ULUSLARARASI YÜKSEKÖĞRENİM TRENDLERİ BAĞLAMINDA İLETİŞİM EĞİTİMİNİ YENİDEN DÜŞÜNMEK

Nüket Elpeze Ergeç*

ÖZET

Yükseköğrenimde dünyada yaşanan dinamizm, ülkemizdeki üniversite eğitim süreçlerini de etkilemektedir. Türkiye'de 60 yılı aşkın bir geçmişe sahip olan iletişim eğitiminin dünyada ve ülkemizde farklı biçimlerde uygulamaları gözlemlenmektedir. Çalışmanın temel sorunsalı iletişim fakültelerindeki eğitim yapısının günümüz yükseköğrenim eğilimleri çerçevesinde değerlendirilmesidir. Çalışmada, yükseköğrenim sistemine kayıtlı 48 üniversitenin iletişim fakültelerinin eğitim yapıları incelenmiştir. İletişim eğitiminin genel yapısının yükseköğrenim trendleri bağlamında incelendiği çalışmada, iletişim eğitiminin yükseköğrenimin güncel eğilimlerinin oldukça uzağında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: İletişim eğitimi, yükseköğrenimde trendler, web analiz

RETHINKING COMMUNICATION EDUCATION IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL HIGHER EDUCATION TRENDS

ABSTRACT

Innovations in Higher Educational Systems around the World affect the structure of university level education in Turkey. Many distinct applications of communication education are available around the World, as it has a background of 60 years in Turkey's higher education system. Within this context, this paper argues posture of the education given in communication schools through the contemporary trends in higher education. The research investigates the educational structure of 48 communication schools of different universities subjected to the Turkish Higher Educational System. The study pointed out that communication education in Turkey fall behind the contemporary trends in higher education.

Key words: Communication education, higher education trends, web analysis

GİRİŞ

Televizyonun insan hayatına dahil olması neredeyse bir yüzyıl öncesine dayanır. Gazete ise çok daha önceki yüzyılın iletişim aracıydı. İletişim araçlarını temel alarak iletişim sürecini açıklayan yaklaşımlar artık sanal dünya üzerinde gezinmek zorunda. Çünkü web üzerinden iletişim günümüzün en önemli kanallarından biri haline geldi. Haziran 2013'de ülkemizde yaşanan Gezi parkı eylemleri sırasında "her yer gezi" sloganı akıllarda yer ettiği gibi, "hepimiz gazeteciyiz",

* Doç.Dr. Çukurova Üniversitesi İletişim Fakültesi

"hepimiz haberciyiz" yaklaşımı ile ana akım medyaya ikame yeni bir iletişim çabasını da gündeme getirdi. Günümüz teknolojisinde yaşanan hızlı değişim, "İki Aşamalı Enformasyon Akışı" modeli gibi iletişim modellerinin geçerliliği üzerinde tekrar düşünülmesini zorunlu kılıyor. Elbette iletişim teknolojisinin yarattığı devrimler, iletişim süreç ve kanallarını etkilerken, iletişim teori ve modellerinin de yeniden düşünülmesini kaçınılmaz kılacaktı. Bu değişimler, yeni şeyler söylemenin ve yeni teoriler oluşturmanın zamanının geldiğini teorisyenlere haber verirken, iletişim eğitimi veren fakültelerin eğitim süreçlerini değerlendirme zorunluluğunu da doğuruyor.

Yükseköğrenimdeki yeni eğilimler çerçevesinde iletişim eğitiminin incelendiği bu çalışma sadece betimsel bir bakış açısı içermektedir. Çalışma, yükseköğretimdeki küresel anlamdaki eğilimleri eleştirme ya da değerlendirme kaygısı taşımayıp, değişim temelinde uluslar arası eğilimlerin iletişim eğitimi açısından incelenmesine odaklanmıştır.

1. TÜRKİYE'DE İLETİŞİM EĞİTİMİ

İletişim üst kavramı ile ifade edilen Gazetecilik, Sinema-Televizyon, Reklam ve Halkla İlişkiler gibi bölümlerde yüksek öğrenim, farklı zamanlarda ülkemizde yarım yüzyıl öncesinde başladığı görülür. Türkiye'de gazetecilik alanı ile başlayan ilk iletişim eğitimi, altmış yıl öncesine dayanmaktadır. 1950'de İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü Yönetmeliğinin Milli Eğitim Bakanlığı'nca onaylanması ile Gazetecilik eğitimi başlar. Enstitü'de başlayan iletişim eğitimi, 1965 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın-Yayın Yüksekokulu ile daha bağımsız bir kimlik kazanır. 1992 yılında Türkiye Büyük Millet Meclisi'nce çıkarılan 3837 sayılı yasa ile Basın Yayın Yüksek Okulları İletişim Fakültelerine dönüştürülür. Günümüzde devlet ve vakıf üniversitelerinde açılan yeni iletişim fakülteleri ile birlikte güzel sanatlar fakültelerinde de iletişimin farklı ana bilim dallarında eğitim verilmektedir. Son yıllarda İletişim fakülte sayılarının artışı fakültenin büyük alt yapı masrafı gerektirmemesine bağlanmakla (Varol ve Alemdar 2007) birlikte ülke genelinde çok sayıda yeni üniversitenin açılması da bir başka etken olarak sayılabilir. Genel olarak yüksek eğitimin sorunları olduğu ve bunu aşmak için uluslararası kriterlerin getirilmeye çalışıldığı ülkemizde, iletişim eğitimi alanı ve bu alandan mezun olanlar için eğitimin yapısı, içeriği ve uygulaması yeniden incelenmeyi kaçınılmaz kılmakta ve bu yönde yapılan çalışmalar ile arayışların olduğu gözlemlenmektedir (Dağtaş ve Kaymas 1998; Mutlu 2000; Özer 2006; Solmaz ve ark. 2012).

Oya Tokgöz'ün (2003), iletişim eğitiminin başlangıcından günümüze tarihsel süreçte geçirdiği değişim ve yenileşmeleri anlattığı, iletişim eğitimi üzerine ortaya koyduğu saptamaları ile derinlemesine sorunlarını incelediği "Türkiye'de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirilmesi" isimli çalışması iletişim eğitiminin geçirdiği süreci anlamak bakımından önemli bir kaynak niteliği taşımaktadır. Gazetecilik/ iletişim eğitimi çerçevesinde bu eğitime yönelmenin

sebepleri ve sonuçlarının betimlendiği çalışmada medya ile gazetecilik/iletişim eğitiminin zorunlu ve/veya gönüllü etkileşimleri sorgulanmış ve eğitimi verenler ile eğitimin içeriği üzerindeki problemler ön kabul olarak değerlendirilmiştir. Türkiye'nin kendi toplumsal gereksinimlerine uygun bir iletişim politikasının olmaması ile iletişim eğitimi arasında doğrudan ilişki kurulan bir başka çalışmada (Uzun 2007) iletişim ve eğitim politikalarının uyumlu hale getirilmesinin sorunların çözümü için acil bir gereklilik olduğu ifade edilir.

Amerika'daki halkla ilişkiler eğitimi ile Türkiye'deki halkla ilişkiler eğitiminin müfredatının karşılaştırıldığı bir çalışmada bu alana ilişkin eğitimin Amerika'ya kıyasla kendi aralarında ortaklık sağladığı, oysa kendi içlerinde ders programlarının çok fazla ortaklık sağlamadığı, mesleğin ara eleman ihtiyacına ve sektörün çeşitliliğine cevap verecek nitelikte olmadığı saptanır (Vural ve Başok 2004). Yine halkla ilişkiler eğitimi üzerine yapılan bir başka çalışmada 2007-2011 yılları arasındaki beş yıllık süreçte iletişim fakültesi sayısının yaklaşık iki kat artarak 52'ye yükseldiği belirlenmiştir. Aynı çalışmada halkla ilişkiler bölümlerinde müfredat olarak zorunlu derslerin seçmeli derslerden daha fazla sayıda olduğu, teorik ve uygulama dersler arasında bir denge olmadığı tespit edilmiştir (Solmaz ve ark. 2012).

Fakülte olma sürecinde yirmi yılı geride bırakan İletişim eğitimine ilişkin tartışmaların kuramsal/uygulama ikilemine dair olduğu görülür. Mutlu (1998), bu eğitim yapısında ne teoriden, ne de pratikten kaçınabileceği vurgusu üzerinde durur. Özer (2006), Ankara örnekleminde haber muhabirleri üzerine yaptığı çalışmada iletişim eğitiminin eleştirel felsefeden dolayısıyla kuramdan uzaklaşmaması gerektiği, sadece uygulama ağırlıklı bir eğitimin eksik kalacağı sonucuna ulaşır. İletişim alanının önde gelen akademisyenlerinden Tokgöz (2003), iletişim eğitimine ilişkin sorunların, bu eğitim alanı ile istihdam eden kurumlar arasındaki ilişkilerin saydam olamamasından kaynaklandığını ileri sürer. Tokgöz, bu nedenle Türkiye'de iletişim eğitimi yönünden 'nasıl bir eğitim, iyi eğitimdir?' sorusuna yanıt bulabilmenin oldukça zor olduğu kaygısı taşır.

