb. kendi simgelerinin oluşturulması) günlük hayatta kullanılır ve tanınır hale gelmişlerdir. Görsel bilgilendirme ve temsil ettiği konuya işaret edici, anatomik kaygı taşımayan basit lekesele resimlemeler olan piktogramlar; ilkçağ insanların iletişim kurma ve yaşantılarını sonraki nesillere aktarabilme istekleriyle mağara duvarlarına görseller çizmesiyle başlamıştır. Piktogramlar Mısır hiyerogliflerinde değişime uğramışlardır. Ticaretin başlamasıyla firma ve kuruluşların rekabet ortamında kendi ürün ve hizmetlerine dikkat çekebilmeleri amacıyla sembol/işaretlere ihtiyaç duyulmuştur ve böylece piktogramlar tanıtıcı sembol halini almışlardır. 1977 yılında Uluslararası Standartlar Kuruluşu (ISO) ve Uluslararası Grafik Tasarım Kuruluşları Konseyi (ICOGRADA) ortaklığında yapılan çalışmalar neticesinde 33 simge standartlaştırılmıştır. Bu simgeler halkın ortak kullandığı hastane, havaalanı, otopark...vb. alanlarda uygulanarak, konuşma dilinin aynı olmadığı tüm dünya kültürleri üzerinde uluslararası ortak görsel dil olarak aynı etkiyi ve bilgilendirmeyi yapmaktadır. Ancak bazı kültürlerde farklı anlamlar yüklenmiş simgeler de bulunabilmektedir. Bu sebeple; piktogramları tasarlayan grafik tasarımcılar (grafikerler) görsel uygulamayla iletilecek mesajın basit/sade, işaret özelliği taşıması, doğru anlam yüklenmesi ve algılanabilmesi, tarihi geçmişleri, kültürel kabulleriyle doğru yerde ve zamanda kullanılması konularında yeterince bilgi sahibi olmalıdırlar. Her alanda (temizlik ürünleri, giyim, trafik, yiyecek vb.) karşılaşılan piktogramlar görsel bilgilendirmeler olduklarından, özellikle temel eğitimden başlayarak ilkyardım, beslenme, trafik gibi hayati önem taşıyan piktogramlar konusunda eğitim verilmesi, bu görsel bilgilendirmelerin doğru anlaşılabilmesi, kültürünün oluşabilmesi, madden ve manen kayıpların önlenbilmesini sağlayabilecektir. Sonuç olarak; günlük hayatta karşılaştığımız piktogramların bilinçsizce tasarımı, kullanımı, toplumun yeterli görsel eğitim ve kültüre sahip olamaması, verilen mesajın anlaşılabilmesinin yanısıra insan hayatına mal olabilen durumların ortaya çıkmasına da sebep olabileceğinden, evrensel bir dil olan görsel iletişimin önemi ve toplum üzerindeki etkilerinin çok iyi kavranması ve karşılaşılan sorunlara temel çözüm yolunun erken yaşlarda başlayan eğitim ile olacağına bilinmesi önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Görsel İletişim, Piktogramlar, Görsel İletişim Eğitimi, Tasarım

SİNEMADA BİR ANLATIM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA

Dr. Öğr. Gör. Selime Büyükgöze – İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

selimebuyukgoze@ayvansaray.edu.tr

ÖZET

Sosyal medyanın sinema filmlerinde kullanılması film dili açısından yeni olanakları ortaya çıkarmaktadır. Sosyal medyanın etkileşimsellik ve multimedya biçimselliği gibi özelliklerinin film dilinde yarattığı anlamların yanı sıra sosyal medyanın bir ekran aracılığı ile film ekranına dahil edilmesi sinemanın zaman ve mekan ilişkilerine yeni bir katman eklemektedir. Sosyal medyanın insan ilişkilerinde mesafe kavramını dönüştürmesi, özellikle fiziki ve ruhsal mesafeler sorunsallaştırılmak istendiğinde sosyal medyayı elverişli bir araç haline getirir. Bu çalışma, sosyal medyanın film anlatısına dahil edilmesi ile film dilinde oluşan anlamları Mutlu Son (Happy End, Michael Haneke, 2017) filmi üzerinden tartışacaktır. Burjuva ailesinin değerlerinin ikiyüzlülüğü, toplumsal kutuplaşma ve jenerasyon farklılıkları konularının sosyal medya kullanımı ile tartışılma biçimleri incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Anımsalılık, Anonimlik, Michel Haneke, Kutuplaşma

KÜLTÜREL BİR İLETİŞİM FORMU OLARAK MEHMET DERE'NİN RESSENTİMENT ESERİ ÜZERİNE POLİTİK BİR OKUMA

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Dere İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

mehmetdere@ayvansaray.edu.tr

ÖZET

Sanat, içinde yaşadığı toplumla daima iç içe olmuştur. İnsanlık tarihi boyunca sanat eserinin, içinde var olduğu kültür, toplum, din gibi bir çok sosyolojik faktörün varlığına içkin olduğu görülmektedir. Sanat eserleri, sosyolojik tahlilde politik ve ekonomik ilgi ve alanların izlerini taşımaktadırlar. Sanatçı ve üretim pratiği, var olduğu toplumun içerisinde şekillenmektedir. Sanat yapıtıyla etkileşime geçen öznelerin estetik yargıları, buldukları toplumun felsefe, kültür, inanç ve algı sisteminden ekonomik ve politik ilgi ve çıkarlardan özerk bir konumda bulunmamaktadır. Sanat bir iletişim formu, kültürel bir duygu formu olarak değerlendirilebilir. Form sanatın duygusal üretimi olarak, kültürel üretim alanı anlayışıyla teorik olarak desteklenmektedir. Sanat, insanların etkileşim kurmasına olanak sağlamak ve etkileşimde bulunan insanlar tarafından üretilmektedir. Sanat disiplini incelemesine dair bu okuma, toplumsal eylemlerin sosyal yapıları nasıl inşa ettiğini ve bu yapıların, kültür perspektifinin üretimi alanında sosyal eylemleri nasıl koşullandığını keşfetmeye dair bir alan açma çabasıdır. Makale bu anlamda sanatçının yaratıcı gücü ve potansiyelini, izleyicinin estetik düşünce ve bilinci eğitmek için gerekli olan imgelemine içine alarak iletişimsel bağlamıyla tartışmayı amaçlamaktadır. Çalışma kapsamında, Günümüz Türk Çağdaş Sanat alanında Mehmet Dere'ye ait '*Ressentiment*' (2011) adlı sanat eserinin sosyolojik ve politik bir okumasına odaklanılmaktadır. Sanatçının formunda cisimleşen toplumsal bağlam, bağlamın anlam, değer ve duyguları harekete geçirmek için kullandığı imgesel soyutlama ile tartışılmaya açılmaktadır. '*Ressentiment*' (2011) adlı eser, felsefe, psikoloji, sosyoloji disiplinlerini içeren çok katmanlı kavramsal bir yapı sunmaktadır. Sanatçının üretiminde "sanat eseri"nin nasıl oluşturulduğu, kültürel ve duygusal alanın işleyişi incelemeye alınarak okunmaya çalışılmaktadır. Eserin politik okumasında, sanatın toplumsal üretimi, içinde yaşanan toplumun kültür yapısı, estetik, biçim ve sanatın özgünlüğü gibi konular merkezinde tartışmaya açılmaktadır. Bu anlamda çalışma; tikel sanat nesnesinden daha geniş toplumsal bağlama, tümel toplumsal bağlamdan tikel sanat nesnesine doğru araştırmayı amaçlayan potansiyel okuma ve keşfetme yaklaşımını içinde taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Çağdaş Sanat, Enstalasyon, Hınc, Duygu Sosyolojisi