İletişim alanı, çoklu kuramsal yaklaşımlarla biçimlenmiş trans-disipliner bir alandır. Gelişen sosyal ve düşünsel ortamların yarattığı ihtiyaç, bu bilim alanın ortaya çıkmasına neden olmuştur. İletişim alanının disiplinler arası olmasının iletişim eğitimine de yansıdığı gözlemlenmiştir. Bazı bölümler, öğrencilerini iletişim profesyonelleri olarak hazırlarken, bazıları araştırma yöntemlerini vurgular. Bazı bölümlerinse pratik ile birlikte teorik çalışmaları dengeleyen bir eğitim yaklaşımı benimsediği görülür (Delwiche ve ark. 2006: 127). İletişim fakültelerindeki her bir bölüm için beklenen öğrenim çıktısı, diğer bölümlerde olduğu gibi, öğrencileri bilişsel, tutumsal ve davranışsal yeterliliğe ulaştırmaktır. ABD'de medya ve iletişim alanında çalışanları yüksek standartlarda tutabilmek için iletişim eğitimi için akreditasyon konseyi ACEJMC (Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communications) oluşturulmuştur. ABD'deki iletişim eğitimi veren üniversiteler eğitiminin geçerli ve güvenilir olduğunu belirlemek için

bu konseye başvurmakta, bu konseyin getirdiği eğitim standartlarını uygulamakta ve değerlendirme kıstaslarına tabi olmaktadır. Günümüzde Birleşik Devletlerde kitle iletişim ve gazetecilikle ilgili 113 program bu konsey tarafından akredite edilmektedir.

İletişim eğitimi için genel prensipler ve konseye üye üniversitelerin ders programları için zorunlu düzenlemeler yapan ACEJMC, iyi bir iletişim eğitiminin nasıl olması gerektiğine ve iletişim eğitimi için olmazsa olmaz zorunlulukları on bir madde halinde sıralar (Chirst 2006: 11):

1. Kanun bilgisi; basın ve yayın kuruluşları ile ilgili kanun ve politikalar, kişilerin hak ve özgürlükleri,
2. İletişim Tarihi; iletişimin biçimlenmesinde kurumların ve profesyonellerin rolüne ilişkin tarihi bilgiler,
3. Farklılıklar; farklı gruplara anlamaya yönelik bilgiler,
4. Üretim ve grafik; bilgi ve imajların sunum ve kullanımında başvurulacak teori ve kavramlara ilişkin bilgiler,
5. Etik; üretim sürecinde ahlaki prensiplere uygunluk ve profesyonel etiğe ilişkin bilgiler,
6. Eleştirel düşünce; yaratıcı ve bağımsız eleştirel düşünceyi geliştirecek gösterimler,
7. Araştırma ve Bilgi Toplama; profesyonel iletişim için bilginin toplanması ve değerlendirilmesi
8. Medya yazımı; mdyanın hizmet ettiği kesimlere uygun biçim ve tarzlarda açıklayıcı ve doğru yazım tekniklerinin öğretimi,
9. Rapor etme ve değerlendirme; gramer, konuşma ve yazmaya ilişkin becerilerin geliştirilmesi,
10. İstatistik; temel matematiksel ve ölçmeye ilişkin yeteneklerin geliştirilmesi,
11. Halkla İlişkiler ve Reklam; çalışma alanlarına uygun iletişim tekniklerinin geliştirilmesi.

Bu sıralanan maddeler, Birleşik Devletlerin iletişim eğitimine ilişkin genel politikalarını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, ülkemizdeki iletişim eğitiminin nasıl olması gerektiğine ilişkin önemli ipuçları da sunmaktadır.

2. DEĞİŞEN DÜNYADA YÜKSEK ÖĞRENİMDE TRENDLER

Çalışmanın başında belirtildiği gibi iletişim süreci hala kaynak-mesaj-hedef-feedback sürecinde işlese de mesajların kodlanması, etkileşim ve kullanılan kanallar günümüzde sınırsız bir özgürlük sunmaktadır. Ya da bir başka açıdan sanal dünyanın kurduğu yeni tahakküm ile özel hayatlar tehdit altında ve mahre-

miyet yeniden sorgulanıyor. Ana akım medyanın tahtının sallandığı bugünlerde eski yöntemlerle yeni yüzyılın öğrencilerine eğitim vermek, sırtını öğrenciye dönüp tahtada formüller yazan bir eğitimci kadar işlevsiz olduğu kabul ediliyor. Çünkü artık eğitim süreçleri, mekan ve zaman sınırlaması olmadan da gerçekleştirilebildiği gibi, öğrenci merkezli eğitim anlayışını gündeme getiriyor. Aslında kapitalizmin ilk aşamasından, günümüz emperyalist döneme dek geçen süreçte, her alanda durmaksızın gelişen teknoloji özellikle dijital teknoloji, tüm dünyayı doğal olarak "üniversite"yi de hem kavram olarak, hem de kurum olarak değiştirmiştir. Günümüzde dijital teknolojinin yarattığı bilimsel ve akademik ortam, üniversiteleri dolayısıyla sunulan eğitimleri, uluslararası kalite standartlarını yakalamaya, uluslararası arenada rekabetçi ve mükemmeliyetçi olmaya ve yine uluslararası akreditasyona zorladığı görülmekte.

Yükseköğretim de küresel bakışın hakim olması, bölgesel üniversite birliklerinin ortaya çıkması, devletin küçültülmesi, yükseköğretime artan taleple birlikte rekabetçi bir ortamın oluşması, yeni trendlerin ortaya çıkmasında temel paradigmalar olarak görülmekte (Aktan 2007). Bunlarla birlikte gelişen teknoloji ve internet devrimi de yükseköğrenimin yapısını dolayısı ile iletişim fakültelerinin eğitim ve öğretim biçimini sorgulamayı beraberinde getiriyor. Güncelleştirilmiş eğitim, piyasa koşulları nedeniyle ülkenin ekonomik sistemine bağlı olarak eğitimi talep edenler tarafından bugün çok daha önemli bulunuyor.

Bu çerçevede 2009'da gerçekleştirilen UNESCO Yüksek Öğrenim Dünya Kongresinde (Altbach ve ark. 2009) yükseköğrenimdeki küresel trendler teknolojide yenilikler ve eğitimde sınırların kalkması kapsamında tartışılır. Profesyonel eğitime artan ilgi, yaşam boyu eğitim, yüksek öğrenimin özelleşmesi, nitelikli ve sorumlu bir eğitim beklentisi bu değişimlerin sadece önemli birkaç başlığı olarak sıralanır. Yükseköğretimdeki yeni trendler incelendiğinde alandaki günümüz eğilimler aşağıdaki başlıklarda sunulmaktadır (Aktan 2007). Buna göre;

- Yükseköğretimde piyasa yönelimli reformlar,
- Yükseköğretimde eğitimin uluslar arasılaşması: sınır ötesi yükseköğretim ve uluslararası akademik hareketlilik,
- Yükseköğretim sisteminin harmonizasyonu
- Kalite güvence sistemlerinin ve akreditasyon uygulamalarının yaygınlaştırılması
- Girişimci üniversite yönetim modeli
- Hesap verme sorumluluğuna dayalı üniversite özerkliği
- Paydaşlarla işbirliği ve sosyal sorumluluk
- Yaşam boyu öğrenme
- Öğrenci merkezli eğitim ve e-eğitim

- Disiplinler arası ve çok disiplinli yaklaşıma yönelme
- Bilgi ve iletişim teknolojileri
- Üniversite-endüstri bağlantısı

Bu sıralanan değişim ve eğilimler, yeni yüzyılın eğitime bakışına ilişkin yaklaşımlar olarak belirtiliyor. Elbette bu yaklaşımların makro düzeyde kurumsal üniversite yapısı olarak düşünülmesi gerekmekle birlikte, mikro düzeyde eğitim sistemindeki değişimlerin fakülteler ve buna bağlı olarak bölümler bazında ele alınması zorunludur. ÖSYM 2013 tercih rehberine göre, 48 farklı devlet ve vakıf üniversitesinde bulunan iletişim fakültelerine öğrenci alınmaktadır (bkz. Ek 1). 2013 Eğitim-öğretim döneminde Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ve Kırgızistan Manas Üniversitesi dahil iletişim fakülteleri sadece RTS/ST bölümlerine 2500'ü aşkın öğrenci kayıt yaptıracak. Bu sadece tek bir bölüm için düşünüldüğünde oldukça yüksek olmakla birlikte, diğer bölümlerdeki öğrenci kontenjanları ile bu rakamın üç katıyla karşılaşılması muhtemel. "Kontenjan sayıları gerçekten medya sektörünün bu kadar uzmana, Türkiye'nin bu kadar çok iletişim eğitimi alan bireylere ihtiyacı var mı?" sorusunu zihinlere getiriyor.

Yaşadığımız yüzyılda bilginin üretilmesinde ve yaygınlaştırılmasında rekabetçi bir ortam oluşmuş, bu da üniversite eğitiminin tanımını ve işlevini değiştirirken kitlesel bir niteliğe bürünmesine neden olmuştur. Bu kitlesellik ve rekabet, yüksek öğrenimi ekonominin doğrudan muhatabı haline getirmiştir. Bütün bunlarla birlikte Yükseköğrenimin devletle, piyasa ve 'sivil toplum' ile ilişki sistematiği büyük ölçüde değişmiştir. Kurul'un (2010) devletin yapısı ve üniversiteler üzerindeki etkileri ile üniversitenin piyasa ile ilişkilerinin nasıl biçimlendiği ve dönüştüğü hakkındaki çalışması üniversiteler, devlet ve piyasa üçgenine ilişkin önemli ipuçları sunmaktadır. Neo-liberal politikaların yükseköğrenimde pragmatik bir dönüşüm yaşattığı eleştirilerinin yer aldığı Kurul (2010)'un çalışmasında, bilimsel topluluğun çalışma değerlerinin değişim yaşadığı yorumu getirilmiştir.

Yükseköğrenimin değişen yapısına ilişkin çok sayıda eleştiri ve değerlendirme bulunmakla birlikte bu çalışmanın temel amacı yükseköğrenimdeki trendlerin olumlu ya da olumsuz yönlerini eleştirmek olmayıp, bu trendlerin iletişim eğitimine uyumluluğunu incelemektir. Bu kaygılarla ele alınan çalışmada ülkemizdeki İletişim fakültelerinin bu değişimi ne kadar benimsediği sorgulanarak Türkiye'deki iletişim eğitimine ilişkin genel bir perspektif sunulmuştur.

3. ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ

3.1. Araştırmanın Amacı

İletişim eğitimi her eğitim dalı gibi, üzerinde değerlendirmelerin sonlanmayacağı ve her dönemde yeniden düşünülmesi gereken aktif bir alandır. Çünkü iletişim eğitimi, teknolojiden, siyasi ve sosyal süreçlerden soyutlanamayacak birçok etkiyi içinde barındırır. Son yıllarda Türkiye'de iletişim fakülteleri kurulma oranı

artmış, 2009 yılında 38 olan iletişim fakültesi sayısı, 2013 yılında toplam 52'ye ulaşmıştır. Bu niceliksel artış, nitelik konusunun gündeme getirilmesine neden olmuştur. Nicelik ve nitelik tartışmasında belki de en önemlisi "çağdaş eğitim ve öğretim anlayışına uygun iletişim mezunları verilebiliyor mu?" sorusunun cevaplanması zorunluluğudur. Bu nedenle çalışmanın temel amacı, yükseköğretimde yaşanan değişimler ile ortaya çıkan trendlerin, iletişim eğitiminin var olan yapısına ne kadar yansıdığının değerlendirmesini yapabilmektir.

3.2. Araştırmanın Önemi

Bu çalışma ile yükseköğrenimdeki yeni trendler ve değişimin, iletişim fakültelerine ne kadar yansıdığını ortaya koyacaktır. Araştırma konusunda beklenen yararlar özellikle yeni yapılanacak fakülteler açısından önemli görülmekle birlikte, var olanların bu kaygılarla revize edilmesinde bir görüş sunacağı inancı taşımaktadır. Bu nedenle yapılan bu araştırma ile iletişim fakültelerinin eğitim yönelimlerine betimsel öneriler ortaya konulabilecektir.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın soruları içerik çözümlemesi yöntemi ile ortaya konulmuştur. Araştırma kapsamında 2013 ÖSYM kılavuzunda lisans düzeyinde öğrenci alan iletişim fakülteleri belirlenmiş ve tasarlanan analiz formu ile öğrenci kabul eden bu fakültelerin web siteleri incelenmiştir. Web siteleri profesyonel biçimde düzenlenirse önemli bir bilgi kaynağı olabilmektedir. Günümüzde bilgiye ulaşmada ve bilginin dönüşümünde web siteleri önemli ortamlar olarak kabul edilmektedir (Kent ve ark. 2003). Web sayfaları kurumlara bütün dünyaya anında ulaşmak için çok önemli bir ortam sunmaktadır. Hedef kitleyi genişletmek, sadece ulusal değil uluslararası düzeyde öğrenci ve akademisyene ulaşmakta web kullanımı önemli olmaktadır. Elbette web sitelerinin oluşturulması kültürel yapı ile doğrudan bağlantılı olup, hangi sekmelere yer verildiği bu kapsamda düşünülmelidir (Callahan 2006). İletişim eğitimin temel amacı iletişim becerilerini kazandırmak olarak kabul edilirse, İletişim fakültelerinin web aracılığıyla hedef kitlesi ve paydaşları ile iletişim kurmayı ne kadar önemsediği önemli görülmelidir. Yükseköğrenimdeki güncel eğilimlerin web temelli eğitim ve iletişim yönünde olması (Altbach 2009: 118) nedeni ile analiz ortamı olarak bilgi sağlama amacı ile web siteleri kullanılmıştır. Araştırmanın amacına ulaşabilmesi ve genel bir değerlendirme yapılabilmesi için, devlet ve vakıf üniversitelerinin tamamındaki toplam 48 iletişim fakültesi web sitesi analize dahil edilmiştir.

3.4. Veri Toplama Aracı

Taramayı gerçekleştirmek için "İletişim Fakülteleri web site içerik analiz formu" (Ek 2) geliştirilmiştir. Analiz formunu geliştirebilmek için öncelikle İletişim Fakültelerinin web sayfaları incelenmiştir. Bu bağlamda elde edilen veri setine göre, "Bilgi sağlama", "Atölyeler", "Bağlantılılık", "Fakülte yayınları" ve "Uluslararasılık" olmak üzere beş ayrı ana sınıflandırma yapısı oluşturulmuştur.

Ayrıca yükseköğrenimdeki yeni eğilimlere uyumluluğu ya da eksikliklerinin kritiğinin yapılabilmesi için veri elde etme amaçlı maddelerde alt sınıflandırma yapılarına eklenmiştir. Her bir madde güncel eğitim yaklaşımlarında bir fakültede bulunması öngörülen yapıları ifade etmektedir. Sınıflandırma ve alt sınıflandırma yapılarının web analiz formuna neden yerleştirildiği ve elde edilen cevapların araştırmanın hangi sorularına cevap verdiğine ilişkin açıklamalar bulgular ve yorum başlığa altındaki bölümde açıklanmıştır.

3.5. Sınırlılık

Araştırma sürecinde karşılaşılabilecek en önemli sınırlılığın web sitelerinin güncellenmemesi nedeniyle yaşanabileceği kabul edilmiştir. Gerçek düzlemdeki iletişim fakültelerinin web üzerinde görünürlük kaygısı taşımaması ve bilgileri güncellememesi ilgili fakültelere ilişkin eksik bilgilere ulaşılabileceği sonucunu da doğurabilecektir.

3.6. Araştırmanın Soruları ve Analiz

İletişim fakültelerinin yüksek öğrenimdeki trendlere göre değerlendirildiği bu çalışmada aşağıdaki soruların cevaplarına ulaşılması hedeflenmiştir;

1. İletişim eğitiminde Yükseköğrenimin yeni trendlerinden uluslararasılaşma eğilimi ne derece uygulanmaktadır?
2. Erasmus, Farabi ve diğer hareketlilik programları web sitelerinde önceleniyor mu?
3. AKTS yapısını kaç fakülte oluşturabilmiş?
4. İletişim fakültelerinin paydaşları ile ilgili çalışmaları bulunmakta mı?
5. İletişim fakültelerinde girişimcilik düzeyi nedir?
6. Öğrenci merkezli bir öğretim anlayışı İletişim fakültelerinde benimsenmiş midir?
7. Sürekli eğitim anlayışı ve uzaktan eğitim yapısı iletişim fakültelerinde ne oranda gerçekleştirilmekte?
8. Türkiye'deki Devlet ve vakıf üniversiteleri arasında iletişim fakültelerinin küresel yükseköğrenim eğilimlerini benimseme ve uygulama bakımından anlamlı bir fark ya da benzerlikler var mıdır?