EKŞİ SÖZLÜKTE TÜRK TOPLUMUNUN YEZİDİLER VE YEZİDİLİK ALGISI

Doç. Dr. Musa Yavuz ALPTEKİN, Karadeniz Teknik Üniversitesi, (Davetli Konuşmacı)
m.yavuzalptekin@ktu.edu.tr

ÖZET

(Y)Ezidilik Ortadoğu kökenli bir din olup, günümüzdeki mensupları bu bölgeden çok Avrupa ve Amerika’da yaşamaktadır. 2014 yılında IŞİD (Irak Şam İslam Devleti)’in Irakta yüzlercesini katletmesi üzerine dünyanın gündemine gelmiş ve Ortadoğu’daki çok insan bile bu olay üzerine Yezidilikten ve Yezidilerden haberdar olmuştur. Yezidilerin tarihsel olarak yaşadıkları en eski yurtlarından bir kısmı da Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde kalmaktadır. Hakkâri ve Mardin bu bölgelerin başında gelmektedir. Günümüzde Türkiye’de çok az Yezidi kalmış olsa da, bu bölgelerdeki hatıraları ve Türk toplumunda uyandırdıkları izlenim ve algı hala yaşamaya devam etmektedir. Bu çalışmada Türk toplumunda Yezidi algısı incelenmiştir. Bu amaca ulaşabilmek üzere, Türkiye’de internet ortamında ulusal olarak erişime açık ve güncel tanımlama yapmak suretiyle sözlük oluşturma platformlarında Yezidilerle ilgili yorumlar incelenmiştir. Araştırma sonucunda Türkiye’de böylesi üç sözlük bulunduğu tespit edilmiş ve bu üç sözlüğün her birinde ayrı ayrı “(Y)Ezidiler” ve “(Y)Ezidilik” maddeleriyle ilgili toplam 173 tanım ve yorum kendi içinde tasnif edilmek suretiyle çalışmanın verileri elde edilmiştir. Çalışma sonucunda Türk toplumunda Yezidilik ve Yezidilerle ilgili farklılık arz eden bir dizi algı ve imajın varlığı tespit edilmiştir. En öne çıkanları itibariyle, Türkiye’de Ezidilerle ilgili stereotipin “şeytana tapanlar” olduğu anlaşılmıştır. Bununla birlikte bunun karşısında ayrı bir kutup olarak çok güçlü bir hümanist yaklaşımın varlığı da tespit edilmiştir. Türk toplumunun Ezidilik algısı da, nesnesi gibi senkretik, eklettik ve istikrarsızdır.

Anahtar Kelimeler: (Y)Ezidiler, (Y)Ezidilik, Türkiye, (Y)Ezidilik ve (Y)Ezidiler Algısı.

23 ARALIK 2021

III. OTURUM

İLKOKUL 4. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINA İLİŞKİN METAFORİK ALGILARI

Dr. Öğr. Üyesi Lütfullah Çelikten – İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

lutfullahcelikten@ayvansaray.edu.tr

ÖZET

İletişim teknolojilerinin hayatın bir parçası haline geldiği bugünlerde kitle iletişim araçlarını bilmek, tanımak ve etkin şekilde kullanabilmek günümüzün önemli becerilerinden biri haline gelmiştir. Çocuklar ve gençler kitle iletişim araçlarıyla çok erken yaşta tanışabilmekte ve yaşamlarının neredeyse tamamında dijital bir hayat sürmektedirler. Bu yeni yaşam tarzı, eğitimcilerin ve eğitim pedagojisinin dijitalleşmeye olan ilgisini artırsa da iletişim teknolojisi günden güne radikal değişikliklere uğramakta ve değişimi yakalamak zorlaşmaktadır. Çocukların kitle iletişim araçlarıyla olan ilişkisi yeni nesil çağda farklılaşmakta, çocukların hem sosyal hem de akademik gelişimleri için kitle iletişim araçları birer pedagojik materyale dönüşmektedir. Bu çerçevede kitle iletişim araçlarına ilişkin algının değişikliğe uğraması da kaçınılmaz görünmektedir. Çünkü bu araçlara değer ve anlam katan şey, sahip olduğu teknoloji kadar onu kullanan bireylerdir. Bu araştırmada metaforlar yoluyla öğrencilerin kitle iletişim araçlarına olan algıları tespit edilmek istenmiştir. Bu doğrultuda araştırmada ilkökul 4. Sınıf öğrencilerinin “bilgisayar” ve “telefon” kavramlarına ilişkin metaforlarını tespit etmek amaçlanmıştır. Araştırma nitel araştırma olup olgubilim desenine göre tasarlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu İstanbul’da bir devlet ilkokulunda öğrenim gören 40 ilkökul 4. sınıf öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırmada veriler yarı yapılandırılmış bir formla toplanmıştır. Bu formda öğrencilerden “Bilgisayar gibidir. Çünkü” ve “Telefon gibidir. Çünkü” cümlesini tamamlamaları istenmiştir. Verilerin analizinde içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Araştırma sonucunda; öğrencilerin “bilgisayar” kavramına ilişkin “bilgi kutusu, beyin, bilim insanı, oyuncak kutusu” gibi 10 farklı metafor ürettikleri, “telefon” kavramına ilişkin ise “akıllı bir arkadaş, kitap, öğretmen, oyun bahçesi” gibi 11 farklı metafor ürettikleri görülmüştür. Bu sonuçlar incelendiğinde, öğrencilerin bilgisayar ve telefona hem teknik açıdan hem de kullanım amaçları açısından yaklaştıkları ve genel olarak bu araçlara canlı varlık özelliği kattıkları görülmektedir. Nihai olarak, öğrencilerin bilgisayar ve telefonu tutumları itibarıyla akademik ve sosyal araçlar olarak algıladıkları yargısına varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İlkokul, Kitle İletişim Araçları, Metafor, Bilgisayar, Telefon