Bu soruların cevabının web sayfaları üzerinden araştırıldığı çalışmaya ilişkin veri toplam süreci 10-17 Eylül 2013 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. YÖK sistemine kayıtlı ve 2013 yılında öğrenci alan 27 devlet ve 21 vakıf üniversitesinin iletişim fakültesi web sayfaları üç farklı araştırmacı tarafından çalışmanın güvenilirliğini sağlamak amacıyla farklı zaman ve ortamlarda değerlendirilmiştir. Çalışma, araştırma amaçlarına uygun tarama modeli kullanılarak yapılmıştır. Tarama modeli var olan mevcut bir durumu değiştirmeden var olduğu biçimi ile betimlemeyi amaçlamaktadır (Karasar 1998: 77). Verilerin çözümlenmesinde ta-

nımlayıcı istatistiğin yöntemlerinden olan sıklık ve yüzdelik değerleri kullanılmıştır

4. BULGULAR VE YORUM

Küreselleşme düşünsel, ekonomik ve siyasi yapıları etkilediği gibi eğitim yapısını da dönüşüme uğratmıştır. 2000'li yılların başından itibaren artan özelleştirme politikaları yükseköğrenime de yansımış, sosyal devlet anlayışı geçerliliğini yitirirken kamu hizmeti olarak algılanan yükseköğrenim yarı-kamu hizmeti haline dönüşmüştür. Neredeyse tüm dünyada yükseköğrenim hizmeti piyasalar tarafından sunulmaya başlanmıştır (Aktan 2007). Yükseköğrenimin bu yeni yapısının dışında kalmak, eğitim talebinde olanların tercihlerini bu yeni sisteme uyumlaştırmış yapılara yönelmesi sonucunu doğurması kaçınılmaz olacaktır.

Yükseköğrenimdeki yeni trend ve yaklaşımlar yukarıda belirtildiği gibi, üç ana başlık altında toplanabilmektedir (Aktan 2007):

1. Yükseköğrenim hizmetinin sunumu ve finansmanında değişim,
2. Yükseköğretim kurumlarının yönetimi alanında değişim,
3. Eğitim, öğretim ve öğrenme metodolojilerinde değişim.

Çalışma sürecinde elde edilen bulgular bu başlıklar kapsamında değerlendirilmiştir.

4.1. Yükseköğrenim Hizmetinin Sunumu ve Finansmanında Değişim

Slaughter tarafından, yüksek öğretimdeki piyasa yönelimli eğilimler 'Akademik Kapitalizm' kavramı ile tanımlanmıştır. Akademik kapitalizm, üniversiteleri piyasa mantığına ve egemenliği altındaki tutum ve davranışlara çeken rejim olarak açıklanır (Slaughter ve Rhoades 2004: 37). Akademik kapitalizm bakış açısına göre, üniversiteler toplum ve insanlık yararına bilgi üretme ve yayma biçiminde tanımlana gelen geleneksel misyonlarını 'sermayenin gereksinimlerine göre uyarlanan/oluşturulan bilim üretme ve eğitim vermeye; akademik özerklik kavramını ise 'üniversitelerin bir işletme gibi kendi kendilerini finanse etmesi' algısına dönüştürmektedir (Yücebalkan ve ark. 2010)

Finansmanındaki değişimler makro politikalar olarak kabul edilmekle birlikte vakıf üniversiteleri bu değişimlere uyarlanmıştır. Üniversitelerin piyasaya göre biçimlenmesi ve finansmanı konusu apayrı bir inceleme alanı olup, bu konular çalışma dışında bırakılmıştır. Çalışmadaki iletişim eğitimi açısında bu başlık altındaki en önemli konu, Yükseköğretimde eğitimin sunumu, yani uluslararasılaşması ve dolayısıyla uluslararası akademik hareketlilik, yükseköğretim sisteminin harmonizasyonu, kalite güvence sistemlerinin ve akreditasyon uygulamalarının yaygınlaştırılması başlıklarıdır.

Bu nedenle, iletişim fakültelerinin yurtdışı bağlantılılığını ve değişim programlarına verdikleri önemi belirleyen yapıları belirlemek için web analiz formunda "Uluslararasılık" sınıflandırma yapısı oluşturulmuştur. Bu sınıflandırma yapısının altında ise, akreditasyon, AKTS (ECTS), dil seçeneği, Erasmus, Farabi, Mevlana ve yurtdışı bağlantılık alt sınıflandırmalar oluşturulmuştur. Özellikle değişim programları ve uluslar arası bağlantılar ile Avrupa Kredi Transfer Sistemine dahil olmak, yükseköğrenimin en önemli eğilimleri olarak kabul edilmektedir. Bilindiği gibi, Avrupa Birliği ülkelerinde uygulanan yükseköğretim sistemlerinin arasında uyum sağlanmasına yönelik olarak 1999 yılından bu yana sürdürülen Bologna süreci yükseköğrenimin çağdaş eğitim anlayışına uyarlanma ve Avrupa'yı dünyanın en rekabetçi bilgiye dayalı ekonomik gücü haline getirme sürecidir. 45 ülkenin üye olduğu Bologna sürecine Türkiye 2001 yılında katılmış olup, bu sürece ilişkin altı hedefe ulaşmayı izleyen eylemlere ilişkin YÖK'e bağlı üniversiteler tarafından çalışmalar sürmektedir. Bu kapsamda, web analiz formunda "Uluslararasılık" sınıflandırma yapısına ilişkin elde edilen veriler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. "Uluslararasılık" Sınıflandırma Yapısının Verileri

	Devlet Ünv. (N=27)		**Vakıf Ünv. (N=21)**		**Toplam (N=48)**	
	Sıklık	**%**	**Sıklık**	**%**	**Sıklık**	**%**
Akreditasyon	-	-	-	-	-	-
AKTS(ECTS)	14	%51	9	%42	23	%47
Dil seçeneği	16	%59	14	%66	30	%62
Erasmus	14	%51	10	%47	24	%50
Farabi	8	%29	-	-	8	%16
Mevlana	4	%14	-	-	4	%8
Yurtdışı bağlantılılık	5	%18	10	%47	15	%31

Akreditasyon: Akretide olmak, bir kurumun veya bir kurumca yürütülen programın yetkili bir akreditasyon kurulunca o alan için belirlenmiş olan eğitsel kalite standartlarını sağlamış veya aşmış olması demektir. Ülkemizde iletişim fakültelerinde verilen iletişim eğitim ve öğretiminin geliştirilmesi, asgari kalite standartlarına uyumunun sağlanması amacıyla belirlenecek ulusal standartların belirlenmesine ilişkin henüz bir akredite kurulu oluşturulmamıştır. Buna rağmen özellikle vakıf üniversitelerinde yurtdışı bağlantıları nedeniyle farklı akredite komisyonlarına bağlantıları olabileceği varsayımı ile web analiz formuna bir sormaca eklenmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular bize akreditasyona ilişin bir veri sunmamıştır. Ülkemizdeki 48 İletişim fakültesinden hiçbirinin akreditasyona ilişkin bir çalışma yaptığı gözlemlenmemiştir. Oysaki uluslararası eğilimlerde

akreditasyon eğitimin güncellenmesi çok büyük önem taşımaktadır. Ülkemizde iletişim eğitimini akredite edecek bir konseyin bulunmaması, fakültelerin kendilerin akredite etme zorunluluğunu ihmal etmesine neden olabilmektedir. Bununla birlikte, 21. İletişim Fakülteleri Dekanlar Toplantısı (Atatürk Üniversitesi 27-29 Nisan 2013) sonuç bildirgesinde akreditasyona ilişkin bir komite kurulması kararının alındığı görülmektedir. (1)

AKTS (ECTS): Bologna sürecinin altı hedefinden birisi üye ülkelerin tamamında transfer edilebilir kredi sisteminin yani AKTS (ECTS)'yi kurabilmektir. Avrupa Kredi Transfer Sistemi ile eğitimini Bologna sürecine katılan ülkelerdeki üniversitelerden eğitim alan kişilerin herhangi bir zamanda derece kazanmak istediklerinde aldıkları kredilerin onaylanması imkanına sahip olabilecekler (Aktan 2007). Bu da eğitim anlayışının uluslararası boyuta taşınma anlamına geldiği gibi, eğitimini Türkiye'de başlayan bir kişinin üye ülkelerden herhangi birinde devam edebilmesi ve tamamlaması esnekliğini sağlıyor. Bu nedenle yükseköğretimdeki trendleri yakalayabilmek için AKTS'e iletişim fakültelerinin uyguluyor olması idealize bir beklenti olmasa gerek. Ancak incelenen tüm İletişim fakültelerinde sadece % 47,9 bölümünün AKTS tanımladığı bulgulanır. Bunlardan 27 devlet üniversitesinden 14'ü AKTS'i tanımlamışken (% 51), vakıf üniversitelerinin % 42 ile daha düşük oranda bu sistemi kurduğu görülmektedir.

Dil seçeneği: Fakülte web sayfalarında dil seçeneğinin bulunması ve alt sayfaların buradaki seçeneğe göre yayınlanmış olması kurumun hedef kitlesini genişletme isteğini gösterir. Çalışmada devlet üniversitelerindeki iletişim fakültelerinin % 59 oranında dil seçeneğine yer verilirken, vakıf üniversitelerinde bu oran %66 olarak bulunmuştur. Web sayfalarının farklı dil seçenekleri ile bilgileri sunması uluslararası bağlantılılık açısından çok önemlidir. Bu nedenle çalışmada bu oranın özellikle vakıf üniversiteleri açısından %100 olarak bulunması öngörülmüştü. Ancak vakıf üniversitelerinde 7 fakültede dil seçeneği sekmesi bulgulanmamıştır.

Yüksek öğretim programlarında hareketlilik yeni eğilimlerin bir başka boyutu olarak incelenmesi gereken bir alandır. Avrupa yükseköğretim alanı yükseköğretimden sorumlu eğitim bakanları konferansı bildirgesi olarak bilinen, Bergen deklarasyonunda (20 Mayıs 2005) hareketlilik bir alt başlık olarak verilir. Bu deklarasyonda hareketliliğe ilişkin "*Hareketliliğin önündeki engelleri kaldırmak yönündeki çabalarımızı vize ve çalışma izni verilmesinin kolaylaştırılması ve hareketlilik programlarına katılımın teşvik edilmesi şeklinde yoğunlaştıracağız. Bu programlar çerçevesinde yurt dışında yapılan çalışmaların tanınmasını savunarak, kurumların ve öğrencilerin hareketlilik programlarından tam olarak yararlanmalarına çalışmaktayız.*" ifadeleri kullanılır. UNESCO'nun yükseköğrenimdeki trendlere ilişkin yayınladığı raporda (Altbach ve ark. 2009: 165) günümüz yükseköğrenimindeki en önemli değişimin hızlı bir globalleşme sürecinde olduğu bildirilirken, artan öğrenci ve akademik hareketliliğin eğitimde sınırları kaldırdığını ve yükseköğrenimde günümüzde en önemli değişimin akademik programlar arasındaki farkların artık

daha az belirgin olduğu ifade edilir. Bu raporda Future Trends başlığında verilen hareketliliğin şu anda 2,5 milyon öğrenci ile sınırlı iken 2020 yılında bu rakamın 7 milyonu aşacağı kaydediliyor. Bu nedenle Erasmus, Farabi, Mevlana programlarının ne kadar fakültelerde öncelediğini belirlemek amacıyla web analiz formuna bu sormacalar yerleştirilmiştir. İletişim fakültelerinde kültürlerarası etkileşim, farklı akademik ortamlar görmek ve deneyimlemek diğer programlardan belki de daha önemli görülmelidir. Ancak Erasmus, Farabi ve Mevlana programlarına ilişkin elde edilen verilerin oldukça düşük olduğu görülmektedir (Tablo 1).

Erasmus: Erasmus programı, Avrupa Birliği'ne üye ya da aday ülkeler arasındaki yükseköğretim kurumlarının birbirleri ile işbirliği yapmalarını teşvik etmeye yönelik bir Avrupa Birliği programıdır. Gerek öğrencilerin, gerekse öğretim elemanlarının değişim anlaşmaları ile yapacakları işbirlikleri eğitim ve öğretim düzeyinde uluslararası olmanın bir yönü olarak yorumlanabilir. 1987 yılından beri devam eden bu programın üniversitelerimizdeki iletişim fakültelerinin tamamında yaygınlaşmış olması beklenirken, bu sayıların devlet ve vakıf üniversitelerinde % 50 oranında olduğu görülmektedir.

Farabi: "Farabi Değişim Programı" 2008 yılından itibaren uygulanmaya başlayan ülkemizdeki yükseköğretim kurumları arasında öğrenci ve öğretim üyesi değişim programıdır. Öğrenci ve öğretim elemanlarının bulundukları üniversiteler dışındaki üniversitelere belirli sürelerde değişimini öngören programın, incelenen iletişim fakültelerinde sadece devlet üniversitelerinde yer verildiği görülmektedir. Bu oran ise % 29 oranındadır.

Mevlana: "Mevlana Değişim Programı" yurtiçinde eğitim veren yükseköğretim kurumları ile yurtdışında eğitim veren yükseköğretim kurumları arasında öğrenci ve öğretim elemanı değişimini gerçekleştirmeyi amaçlayan Ağustos 2011'den itibaren uygulanmaya başlayan bir programdır. Oldukça yeni olan bu programın belki benimsenmesi zaman alacaktır. Bu nedenle çalışmada elde edilen verilere göre sadece 4 devlet üniversitesi iletişim fakültesinde Mevlana programına ilişkin sekme tespit edilmiştir. Toplam içinde oran %8 olmuştur.

Yurtdışı bağlantılılık: Çalışmada değişim programları dışında fakültelerin ikili anlaşmalarının olup olmadığına da bakılmıştır. Bu kapsamda 5 devlet üniversitesi, 10 vakıf üniversitesinin iletişim fakültesinin yurtdışı bağlantılarının olduğu belirlenmiştir. İki farklı vakıf üniversitesinin yurtdışı üniversitelerle ortak programlar yürüttükleri gözlemlenen analizde, yurtdışı bağlantılılık toplamda % 31 oranında olmuştur.

Yükseköğrenimde hizmet sunumlarında hareketlilik ön planda tutulurken, iletişim fakültelerinin daha içine kapanık klasik bir anlayışla eğitim verdikleri tespit edilmiştir.

4.2. Yükseköğretim Kurumlarının Yönetimi Alanında Değişim

Günümüzde yükseköğrenimde yönetim alanında Girişimci Üniversite Modeli benimsenmekte. Üniversite kurum olarak, tarihsel süreçte üç farklı üniversite yapısının ortaya çıkışı ve birbirine dönüşümü üzerinde durularak tanımlanmaktadır. Bu üç aşama: 1-Ortaçağın Kilise Merkezli Üniversitesi, 2-Ulus Devletler Dünyasının Üniversitesi (Humbolt Üniversitesi) ve 3-Bilgi Toplumu Üniversitesi (Multiversite Girişimci Üniversite) biçiminde sınıflandırılmaktadır (Tekeli 2003). Girişimci Üniversite, beşeri kaynak oluşumu ve araştırma gibi geleneksel akademik işlevlerin yanı sıra, üçüncü işlev olarak, teknoloji transferi, yenilik, ekonomi ve topluma katkıda bulunmayı da üniversitenin görevleri arasında tanımlamaktadır (Martin ve ark. 2000: 28). Girişimci Üniversite modelinde üniversitenin tüm çalışanları ile birlikte girişimci bir ruha sahip olması ifade edilir. UNESCO 2009 yılında düzenlenen Dünya Eğitim Kongresi sonunda yayınladığı raporda girişimciliğin üniversitelerin kendi kaynaklarını üretmeleri açısından önemli olduğunu belirtirken, artık dünyadaki üniversitelerin önemli bir kısmının kendi kaynaklarını kendinin yarattığını ve bunun için uğraş verildiği ifade edilir. Bilgi temelli ekonominin artması, yükseköğrenime talebin yükselmesi, globalleşme ve elbette liberalleşmedeki yükseliş üniversitelerin finansman sorununu kendilerinin çözmesini zorunlu hale getirmektedir (Altbach 2009: 68-69). Üniversitelerdeki girişimcilik yaklaşımı fakültelerde kendi alanlarına ilişkin bilginin üretime katılması ve öğrencilere deneyim kazandırmak amacı ile kurulan atölye ve laboratuarlar olarak yorumlanırken, uygulama atölyeleri aynı zamanda öğrenci merkezli eğitim anlayışı sonucu yapılandırılan fakültelerde görülebilir.

Yükseköğretim kurumlarında yönetim alanında görülen değişimler girişimciliği ve piyasa yönelimli eğilimleri ön plana çıkarmaktadır. Fakültelerin bulundukları yöredeki işbirlikleri ve yaptıkları ortak çalışmaları girişimcilik olarak yorumlanabilir. Bu amaçla çalışmada fakültenin işbirliği ya da sektöre katkısına ilişkin veriler elde etmek için Atölyeler sınıflandırma yapısı oluşturulmuştur. Bu sınıflandırma yapısında İletişim fakültelerinde gerek verilen dersler, gerekse sektör uygulamalarına yönelik olarak önemli görülen atölyeler sorgulanmıştır. Tablo 2'de iletişim fakültelerinde olması öngörülen atölyeler alt sınıflandırma yapıları değerlendirilmiştir.