POST TRUTH ÇAĞINDA YENİ MEDYA OKURYAZARLIĞI EĞİTİMİNİN ÖNEMİ

Ar. Gör. Ramazan BİLGE

ramazanbilge@ayvansaray.edu.tr

Ar. Gör. Bahşende ÇOBAN

bahsendecoban@ayvansaray.edu.tr

ÖZET

Yeni iletişim teknolojilerinin vazgeçilmezi olan internetin var olmadığı süreçte medyanın kullanımında farklı araçlara ihtiyaç duyulmaktaydı. Kişileri aktif birer kullanıcıya dönüştüren ve onları zaman ve mekân sınırlılığında arındıran bugünün iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte söz konusu durum dönüşüme uğramış ve tek bir cihaz yardımıyla; oyun oynama, film izleme, bilgi alma, bilgi üretme, müzik dinleme gibi birçok etkinliğin yapılması olanaklı hale gelmiştir. Bununla birlikte, iletişim kurma pratikleri de yeni iletişim teknolojileriyle birlikte dönüşüme uğramış, bu dönüşümle sınırsız bir etkileşim ağının yer aldığı ve bilgiye anında erişilen, bilginin çok hızlı yayıldığı ve hatta yeniden üretildiği bir sürece girilmiştir. Bilginin, gerek sosyal medya platformları gerekse internet sitelerinde üretilmesi ve işlenmesi ile kullanıcıların anımsalılık, üretme ve hızla yayma imkanlarının, bireysel ve toplumsal olarak olumlu olduğu kadar olumsuz etkilerinin/sonuçlarının da olabileceği aşıkardır. Bu olumsuz etki ya da sonuçlar “post-truth” denilen “hakikat sonrası çağı” yaşadığımızı kanıtlar niteliktedir. Doğrunun, gerçeğin, hakikatin önemini yitirmesini ifade eden bu kavram; günümüzde internet ortamında maruz kalınan bilgi kirliliği ile bireylerin manipüle edildiğini ve bunun normalleştiğini ortaya koymaktadır. İnternet ortamındaki içeriklerde gerçeğin soluklaşması ile bireylerin internet ortamındaki içeriklerin doğruluğunu ve yanlışlığını sorgulayabilecek bakış açısına sahip olmalarında, yeni medya okuryazarlığı oldukça önem taşımaktadır. Bu bağlamda, yirminci yüzyılda dünyanın çeşitli ülkelerinde başlayan ve giderek yayılan medya okuryazarlığı eğitiminin; yeni medya ortamlarında da kullanıcıların yetkinliklerini arttıracak, dijital ortamlardaki metinleri doğru bir şekilde değerlendirecek, kendi içeriklerini üretecek ve bunu yaparken etkinliğini de arttıracak şekilde düzenlenmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda ortaya çıkan yeni medya okuryazarlığı kavramı ile “post-truth” kavramı çalışmanın kavramsal çerçevesini oluşturmaktadır. Literatür taraması yönteminin kullanıldığı bu çalışmada, iletişim teknolojilerinin getirdiği köklü değişimler göz önüne alındığında, yeni medya okuryazarlığı eğitiminin önemini vurgulamak ve kullanıcıların dijital ortamda karşılaştığı her türlü bilgi ve veriyi doğru anlamayı, anladığını yorumlayabilmeyi ve doğru aktarabilme yetkinliği kazandırabilmeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya Okuryazarlığı, Post-truth, Eğitim

DİJİTAL MEDYA OKURYAZARLIĞI KAPSAMINDA DOĞRU BİLGİ SORUNSALI VE PROPAGANDA: SOSYAL MEDYA PAYLAŞIMLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Ögr. Gör. Özkan AVCI Bartın Meslek Yüksekokulu

ozkanavci@bartin.edu.tr

Öğrenci Büşra ÇALIŞKAN Bartın Üniversitesi, Bartın Meslek Yüksekokulu,

b.clskn6764@gmail.com

ÖZET

Günümüz iletişim çağında bilgiyi çift yönlü olarak üretmek, paylaşmak ve başkalarının ürettiklerinden ve paylaşımlarından da haberdar olmak önem arz etmektedir. Geçmişten günümüze bilgi üstünlük kaynağı olarak kullanılmıştır. Buna karşılık geçmiş dönemlerde hem siyasi, dini, kültürel olarak hem de teknolojik yetersizliklerden dolayı günümüzdeki kadar açık veri paylaşımlarında bulunulmamıştır. Dolayısıyla günümüzdeki teknolojik imkanlar ve küresel konjonktürden ötürü açık veri paylaşımı yaygınlaşmıştır. Herkesin veri paylaşımında bulunabildiği bir çağda bu sefer de doğru bilgi sorunsalı tartışılmaya başlanmıştır. Özellikle yeni iletişim teknolojilerinin imkanları sayesinde bilgiye ulaşım çok daha kolay hale gelirken bunların enformasyon olmasının yanında dezenformasyon, manipülasyon ve propaganda içerikli de olabilmesi günümüz teknolojilerinin bazı kolaylıkları sağlamanın yanında yeni problemlere de yol açabildiğini gözler önüne sermektedir.

Çalışma kapsamında, Türk Silahlı Kuvvetleri tarafından, Suriye'nin Afrin bölgesinde teröristleri etkisiz hale getirmek için yürütülen “Zeytin Dalı Harekâtı” isimli operasyon esnasında terör örgütü ve destekçileri tarafından sosyal medya hesaplarından paylaşılan propaganda görselleri ele alınmıştır. Dijital kodlama üzerinden temellenen sosyal medyanın zaman ve mekân sınırı olmadan kullanılabilmesi, kullanıcıların sadece tüketici değil üretici de olabilmeleri, çoklu ortam, yakınsama ve etkileşimlilik gibi özelliklerinin propaganda ile potansiyel bir tehlike olarak kullanılabilmesinin gösterilmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda terör örgütü mensupları veya terörü destekleyen kişiler tarafından sosyal medyadan yapılan yalan/yanlış/manipülatif işlevli paylaşımlarda yöntem olarak “gri ve kara propagandaya” öncelik verildiği ve daha çok “yaralı çocuk, kadın ve sivil halkın” fotoğraflarının kullanıldığı görülmüştür. Bu kapsamda dijital iletişim ortamlarında doğruluğu teyit edilmeden kar topu gibi yayılan paylaşımlar konusunda bireylerin daha bilinçli olması için dijital medya okuryazarlığı eğitimlerine günümüzde daha çok önem verilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital İletişim, Sosyal Medya, Propaganda, Doğru Bilgi Sorunsalı, Medya Okuryazarlığı

YENİ MEDYANIN UZAKTAN EĞİTİM SÜRECİNE KATKISININ İNCELENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Hikmet Aydıngüler, - İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

hikmetaydinguler@ayvansaray.edu.tr

ÖZET

Öğrenme ve öğrendiklerini aktarma insanlık tarihi boyunca sürekli gelişen bir süreçtir. İnsanoğlu öğrenme ve öğrendiklerini kendisinden sonraki nesillere aktarma konusunda devamlı yeni yöntemler geliştirmiştir. 19. yüzyılda telgrafın keşfi ile başlayan ve 20. yüzyılın sonuna doğru web teknolojilerinin de geliştirilmesi ile ivmelenen elektronik iletişim araçları günümüzde yeni medya olarak bilinen kavramı doğurmuştur.