Buna göre iletişim fakültelerinin % 50'sinde televizyon stüdyosu ve uygulama gazetesi bulunmakta, % 64 oranında ise radyo stüdyosunun bulunduğu tespit edilmiştir. Bunların dışında en fazla kurulan atölye haber merkezi/ajansı olduğu gözlemlenmiş ve bu atölyenin iletişim fakültelerinde bulunma frekansı ise % 37 olmuştur. Buna göre 48 iletişim fakültesinden 31 fakültede radyo stüdyosu, 24'ünde televizyon stüdyosu bulunduğu bulgulanmıştır. 24 iletişim fakültesinde basılı olarak uygulama gazetesi yayınlandığı, %10 oranında ise web yayıncılığı yapıldığı görülmüştür. Focus grup atölyesi, mac uygulama laboratuarı, karanlık oda, multimedia laboratuarı, web yayıncılık gibi birimler ise fakültelerde % 10 oranında bulunmuştur.

Tablo 2. "Atölyeler" Sınıflandırma Yapısının Verileri

Atölyeler	**Devlet Ünv. (N=27)**		**Vakıf Ünv. (N=21)**		**Toplam (N=48)**	
	Sıklık	**%**	**Sıklık**	**%**	**Sıklık**	**%**
CATI laboratuarı	-	-	1	%4	1	%2
Focus grup atölyesi	1	%3	2	%9	3	%6
Fotoğraf atölyesi	5	%18	6	%28	11	%22
Haber ajansı/merkezi	13	%48	6	%28	18	%37
Halkla ilişkiler atölyesi	8	%29	2	%9	10	%20
Karanlık oda	1	%3	2	%9	3	%6
Kurgu odası	4	%14	7	%33	11	%22
Mac uygulama laboratuarı	1	%3	3	%14	4	%8
Masa üstü yayıncılık uygulama atölyesi	3	%11	2	%9	5	%10
Multimedia laboratuarı	1	%3	3	%14	4	%8
Radyo stüdyosu	17	%62	14	%66	31	%64
Reklam atölyesi/ajansı	9	%33	2	%9	11	%22
Sinema atölyesi	7	%25	2	%9	9	%18
Tasarım atölyesi	7	%25	5	%23	12	%25
Televizyon stüdyosu	12	%44	12	%57	24	%50
Uygulama gazetesi	16	%59	8	%38	24	%50
Web yayıncılık uygulama birimi	1	%3	4	%19	5	%10

Tablo 2'de gösterilen verilere göre iletişim fakültelerinde iletişim eğitimi açısından önemli olduğu düşünülen uygulama birimlerinin %90 oranında iletişim fakültelerinde bulunmadığı bulgulanmıştır. Bu verilere fakültelerin girişimcilik düzeyi olarak bakıldığında % 10 altında kalan birimler için oldukça düşük bir girişimcilik yapısı olduğu yorumu yapılabilir. 24 iletişim fakültesinde televizyon stüdyosu, 37 fakültede kurgu odası, 17 fakültede radyo stüdyosu gibi iletişim fakültelerinin temel ortamlarının olmadığı gözlemlenmiştir. Yine kurulum maliyeti bakımından daha düşük olan halkla ilişkiler atölyesi %20 oranında sadece 10 fakültede bulunurken, reklam atölyesi ise %22 oranında 11 fakültede bulunmaktadır. İletişim fakültelerinin %80'inde bu atölyelerin yer almadığı görülmüştür. Bu değerler, hem fakültelerin girişimcilik yapısının henüz oluşmadığı yorumu yapılmasına neden olurken, hem de eğitimde uygulamanın önemli olduğu ileti-

şim fakültelerinde bunun gerçekleşme oranın da düşük olduğu gözlemlenmiştir. Vakıf Üniversiteler Birliği vakıf üniversitelerinin tercih edilme nedenleri arasına "uygulamaya dayalı eğitim" başlığına yer vermiştir (2). Bu nedenle uygulamalı eğitime daha çok önem vereceği düşünülen ve girişimci olarak kabul edilen vakıf üniversitelerinin devlet üniversitelerinden daha fazla atölye ve uygulama alanına sahip olabileceği beklenir. Ancak çalışmada vakıf üniversiteleri ile devlet üniversiteleri arasında atölyeler sınıflandırma yapısında anlamlı farklar olmadığı gözlemlenmiştir.

Yükseköğrenimin yönetim yapısındaki değişimler, girişimciliği gündeme getirirken paydaşlarla işbirliğini de zorunlu kılar. Paydaşlar Üniversite ile etkileşime giren, halen etkileşimde olan tüm kişi, kuruluş ve toplumsal birimler olarak kabul edilir. Paydaşlar üniversitenin faaliyetlerinden etkilenen ve kendi faaliyetleri ile üniversiteyi etkileyen toplumsal taraflardır. Paydaş görüşleri, eğitim amaçları ve program yeterlilikleri belirlenirken, programın içerik ve yapıları güncellenerek, ders planları oluşturulurken en önemli girdilerden birisi olarak kabul edilir (Kayıkçı 2012). Bu amaçla web analiz formuna "Bağlantılılık" sınıflandırmasına, fakültelerin paydaşlarından kabul edilen meslekle ilgili birimler, eğitimle ilgili birimler, mezunlar alt sınıflandırması eklenmiştir. Paydaşlara web sitesinde yer vermek ya da link uzantılarını bulundurmak fakültenin bağlantılarını yorumlamak açısından önemli görülmüştür. Bağlantılılık çalışmada paydaşlara ne kadar yer verildiğini belirlemekte kullanılmıştır. Ülkemizdeki tüm iletişim fakültelerinin web sitelerini analiz ettiğimiz çalışmada bağlantılılıkla ilgili veriler Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3. "Bağlantılılık" Sınıflandırma Yapısına İlişkin Veriler

	Devlet Ünv. (N=27)		**Vakıf Ünv. (N=21)**		**Toplam (N=48)**	
	Sıklık	**%**	**Sıklık**	**%**	**Sıklık**	**%**
Eğitimle ilgili birimler	6	%22	5	%23	11	%22
Meslekle ilgili birimler	5	%18	5	%23	10	%20
Mezunlar	9	%33	5	%23	14	%29
Sosyal paylaşım siteleri	5	%18	5	%23	10	%20

İletişim fakülteleri web sitelerinde paydaşlara yer verme oranı toplamda %20 ila %30 arasında olmuştur. Devlet üniversitelerindeki toplam 27 iletişim fakültesinden 6'sı benzer iletişim fakültelerine bağlantı linki verirken, bu sayı 21 vakıf üniversitesinde 5 olarak bulgulanmıştır. İletişim mesleği ile ilgili kurum ve kuruluşlara verilen bağlantılık sayısı her iki fakülte yapısında da aynı tespit edilmiştir. İletişim fakültelerinin en önemli paydaşları olan mezunlara web sitelerinde veri-

len yer ise %29 oranında olmuştur. Yeni medya ortamı olan sosyal ağlar ise iletişim fakültelerinde % 20 oranında bulunmuştur.

Tablo 2 ve Tablo 3'de gösterilmiş olan verilere göre yükseköğrenimin yönetsel yapısındaki değişimlere iletişim fakültelerinin girişimcilik düzeyi olarak ortalama bir yapı sergilediği bulgulanır. Ancak gerek mesleki, gerekse eğitime yönelik paydaşların web sitelerinde bağlantılık oranı ise oldukça düşük bulgulanmıştır.

4.3. Eğitim, Öğretim ve Öğrenme Metodolojilerinde Değişim

İletişim fakültelerinde teorik bilginin yanında uygulamanın yapılması öğrenme süreci için çok önemlidir. Günümüz yükseköğrenim trendlerine bakıldığında eğitim, öğretim ve öğrenme metodolojilerinde paradigma değişimi yaşandığı görülür. Buna göre eğitim ve öğretimde;

- Yaşam boyu öğrenme
- Öğrenci merkezli eğitim ve e-eğitim
- Disiplinler arası ve çok disiplinli yaklaşıma yönelme ve yabancı dil bilgisi
- Bilgi ve iletişim teknolojileri

Başlıkları yeni yapısal değişimler olarak görülmektedir. Dünyada teknolojide yaşanan hızlı değişimle birlikte eğitimde çok boyutlu düşünme önem kazandı. Bu nedenle öğrenci merkezli eğitim ile eğitim süreçleri zaman ve mekandan bağımsız biçimde ele alınmaktadır. Çalışmada iletişim fakültelerinde disiplinler arası ve çok disiplinli yaklaşıma yönelme ve yabancı dil bilgisi ile bilgi ve iletişim teknolojileri başlıkları ihmal edilmiştir. Çünkü bu soruları cevaplamak için tüm iletişim fakültelerinin müfredat içeriklerinin incelenmesi gerekir ki, bu başlık ayrı bir çalışma konusu düzeyindedir. Çalışmada, bu başlık altındaki konulardan öğrenci merkezli eğitim ve e-eğitim uygulamalarının bulgularına ulaşılmaya çalışılmıştır.