Bilgisayar, telefon ve tabletlerin kullanımının artması ve internetin yaygınlaşması ile birlikte sosyal ağlar sıklıkla kullanılır hale gelerek insanoğlunun kolay iletişim kurmasına ve anlık olarak veri paylaşmasına olanak tanıdı. Hızlı, etkileşimli ve pratik olması sebebi ile bu teknolojiler eğitim alanında da kullanılmaya başlanarak internet tabanlı eğitim modellerini ortaya çıkardı. İnternet tabanlı eğitim günümüzde sıklıkla e-öğrenme, uzaktan eğitim veya online ders gibi isimler ile anılmaktadır. Uzaktan eğitime katkı sağlaması amacı ile eğitimciler sıklıkla yardımcı ders kaynağı olarak çeşitli sosyal ağlara ait çoklu ortam içeriklerini öğrencileri ile paylaşmaktadır.

Bu çalışmada iletişim teknolojilerinin gelişimi ve buna paralel ortaya çıkan uzaktan eğitim teknolojileri anlatılacaktır. Ayrıca uzaktan eğitim sürecinde yardımcı ders materyalleri olarak paylaşılan sosyal ağ kaynaklarının öğrenme sürecine katkısı ve ders notlarına etkisi analiz edilecek olup sebep-sonuç ilişkileri bu bağlamda tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Uzaktan Eğitim, Çoklu Ortam, Eğitim

İLETİŞİM ARAŞTIRMALARININ DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ: METİN MADENCİLİĞİ

Öğr. Gör. Dr. Cihangir KASAPOĞLU Bartın Üniversitesi

cihangir@bartin.edu.tr

ÖZET

Dijital medya Web 2.0 teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla oluşan etkileşimle sosyal medya kullanıcıları mesajın hem alıcısı hem de kaynağı haline gelmiştir. Kullanıcılar her bir sosyal medya kullanımında dijital ayak izi olarak tabir edilen veriler bırakmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya etkili bir iletişim ortamı olmasının yanında muazzam bir veri kaynağı olarak karşımıza çıkmaktadır. Kullanıcı türevli içerikler olarak ifade edilen bu verilerin bloglardan, yorum sitelerinden ve sosyal paylaşım ağlarından elde edildiği görülmektedir. Kullanıcı türevli içeriklerin manipülasyonun minimum seviyede olduğu, nispeten daha özgür bir şekilde fikir ve görüşlerin ortaya koyulduğu benzersiz bir veri kaynağıdır. Ayrıca verilerin büyük çapta olması da örneklemin ana kütleyi temsil etmesi noktasında daha güvenilir bulguların elde edilmesini sağlamaktadır. Özellikle veri madenciliği teknolojilerinin gelişimi kullanıcı türevli içeriklerden elde edilen verilerin analizinin önünü açmıştır. Veri madenciliğinin türevlerinden olan metin madenciliği ile fikir madenciliği (duygu analizi) tekniklerinin kullanımı iletişim uygulayıcıları tarafından giderek yaygınlaşmaktadır. Metin madenciliği yapılandırılmamış yığın metin verilerini analiz ederek anlamlı sonuçlara ulaşılmasını sağlamayan bir yöntemdir. Duygu analizi de benzer bir şekilde metin tabanlı verilerin çeşitli algoritmalarla olumluluk ve olumsuzluk düzeylerini belirleyebilen benzersiz bir yöntemdir. Metin madenciliğinin doğal dil işleme özelliği ile veriler analize hazır hale getirilebilmektedir. Örneğin Gazetelik alanında kamuoyu eğilimleri ve gündem araştırmalarında, reklamcılık alanında marka imajı ve marka kişiliğinin belirlenmesinde, halkla ilişkiler alanında hedef kitle, kriz iletişimi ve iletişim etkinliği araştırmalarında kullanıcı türevli içeriklerden elde edilen verilerin analizinde metin madenciliği önemli avantajlar sağlamaktadır.

Uluslararası literatürde özellikle sosyal medya araştırmalarının ilgi gördüğü günümüzde bu tür araştırmalara ilginin giderek arttığı görülmüştür. Fakat Türkiye’de iletişim araştırmacılarında metin madenciliği tekniğinin kullanıldığı yeterli sayıda tez ve makalelerin yapılmadığı görülmüştür. Bu çalışmada iletişim araştırmalarında gelinen noktada metin madenciliği yönteminin hangi araştırmalarda kullanılabilceği ve sağladığı imkanlar değerlendirilerek Türkiye’de iletişim araştırmaları eğitiminde metin madenciliği çalışmalarının önemi vurgulanacaktır. Bu sayede iletişim eğitimcilerine ve araştırmacılarına yeni bir bakış açısı oluşturulması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Metin Madenciliği, Duygu Analizi, Kullanıcı Türevli İçerikler, Sosyal Medya

24 ARALIK 2021

IV. OTURUM

STRATEJİK İLETİŞİM VE ULUSLARARASI GÜVENLİK

Dr. Öğr. Üyesi Suat Dönmez – İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

suatdonmez@ayvansaray.edu.tr

ÖZET

İletişim teknolojilerindeki baş döndürücü gelişmeler ve bunların gündelik yaşama kadar inerek, bireyler tarafından kullanım imkânlarının basitleştirilmesi bireylerin yerel seviyenin ötesine geçerek küresel alanda da hızlı bir şekilde iletişim yapabilmesine neden olmuştur. Birey bir anda yerel ve bölgesel seviyeleri aşmış küresel çapta bir iletişim süjesi haline gelmiştir. Bu durumda ulusal ve uluslararası güvenliğin de bu gelişmelerden payını alması kaçınılmaz olmuştur. Bu alanın etkin bir biçimde kullanılması ve böylece kamuoyu algısının yönetilmesi giderek çok daha geniş kullanılan bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Mevcut medya ve iletişim araçlarıyla ulusal ölçekte geçmişten beri yapılagelen bu faaliyetler günümüz iletişim teknolojileri sayesinde uluslararası alanda da yapılabilmektedir. Geliştirilen konseptler proaktif olmayı ve gerçek zamanlı olarak takibi gerektirmektedir. Bu nedenle bu yapıların esnek teşkiller olması ve beklenmeyen gelişmelere hızla cevap verirken birçok alanda da ön alarak hareket etmeleri gerekmektedir. Stratejik iletişim ulusal ve uluslararası güvenliğin temel konularından biri haline gelmektedir. Bu alanda gerekli çabayı göstererek ciddi bir çaba içine girmeyen ve sadece savunma durumunda kalanlar için çeşitli güvenlik ve hatta beka sorunları yaratabilecek potansiyele sahiptir. Bu çalışmanın amacı stratejik iletişim alanındaki kurumsal çabaları da inceleyerek bunun uluslararası güvenliğe etkilerini ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler: Stratejik İletişim, Kamu Diplomasisi, Uluslararası Güvenlik, Bilgi Savaşları

DİJİTAL OYUN VE SOSYAL MEDYA KISKACINDA AİLE İLETİŞİMİ

Dr. Öğr. Üyesi, Ümit Demir Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

umitdemir@comu.edu.tr

ÖZET

Aileler bu dönemde sokağa çıkış yasakları ile aynı ortamda bulunma süreleri artmıştır. Ev içi ortamda beraber geçirilen süre ailelerin kendi aile iletişimlerini ayna tutarak değerlendirmeleri açısından büyük bir fırsat sağlamıştır. Mevcut araştırmalar pandemi süreci ile birlikte dijital oyun ve sosyal medya kullanımlarında giderek artış meydana geldiğini göstermektedir. Bu yoğun kullanımının bireyler arası iletişimde ve özellikle aile iletişimlerine olumsuz yansımaları olabilmektedir. Bu kapsamda bu çalışmanın amacı ergenlerin dijital oyun ve sosyal medya kullanımının durumunun aile iletişimlerine etkisine yönelik mevcut çalışmalara vurgu yaparak çocuklara model olarak dengeli dijital ortamın kullanımına yönelik aile kontrollerinin nasıl yapılabileceğine yönelik öneriler getirmektir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Oyun, Sosyal Medya, Aile İletişimi

KÜLTÜR ANLATISI BAĞLAMINDA DİJİTAL OYUNLARDA NARRATOLOJİ

Ögr. Gör. Burak Dervişoğlu – İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

burakdervisoglu@ayvansaray.edu.tr

ÖZET

Oyun, insanlıkla beraber evrimleşen bir kavram haline gelmiştir. Her zaman diliminde, her kültürde ve hayvanların bile oyun oynandığını görülmektedir. Genellikle eğlence amacı ile kullanılan oyun kavramı zamanla daha kapsamlı hale gelmiştir. Evrimleşen oyun kavramı bilgisayar teknolojilerinin gelişmesiyle dijital oyunlar kısa sürede uluslararası bir sektör haline gelmiştir. Dijital oyunların küresel bir pazar olması, oyun türlerinin gelişmesine etki etmiştir. Oyun türleri kendi içlerinde çeşitli kavramlara ve akımlara dönüşmüştür. Bir anlatı bilimi olarak Naratoloji ise hikâye bazlı oyunlarda etkisini göstermiştir.

Hikâye odaklı bir etkileşim sunan dijital oyunlarda, mitoloji, fantastik ve kültürel unsurların kullanıldığını görülmektedir. Toplumların farklı kültür ile etkileşim kurabilmesi, oyun unsuru olarak farklı kültürleri yakından tanımamıza yardımcı olmaktadır. Yaşamadığımız farklı bir kültür içinde bir karakteri canlandırmamız o kültürün bir parçası olmamıza olanak sağlamaktadır.

Bu çalışmada, dijital oyunlarda kültürün aktarılması ve oyun ile oyuncu arasındaki etkileşimi aktaracaktır. Oyun tasarımcıları, ludolojiyi ve naratolojiyi bir teknik olarak oyun tasarımlarında kullanmaktadır. Akademisyen bu iki kavramı akademik olarak incelemektedir. Çalışmada, anlatı bilim olarak naratolojinin dijital oyunlarda kullanışı ve kültür aktarımının da anlatı biliminin katkısı incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Oyun, Kültür Aktarımı, Dijital Sanat, Anlatı Bilimi

ÇOCUK EDEBİYATINDA İLETİŞİM TEMALİ İKİ ÖRNEK: KONUŞMAK YOK VE ABARTMA TOZU

Ögr. Gör. Gamze Sürcan Düzgün – İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

gamzesurcan@ayvansaray.edu.tr

ÖZET

Çocuğu ve çocukluğu esas alan yazınlar olarak ifade edebileceğimiz çocuk edebiyatı, çok küçük yaşlardan itibaren çocuklara yeni deneyimler deneyimleme fırsatı sunar. Çocuk, daha önce işitmediği bir kelimeyi ya da sesi, tatmadığı bir duyguyu, düşünüp hayal etmediği maceraları, doğadaki açıklayamadığı bilimsel olayları, tarihi ve daha bunun gibi bir çok soyut ve somut kavramı kitaplar sayesinde öğrenebilir. İletişim de bu kavramlardan biridir. Andrew Clements'in Konuşmak Yok adlı eseri Mahatma Gandhi'nin izinde çocuklara sözlü iletişim dışındaki yolları eğlenceli bir şekilde öğretirken, diğer yandan da kaynağın alıcıya kendini en doğru şekilde ifade edebilmesi için kelimelerin düşünerek seçilmesinin önemini vurgular. Yazılı ve sözlü iletişimdeki farkları çocukların gözlerinin önüne serer. Şermin Yaşar'ın Abartma Tozu adlı eseri ise dildeki bozulmalardan kaynaklı iletişimde ortaya çıkan sorunların insanların başlarına neler açabileceğini komik kurmaca olaylarla anlatmaktadır. Çocuk edebiyatındaki iletişim temalı bu iki örnek roman, çocuklara iletişimle alakalı kavramları ve sorunları sorgulama fırsatı vermektedir.

Anahtar Kelimeler: Çocuk Edebiyatı, İletişim, Roman

UZAKTAN EĞİTİM UYGULAMALARINDA İLETİŞİM: İLKOKUL 1. SINIF ÖĞRENCİLERİ VE ÖĞRETMENLER AÇISINDAN SINIRLILIKLARIN İNCELENMESİ

Dr. Öğretim Üyesi **Lütfullah Çelikten**, İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

lutfullahcelikten@ayvansaray.edu.tr

Öğr. Gör. **Enes Yürek**, İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

enesyurek@ayvansaray.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada son yıllarda yaşanan olağanüstü durumlar ile birlikte daha yaygın şekilde uygulama örneklerine rastladığımız uzaktan eğitimin, ilkökul 1. sınıftaki uygulamalarında çocuklar ve öğretmenler açısından iletişim boyutunda ne tür sınırlılıklar meydana getirdiğini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu araştırmanın deseni nitel araştırma desenlerinden ‘Durum Çalışması’ olarak tasarlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu 2021-2022 Eğitim-Öğretim yılında İstanbul ili, Bayrampaşa ilçesinde bulunan devlet okullarının ilkökul kademesinde 1. sınıf öğrencilerine eğitim veren 20 sınıf öğretmeni oluşturacaktır. Çalışma grubu belirlenirken ölçüt örneklem ve kolay ulaşılabilir durum örneklem seçim yöntemleri birlikte kullanılacaktır. Araştırmada veri toplama aracı olarak; kişisel bilgi formu ve yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılacaktır. Katılımcılardan gelen yanıtlar doğrultusunda veriler içerik analiz yöntemi ile analiz edilecektir.