AB Komisyonu en son yayınladığı Eğitim Stratejisini Yeniden Düşünmek (Rethinking Education Strategy) Raporu'nda AB genelinde işsizlik oranının %23'lere çıktığına, ancak aynı zamanda 2 milyon civarında da istihdam bekleyen iş alanının olmasına dikkat çekmektedir. Bu rakamlar eğitim modellerinin yeniden düşünülmesi gerektiğini öngörmektedir. Buna göre eğitimde kökten bir değişim önerilmekte, "öğrenme kazanımları, bilgi, beceri ve yetkinliklere dayalı bir eğitim" modeli tavsiye edilmektedir. (3)

Özellikle günümüz çağdaş eğitim anlayışında öğrenci merkezli eğitim anlayışı öncelenmektedir (Birol 2004; Özden 2005). Öğrenci merkezli yaklaşımların temelinde öğrencinin eğitim sürecine katılımı için yönlendirilmesi önemlidir. Weimer (2012) öğrenci temelli yaklaşımda önemli olan temel karakteristiğin öğrencinin neyi, nerede ve ne zaman öğreneceği konusunda yönlendirilmesinin, öğrencinin online ya da yüz yüze bir araya gelerek hem kendi aralarında hem de öğretmen ile birlikte işbirliğinin öğrenme sürecindeki önemine dikkat çeker (4).

Vygotsky'ye göre yaşam boyu gelişim süreci, gerçekte bilişsel gelişime götüren sosyal etkileşim ve sosyal öğrenmeye bağlıdır. Vygotsky "potansiyel gelişim alanı" kavramını kullanır. Vygotsk, gelişmenin önünde giden ve onu yönlendiren öğretim biçimi en iyi öğretim biçimi olduğunu, öğrenmenin sosyal ortamda, öğrenenin ilgisi dahilinde ve öğretenlerin rehberliğinde gerçekleştiğini savunur (Vygotsky 1934: 146). Özellikle web üzerinden öğrencilerin bilgilendirilmesi, öğretim sürecine katılması, fakülteye ilişkin bilgileri sanal ortamdan edinmesi, öğrenme sürecinin mekana ve zamana bağlılığını da ortadan kaldırmakta ve öğrenmeyi sürekli kılabilmektedir. Bu nedenle, öğrencinin eğitim sürecinde merkezde olmasının göstergelerinden birisi de web üzerinden öğrencilerin bilgilere ne kadar ulaştığı varsayılabilir. Çalışmada, web analiz formuna bilgi sağlama sınıflandırma yapısı altında alt sınıflandırmalar oluşturulmuştur. Bu sınıflandırma güncel eğitim anlayışında web üzerinden öğrencinin merkeze yerleştirilip yerleştirilmediği, uzaktan eğitim yapısının olup olmadığının sorgulanması ve betimlenmesi açısından önemli görülmelidir.

Tablo 4. "Bilgi sağlama" Sınıflandırma Yapısından Elde Edilen Veriler

	Devlet Ünv. (N=27)		**Vakıf Ünv. (N=21)**		**Toplam (N=48)**	
	Sıklık	**%**	**Sıklık**	**%**	**Sıklık**	**%**
Birimler	12	%44	7	%33	19	%39
Bölümler	25	%92	21	%100	46	%95
Ders katalogları	22	%81	19	%90	41	%85
Duyurular	25	%92	19	%90	44	%91
Fakülte genel bilgi	22	%81	21	%100	43	%89
İletişim	26	%96	21	%100	47	%97
Kontenjan	5	%18	4	%19	9	%18
Mevzuat	14	%51	7	%33	21	%43
Öğrenci işleri	20	%74	9	%42	29	%60
Öğrenci rehberi	16	%59	10	%47	26	%54
Öğrenci temsilcisi	4	%14	-	-	4	%8
Öğretim elemanları	24	%88	19	%90	43	%89
Sınav programı	20	%74	10	%47	30	%62
Sık sorulan sorular	3	%11	1	%4	4	%8
Sürekli eğitim	2	%7	1	%4	3	%6
Uzaktan eğitim	3	%11	1	%4	4	%8
Yönetim	23	%47	16	%76	39	%81

Bilgi sağlama sınıflandırma yapısı altında öğrenci merkezli eğitim anlayışının ipuçlarına ulaşılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın araştırma soruları olan, "Öğrenci merkezli bir öğretim anlayışı iletişim fakültelerinde benimsenmiş midir?" ve "Sürekli eğitim anlayışı ve uzaktan eğitim yapısı İletişim fakültelerinde ne oranda gerçekleştirilmekte?" soruları Tablo 4'de gösterilen verilere göre cevaplanacaktır. İletişim fakülteleri web sitelerinin bölümler, duyurular, iletişim alt sınıflandırma yapılarına % 90 ila %95 oranında fakülte web sitelerine yer verildiği gözlemlenmiştir. Ders katalogları, fakülte genel bilgi, öğretim elemanları ve yönetime ilişkin sekmeler ise tüm iletişim fakültelerinin web sitelerinde %80-%90 aralığında yer alır. En az yer verilen sınıflandırma yapıları öğrenci temsilcisi, sürekli eğitim, uzaktan eğitim yapıları olup, bu sekmeler %8-%6 oranında web sitelerinde yer almıştır. Öğrencileri doğrudan ilgilendiren öğrenci işleri devlet üniversitelerinde %74, vakıf üniversitelerinde ise %42 oranında olmuştur. Öğrenci rehberi devlet üniversitelerinde %59 oranında bulunurken, vakıf üniversitelerinde %47 olarak belirlenmiştir. Bu rakamların öğrenci merkezli eğitimde %90 üzerinde olması beklenir. Öğrencilerin ya da web site takipçilerinin sık karşılaştığı sorunlara ilişkin oluşturulan "sık sorulan sorular" sekmesine ise sadece 4 üniversitenin iletişim fakültesi web sayfasında bulgulanmıştır. Öğrencinin haklarına ilişkin bilgilerden olan mevzuat sekmesine devlet üniversiteleri %51 oranında yer verirken, vakıf üniversitelerinin %33 oranında olduğu gözlemlenmiştir. Öğrenciyi doğrudan ilgilendiren staj, öğrencilere sunulan imkanlar, bloglar web sitelerinde bulgulanmamıştır. Öğrenci temsilcisi ise sadece %14 oranında 4 devlet üniversitelerinde yer almıştır. Fakülteler kendi bloglarını oluşturmadıkları gibi Tablo 3'de görüldüğü gibi % 20 oranında sosyal paylaşım siteleri kullanılmıştır. Bu anlamda fakülte web sitelerinin etkileşime açık olmadığı da görülmektedir.

İletişim fakültelerinde bilgi ve beceri kazanımında uygulama ile birlikte teorik yaklaşımlar temel teşkil eder. Leonardo da Vinci'nin "uygulamaya elvermeyen teori anlamsız, teoriye dayanmayan uygulama ise kısırdır" sözünde olduğu gibi iletişim fakültelerinde teorik çalışmaların da eğitimi güçlendiren ve evrenselleştiren yönü nedeni ile web sitelerinde olması öngörüldü. Bu yaklaşımla oluşturulan "fakülte yayınları" sınıflandırma yapısına ilişkin tablo aşağıda düzenlenmiştir.