Araştırmanın veri toplama süreci henüz tamamlanmadığı için bulgulara ve sonuçlara yer verilememektedir. Ancak araştırmanın sonucu için öngörülerimiz ve alanyazındaki benzer çalışmalar değerlendirildiğinde; ilkökul 1. sınıfta uygulanan uzaktan eğitim uygulamalarının çocukların sosyalleşme/arkadaşlarıyla etkileşim kurma ihtiyacını karşılayamayabileceği, sürekli ekran karşısında olmanın çocukta ekran ve teknoloji bağımlılığı ve iletişim becerilerinde çeşitli sınırlılıklar meydana getirebileceği düşünülmektedir. Öğretmenler açısından ise; yapılan çalışmalar öğretmenlerin tamamının uzaktan eğitim yöntemine aynı oranda hâkim olmadığını ve uzaktan eğitim yöntemi ile bilgi aktarım yollarını nasıl çeşitlendireceklerini bilemediklerini göstermektedir. Bu durumlardan kaynaklı olarak öğretmenlerin, öğrencileri ile çeşitli iletişim problemleri yaşayabileceği, interaktif katılımlı sınıf ortamı oluşturamayabileceği, aile ile iletişim kurma ve yönlendirmede sınırlılıklar meydana getirebileceği öngörülmektedir. Bunlara ek olarak öğretmenlerin; ölçme-değerlendirmede sınıf içinde olduğu kadar verim alamayabileceği, öğrencileri ile birebir ilgilenememe ve öğrencilerin hangi konularda sorun yaşadığını tam olarak görememe gibi sınırlılıkların olabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Uzaktan Eğitim, İletişim, İlkokul Öğrencileri, Sınıf Öğretmenleri

24 ARALIK 2021

V. OTURUM

İLETİŞİM-EĞİTİM İLİŞKİSİNDE “DEMOKRATİK” ETKİLEŞİM: ÜNİVERSİTEDE DEMOKRATİK VE KATILIMCI ÖĞRENİM ÜZERİNE

Dr. Öğr. Üyesi Gökhan Ak – İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

gokhanak@ayvansaray.edu.tr

ÖZET

İletişim ile eğitim ilişkisinde, eğitim-öğretimin başarısını etkileyen türlü etkileşimler kapsamında “demokratik” etkileşim günümüzün modern eğitiminde temel ister olarak öne çıkmaktadır. Zira demokratik eğitim ya da eğitimin demokratikleştirilmesi, günümüz genç kuşaklarının içlerindeki özgüven, özgünlük ve yaratıcılığı ortaya çıkarmada çağdaş eğitim model ve yönetimleriyle elele gitmesi gereken bir durumdur. Bilindiği üzere, demokratik değerlerin bireylere aktarılması erken yaşlarda okullarda verilen eğitimle güç ve hız kazanmaktadır. Bu çerçevede, okullarda sürdürülen eğitimlerin ve gerçekleştirilen etkinliklerin önemi yadsınamaz bir gerçektir. Eğitim kurumlarının bu görevi başarıyla yerine getirmeleri, bu kurumların ve kurumlarda yer alanların (yönetici, eğitmen, öğrenci ve diğer çalışanlar) niceliği ve niteliği ile doğrudan ilişkilidir. Bu bağlamda, demokratik okul yapısının oluşturulması; bir yandan okul yöneticisinden, eğitmenlere ve diğer okul çalışanlarına kadar tüm bireylerin gerekli bilgi, beceri ve anlayışla donanmış olmasını gerektirirken, öte yandan öğrencilere verilecek teorik demokrasi eğitimi yanında, çağdaş eğitim yönetimi bağlamında demokrasi uygulamalarına fırsat verecek okul ortamının yaratılmasını elzem kılmaktadır. Maruz çerçevede, bu çalışmanın amacı, çağdaş iletişim-eğitim ilişkisinin başarıyla sağlanmasında en başta gelen etmenlerden birisi olan demokratik etkileşim olgusunun Üniversitelerde çağdaş eğitim yönetimi ile demokratik ve katılımcı öğrenim üzerine olan muhtemel etki ve katkılarını incelemektir. Kapsamı iletişim, eğitim, üniversite, demokratik eğitim ve eğitim yönetimi bu çalışmanın önemi, günümüzde Üniversitelerde çağdaş bir eğitim yönetiminin başarılabilmesi ile yükseköğretim kurumlarının nasıl demokratik ve katılımcı öğrenim ortamlarına dönüşebileceği savına dikkat çekmesidir. Esasen nitel araştırma metodolojisini benimsemiş olan bu çalışmada, içerik analizi, doküman analizi ve yorumsamacılık gibi bilimsel araştırma yöntemleri kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Eğitim, Üniversite, Eğitim Yönetimi, Demokratik Eğitim.

MEDYANIN DİJİTALLEŞME HIZINA YETİŞEMEYEN MÜFREDAT: GAZETECİLİK EĞİTİMİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Prof. Dr. Ahmet Yalçın KAYA - Selçuk Üniversitesi

aykaya@selcuk.edu.tr

Öğr. Gör. Fırat ATA - Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi

firotata47@gmail.com

Yüksek Lisans Öğrencisi, Ayşe BURSA- Selçuk Üniversitesi

ayseebursaa@gmail.com

ÖZET

Yeni iletişim teknolojileri (bilgisayar, cep telefonu, internet vb.) toplumsal olan birçok şey gibi medyanın da dijitalleşmesini zorunlu hale getirmiştir. Medya iletişim, habercilik ve telekomünikasyon teknolojileri sayesinde hız, depolama, eş zamansızlık, eş mekansızlık gibi birçok imkana ve özelliğe sahip olmuştur. Yeni medya, sayısal medya, çevrimiçi medya, online medya gibi farklı isimlerle de tanımlanan günümüz dijital medyanın, toplumsal hayat içerisindeki kullanım alanının her geçen gün genişlemesi sektöre yönelik uzman iş gücü yetiştiren iletişim fakültelerini “yeni iletişim teknolojileri ve habercilik” arasındaki bağı net bir şekilde görünür kılmaya itmektedir. Diğer bir ifadeyle iletişim fakültelerinde eğitim alan öğrencilerin “geleneksel gazetecilik ve/veya geleneksel habercilik” gibi temel mesleki alanlarla birlikte; dijital dönüşüm sürecine uygun olarak yeni iletişim teknolojilerinin mümkün kıldığı yeni medya alanıyla ilgili bilgilendirilmesi gerekmektedir. Belirtilenler doğrultusunda bu çalışmanın konusu, Türkiye’de faaliyet gösteren devlet ve vakıf üniversitelerinin iletişim fakülteleri bünyesinde bulunan “gazetecilik” bölümündeki dijital habercilik derslerine yönelik tespitlerdir. Çalışmanın amacı ise, iletişim fakültelerindeki gazetecilik bölümlerinde “dijital medya, yeni medya ve yeni iletişim teknolojilerine yönelik derslerin olup olmadığı, varsa ilgili derslerin içerikleri ve müfredatları arasındaki benzerliklerin ve farklılıkların ne olduğu sorularını yanıtlamaktır. Yükseköğretim Kurulu Yükseköğretim Program Atlası’na göre 2021-2022 eğitim ve öğretim yılında Türkiye’de lisans düzeyinde farklı devlet ve vakıf üniversitesinde 64 Gazetecilik Bölümü eğitimi verilmektedir. Gazetecilik bölümü müfredatlarına yönelik analizlerde her üniversite tek tek incelenmiş ve çalışma konusuyla ilgili derslerin isimlerine ve içeriklerine “ders bilgi paketi” kısmından ulaşılarak incelenmiştir. Yapılan çalışmada veriler, çalışmanın konusu ve amacına uygun bir biçimde belirlenen kategorilere göre “belge tarama tekniğiyle” elde edilmiştir. Bu düzlemde yapılan çalışma, habercilikle doğrudan bağlantısı olan “gazetecilik” bölümündeki dijital gazetecilik/habercilik müfredatlarını tanımlaması ve konuyla ilgili öneriler getirmesi açısından önem arz etmektedir. Gazetecilik bölümleri müfredatları üzerine gerçekleştirilen veri toplama sürecinde, yeni medyanın/yeni iletişim teknolojilerinin habercilikle olan bağına dijital ve geleneksel eğitimde yeterince yer verilmediği görülmüştür. Buna rağmen vakıf üniversitelerinin devlet üniversitelerine göre yeni medyayı/yeni iletişim teknolojilerini ders müfredatlarına daha detaylı yansıttığını söylemek mümkündür. Yapılan belge tarama sürecinde elde edilen bir diğer önemli bulgu da üniversitelerin dijital habercilik alanlarını/araçlarını genel bir ders çatısı altında işlemesi olmuştur. Diğer bir ifadeyle

üniversitelerin çoğunda dijital habercilik alanları/araçları genel olarak “yeni medya” dersi içeriğine sığdırılmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda bu çalışmada, devlet üniversitelerinin dijital habercilik alanlarına/araçlarına ders müfredatlarında daha fazla yer vermesi gerektiği ve dijital habercilik alanlarının/araçlarının genel bir ders içeriğine sıkıştırılmadan “internet haberciliği, sosyal medya haberciliği, podcast haberciliği, transmedya haberciliği ve drone haberciliği” gibi farklı dersler içeriğinde verilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: İletişim Fakültesi, Yeni Medya, Yeni İletişim Teknolojileri, Dijital Habercilik.

HALKLA İLİŞKİLER ALANINDA 2015-2019 YILLARI ARASINDA YAYINLANAN DOKTORA TEZLERİNİN ULUSAL VE ULUSLARARASI BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Öğr. Gör. Özkan Avcı - Bartın Üniversitesi

ozkanavci@bartin.edu.tr

ÖZET

Halkla ilişkiler, insanların birlikte yaşamaya başladıkları andan itibaren farklı isimler altında yaşamımızda var olmasına rağmen ilk bilimsel tohumları 1900’lü yıllarda atılan ve günümüze kadar gelişim göstererek popüler bir uygulama haline gelen sosyal bilimler içerisinde yer alan önemli bir bilim alanıdır. Halkla ilişkiler, kurum içi ve kurum dışı tüm hedef kitleleri ile karşılıklı ilişkileri pozitif ve güven verici bir ortam içerisinde sürdürmek ve kamuoyunda olumlu bir izlenim oluşturmak için günümüzde vazgeçilmez bir alan olarak varlığını sürdürmektedir. Bu kapsamda yapılan çalışmada halkla ilişkiler alanında Türkiye’de ve Yurtdışında 2015-2019 yılları arasında hangi konuların çalışıldığı, benzerliklerin ve farklılıkların neler olduğu bibliyometrik analizle tespit edilmeye çalışılmıştır.

Çalışmada tez içerikleri metodolojik ve istatistik çözümlene teknikleri ile “Text Analyzer” programı vasıtasıyla taranmıştır. Türkiye’deki veriler Ulusal Tez Merkezinden, yurt dışındaki veriler ise ProQuest Dissertations & Theses Global merkezinden alınmıştır. İlgili veri kaynaklarından 2005 ile 2019 yılları arası için yapılan filtrelemede Türkiye’den 181 teze, yurtdışındaki tezler için yapılan ayrıntılı filtrelemede (sadece iletişim çalışmaları ve halkla ilişkiler etiketli olanlardan) 327 teze ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında temel iletişim ve halkla ilişkiler dışında çalışılan konular yurtdışında daha çeşitli iken Türkiye’de ise daha sınırlı olduğu görülmüştür. Örneğin yurtdışında sosyal medya, retorik, siyasal çalışmalar, iletişim kuramları ve kriz iletişimi gibi konulara öncelik verilirken Türkiye’de ise ilk sıralarda sosyal medya, siyasal çalışmalar, reklamcılık ve imaj gibi konulara öncelik verildiği görülmüştür. Bu kapsamda Türkiye’deki çalışmaların yurtdışındaki çalışmalarla kısmen benzerlik taşıdığı, sosyal medya ve siyasal çalışmaların her iki taraf için de popüler olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Bibliyometri, Doktora Tezleri

İLETİŞİM EĞİTİMİNDE YENİ YAKLAŞIM: ÜNİVERSİTELERDE DİJİTAL İLETİŞİM EĞİTİMİ VERİLMESİNİN ÖNEMİ

Tuncay Taşkın

tuncaytaskin@gmail.com

Dr. Nurten Dönmez

dr.nurtendonmez@gmail.com

ÖZET

Son on yılda hızla gelişen teknoloji ile birlikte insan hayatına oldukça etki eden gelişmeler yaşandı. Bilgisayar, internet, mobil telefon, sosyal medya, dijital oyunlar derken dijital hayat Covid-19 pandemisinin tesiriyle insan yaşamının ayrılmaz parçası haline gelmiştir. Dijital iletişim, çevrimiçi kanallar üzerinden insanlarla bağlantı kurma sürecidir. Dijital iletişim, elektronik bilgi alışverişi olarak da tanımlanabilir. Cep telefonları, sosyal ağlar, anlık mesajlaşma, e-posta gönderme, bloglama, video konferans, wikiler ve çok daha fazlası birçok faydası olan iletişim kurmanın hızlı ve kolay yollarıdır. Üniversiteler bizi hayata hazırlar ancak kendimizi bu kadar hızlı bir şekilde içinde bulunduğumuz dijital hayatta kendimizi nasıl ifade edeceğimize dair yada dijital iletişimin getirdiği güvenlik sorunları ile ilgili okullarımızda herhangi bir ders/eğitim müfredatı bulunmamaktadır.

Bu çalışmada, şu anda her meslekten insanın kullandığı dijital iletişim konusu ele alınmaktadır. Dijital iletişim konusunun üniversitelerde bir ders olarak verilmesinin neden gerekli ve önemli olduğuna dair değerlendirmeler öneri niteliğinde sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dijital İletişim, Üniversitelerde Eğitim, Sosyal, Medya, İnternet, İletişim Eğitimi

AKREDİTE EDİLMİŞ İLETİŞİM PROGRAMLARININ DOLULUKLARININ İNCELENMESİ

Dr. Öğretim Üyesi Bahadır Elal, İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

bahadirelal@ayvansaray.edu.tr

ÖZET

Üniversite sayısının artması hem ülkemizde hem de yurt dışında, diplomanın, derslerin tanınması yetkinliklerin belirli ge geçerli olması için yükseköğretimde standartların belirlenmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Yükseköğretim kurumlarının dış değerlendirmesini yapmak, akreditasyon kuruluşlarının yetkilendirilmesi ve tanınması süreçlerini yürütmek ve yükseköğretim kurumlarında kalite güvencesi kültürünün içselleştirilmesi ve yaygınlaşmasını sağlamak görevini üstlenen Yüksek Öğretim Kalite Kurumu'nun (YÖKAK) çalışmaları doğrultusunda üniversitelerde standart belirlenmesi, kalite kültürünün yaygınlaşması için çalışmalar 2015'ten beri sürmektedir. Buna bağlı olarak YÖKAK bazı programları akredite edecek kurumları tanımaktadır. En bilineni mühendislikte MÜDEK, Fen Edebiyatta FEDEK'tir. İletişim programlarının akredite süreçlerini yönetmek için iletişim araştırmaları derneği de İLEDAK bu görevi üstlenmektedir. Akreditasyon bizlere akademik ve alana özgü standartların bir yükseköğretim kurumu tarafından karşılanıp karşılanmadığını söyler. Yaklaşık 4 yıldır lisans düzeyinde programların akredite olup olmadığı bilgisi de ÖSYM kılavuzunda yayımlanıyor. Bu da öğrencilerin tercihlerinde Akreditasyonun etkili olup olmadığı sorusunu akla getiriyor. Bu çalışmada vakıf üniversitelerinde Akredite olan bölümlerle, yine vakıf üniversitelerinde akredite olmayan programların dolulukları, aldıkları öğrencilerin puanları karşılaştırılıp, Akreditasyonun tercih sebebi olup olmadığı anlamaya çalışılmıştır. Betimleyici açıklamalar sayısal verilerden yararlanılarak durum tespiti yapılmıştır. Türkiye'de 205 üniversitenin 129'u devlet 76'sı vakıftır. 8 devlet üniversitesinde akredite iletişim bölümü varken 11 ile bulunan vakıf üniversitelerinin 6'sında akredite iletişim programı olup bunların 4'ü İstanbul, 2'si İzmirde'dir. Gazetecilik, Görsel İletişim Tasarımı, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Radyo, Televizyon ve Sinema, Televizyon Haberciliği Programcılığı akredite olan programlardır. Yapılan incelemede akreditasyonun öğrenci tercihine doğrudan etkisi görülememiştir. Üniversite tercihinde Üniversitenin tanınırlığı, üniversitenin ücret politikası, üniversitenin konumu, o üniversitenin akademik kadrosu, ilgili program düzeyinde istihdam olanakları, staj işbirlikleri, oradan mezundur gibi çok farklı başlıklar da üniversitenin doluluk oranını etkiliyor. Bu çalışmada öğrencilerle görüşme yapmadı. Tercih sebepleri araştırılabilir ya da sorulabilir? Yapılacak odak görüşmelerle veyahut öğrencilere yapılacak anketlerle durumu karşılaştırarak daha net bir tabloya ulaşabilir.

Anatahar Kelimeler: İletişim, Akreditasyon, Kalite, Yükseköğretim

KAPANIŞ

Gururlu bir yorgunlukla kongremizin kapanış oturumu ve değerlendirme bölümüne geldik. Üç günlük yoğun bir programdı, hem yorulduk hem pek çok bilgi edindik. Üç günün sonunda aklımızdaki yeni sorular ve yeni araştırma konuları ile verimli kongre geçirdiğimize inanıyorum.

Kongremize 42 yazar başvurdu, 29 bildiri sunuldu. Ayrıca 4 farklı üniversiteden davetli konuşmacılarımız vardı. Bu kongrenin esas amacı öğrenci, akademisyen ve sektör temsilcisi olan üç ana paydaşı bir araya getirmektir ve bunu başardığımızı düşünüyorum. Kongremize öğrenciler dinleyici olarak, ön lisans ve yüksek lisans öğrencileri bildiri sunumuyla, akademisyenlerimiz ve sektörde çalışanlar da hem dinleyici hem de bildiri sunumu ile katıldılar. Ortak yazarlı bildirimler hazırladılar. Bu bizler için çok önemli bir şeydi. Başlıklara baktığımız zaman pek çok disiplinden çeşitli bildirimlerle iletişime, iletişim eğitimine, farklı yaklaşımların da geldiğini gördük. Bu da amaçlarımızdan biri olan ve desteklediğimiz disiplinler arası çalışmalarındaki başarılarımızı gösteriyor.

Bilim kuruluna çok teşekkür ediyoruz ama daha işimiz bitmedi. Gelecek tam metinler bilim kurulunun incelemesi sonucu tam metin kitabımızda yayınlanacak. Ben kongrede emeği geçen herkese teşekkür ediyorum.

Kongremizde neler öne çıktı bakacak olursak; müfredatlarda hangi bölüm olursa olsun iletişim eğitiminin iletişim derslerinin müfredatta olması gerektiği yaklaşımı üzerinde duruldu. Dijitalleşmenin arttığı ve buna yönelik müfredatların ya da ders içeriklerinin güncellenmesi gerektiği üzerinde duruldu. İlkokul düzeyinden başlayarak önce bir medya okuryazarlığı programları yapılarak yalan haber yanlış haber ayırımı yapabilecek, bireylerin yetiştirilmesi gerektiği söylendi. Müfredatlarının güncellenmesi ile ilgili çeşitli yaklaşımları tartışıldı. Görsel iletişimin çeşitli boyutları tartışıldı. Bütün bunların yanında, anlatmanın esas problem olduğu, iletişimde en temel unsurun anlama olduğu ve bunun da geliştirilmesi gerektiği vurgulanarak, iletişimdeki teknik hataların bir şekilde giderilebileceği ama anlama ve anlatma becerisinin geliştirilmesinin önemi üzerinde duruldu.

Kongremizin üç gününü böylece özetlerken önümüzdeki yıl beşinci kongremizde görüşmek dileğiyle tekrar teşekkür ediyorum.

Dr. Öğr. Üyesi Bahadır ELAL
İstanbul Ayyansaray Üniversitesi
Plato Meslek Yüksekokulu;
Müdür



**İSTANBUL
AYVANSARAY
ÜNİVERSİTESİ**

e-ISBN No: 978-605-2253-06-9
İstanbul Ayvansaray Üniversitesi Yayınları