Tablo 5. "Fakülte yayınları" Sınıflandırma Yapısından Elde Edilen Veriler

	Devlet Ünv. (N=27)		**Vakıf Ünv. (N=21)**		**Toplam (N=48)**	
	Sıklık	**%**	**Sıklık**	**%**	**Sıklık**	**%**
Akademik dergi	12	%44	6	%28	18	%37
Akademik kitap	2	%7	3	%14	5	%10
Öğrenci yayınları	6	%22	2	%9	8	%16

İletişim fakülteleri web analiz sürecinde devlet üniversitelerinde %44 oranında akademik dergilere ve % 7 oranında akademik kitaplara yer verdikleri görülmektedir. Genel olarak az sayıda iletişim fakültesi web sitesinde akademik çalışmalara ve öğrenci yayınlarına rastlanmıştır. Buna göre 18 iletişim fakültesinde akademik dergi yayınlanmakta, 5 fakültenin öğretim elemanları kitap çalışmalarını web sayfasından duyurmaktadır. Bu veriler iletişim fakültelerinin akademik çalışmalara web üzerinden duyurmaya ne kadar önem verdiğinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

SONUÇ

Bu çalışma makro boyuttaki yükseköğrenim trendlerinin, mikro boyutta iletişim eğitimi üzerinde değerlendirmek ve bu perspektiften iletişim eğitimini yeniden düşünmek amacı ile gerçekleştirilmiştir. Bir anlamda nicelik olarak iletişim fakülteleri ve mezunlarının sayıları hızla artarken, nitelik olarak ulusalar arası eğitim trendlerine uyumluluğu düzeyine bakma kaygısı taşımıştır. Nicelikteki artışın, yükseköğrenimin en önemli eğilimlerini toplandığı üç başlık altındaki niteliklere yansıyıp yansımadığının web sayfaları üzerinden incelendiği çalışmada, iletişim fakültelerinin web sitlerindeki bilgilere göre küresel eğitim beklentilerinin uzağında olunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmada, iletişim fakültelerinin yapıları, web sitelerinden elde edilen veriler çerçevesinde yükseköğrenimdeki trendler üst başlığı kapsamında değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme sürecinde, yükseköğrenim eğilimleri "yükseköğrenim hizmetinin sunumu ve finansmanında değişim", "yükseköğretim kurumlarının yönetimi alanında değişim" ve "eğitim, öğretim ve öğrenme metodolojilerinde değişim" alt başlıkları olarak kabul edilmiştir. Bu alt başlıklarının verileri iletişim fakülteleri web sitelerinde araştırılmış ve güncel yükseköğretim yapısının önerdiği eğitim yaklaşımları, fakülte web sitelerinde bulgulanmaya çalışılmıştır. Çalışmanın örneklemi kapsamında 27 devlet ve 21 vakıf üniversitesi web siteleri ayrı olarak incelenmiş, elde edilen sonuçlar iki farklı yapıda ve amaçta kurulan fakülteler arasında da karşılaştırma olanağı sağlamıştır.

Çalışmada genel olarak değerlendirildiğinde devlet ve vakıf üniversiteleri iletişim fakültelerinin benzer içerikte bulgulara rastlanmıştır. Yükseköğrenim hizmetinin sunumundaki değişimlerin yansıması olan uluslararasılaşmak ve akademik hareketlilik başlığında iletişim fakültelerinin %50 oranında bu yapıya uyduğu, % 50 oranında ise tamamen dışa kapalı, ulusal ve uluslararası bir bağlantı kurmadığı, hatta %40 oranında web sitelerinde dil seçeneğine dahi yer verilmediği bulgulanmıştır. Yurtdışı bağlantılık konusunda vakıf üniversitelerinin daha aktif oldukları ve % 47 oranında yurtdışı bağlantılarının olduğu, devlet üniversitelerinin ise %18 oranında olduğu gözlemlenmiştir. İletişim fakültelerinin en önemli eksikliğinin dışa kapalı olması ve akreditasyon konusunda hemen hiçbir çalışma yapmaması olduğu tespit edilmiştir.

Yükseköğretimin yönetimi alanındaki değişimler, fakültelere girişimciliği ve paydaşların katkılarına daha fazla yer verilmesini önermektedir. Girişimcilik başlığı altında bölgeye katkı sunması ve öğrencilerin kendilerini uygulamalı olarak da gelişmelerini sağlaması açısından düşünüldüğünden, fakültelerde kurulan atölyeler incelenmiştir. Bu konuda da yine % 80 oranında temel atölyeler olarak kabul eden ve kurulum maliyetleri düşük olan birimlerin dahi kurulmadığı gözlemlenmiştir. Girişimcilik ve uygulamalı ortamlar konusunda iletişim fakültelerinin %20 oranında başarılı olduğu bulgulanmıştır. Küresel yükseköğrenim eğitimi bakımından bu rakam çok düşüktür. Yine paydaşlara yer verme oranı ise %20 oranındadır.

Eğitim, öğretim ve öğrenme yöntemlerindeki değişim başlığında öğrenci merkezli eğitim ile yaşam boyu eğitim anlayışı bilgi sağlama sınıflandırma yapısında incelenmiştir. Bu yapıda da öğrenciyi merkeze alan bir yaklaşım olmakla birlikte %50 ile %60 oranında bulgulanmıştır. Yaşam boyu eğitim anlayışına ilişkin ise çok düşük verilere ulaşılmıştır.

Sonuç olarak, iletişim fakültelerinde eğitime, sosyal içerikli benzer fakültelerde olduğu gibi standart bir anlayış geliştirmek oldukça güçtür. Genel olarak iletişim fakültelerinde ülkenin, bölgenin ve fakültenin bulunduğu üniversitenin imkanları ve kaynakları önemli belirleyici olmaktadır. Çalışmadan elde edilen Tablo 2, Tablo 3 ve Tablo 5'de bulguların ortalamaları incelendiğinde bütün analizlerde en yüksek değere 9 ila 10 fakültenin sahip olduğu belirlenir. Bu veriler ışığında ülkemizde 2013 itibarı ile öğrenci alan 48 iletişim fakültesinin atölyeler, bağlantılılık ve fakülte yayınları alanında uluslararası eğilimlere %20 oranında uyumlu olduğu gözlemlenmiştir. Güncel ve kaliteli eğitim anlayışının oluşturulmasında uluslararası üniversite ağları ve ortaklıkları bu çözümün bir parçasıdır ve karşılıklı anlayışı ve barış kültürünü güçlendirmeye yardımcı olacaktır. Geniş tabanlı ve dengeli bir akademik değişimin teşvik edilmesi, çok kültürlü işbirliklerinin oluşturulması iletişim eğitiminin güncellenmesine katkı sunacaktır. Özellikle başta mezunlarla olmak üzere kurum içi ve kurum dışı paydaşlar doğru bilginin paylaşılması ve taşınmasını kolaylaştırarak karşılıklı fayda sağlayan ortaklıklar kurması iletişim eğitiminin bir başka açıdan daha güçlenmesini sağlayacaktır. Kurulmuş olan iletişim fakültelerinde girişimciliğin ve yeniliğin yaratılacağı ortamlar iletişim eğitiminde niteliğin artmasında önemli bir belirleyici olacaktır.

Web sayfalarının incelenmesinde kültürel yaklaşımların da önemli olduğu düşünülmelidir. Web sayfa tasarımı ilgili kurumun hedef kitlesine bilgi vermekte ne kadar istekli olduğu kadar, bilgi sağlayıcılık konusunda web takipçilerinin web sayfalarını önemli bir kaynak olarak görüp görmediği de önemlidir. Bu nedenle üniversitelerin öğrencilerine ulaşmakta ve kendilerini anlatmakta sanal dünyayı ne kadar önemsedikleri de bir başka gerçeklik olarak sorgulanması gerekmektedir.

SONNOTLAR

(1) http://ildek.atauni.edu.tr/?page_id=245 erişim 29.08.2013

(2) www.vub.org.tr erişim:16.12.2013

(3) http://ec.europa.eu/education/news/rethinking_en.htm- erişim: 30.08.2013

(4) http://www.facultyfocus.com/articles/effective-teaching-strategies/five-characteristics-of-learner-centered-teaching/ erişim 16.08.2013

KAYNAKÇA

Aktan C C (2007) Yüksek Öğretimde Değişim: Global Trendler ve Yeni Paradigmalar, C C Aktan (ed), Değişim Çağında Yüksek Öğretim, Yaşar Üniversitesi Yayını, İzmir.

Altbach P G Reisberg L and Rumbley L E (2009) Trends in Global Higher Education: Tracking an Academic Revolution, Report, UNESCO 2009 World Conference on Higher Education, Paris-France.

Birol V (2004) Öğrenci Merkezli Eğitim ve Çoklu Zeka, Hayat yay, İstanbul.

Callahan E (2006) Cultural Similarities and Differences in the Design of University Web sites, Journal of Computer-Mediated Communication 11, 239–273.

Chirst W (2006) Assessing Media Education: A Resource Handbook for Educators and Administrators, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey.

Dağtaş E ve Kaymas S (1998) Türkiye'de İletişim Eğitimi Üzerine Öneriler, Kültür ve İletişim, 1 (1/2), 94-110

Delwich A, Gersch B and Rautiola S W (2006) Production and Graphics, W Christ (ed), Assessing Media Education: A Resource Handbook for Educators and Administrators, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, 127-139.

Doğanay Ü ve Keskin F (2008) İletişim Çalışmalarında Kişilerarası İletişimin Yeri: Türkiye'deki Kişilerarası İletişim Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme, Kültür ve İletişim,11(1), 9-32.

Gürel T (2006) Halkla İlişkiler Profesyonelleri, İletişim Fakülteleri Mezunlarından Neler Arıyor: Ajans Yöneticilerinin Bakış Açıları, II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu. 27-28 Nisan 2006 Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi yay, 351-367.

http://ec.europa.eu/education/news/rethinking_en.htm, erişim tarihi: 30.08.2013

http://ildek.atauni.edu.tr/?page_id=245, erişim tarihi: 28.08.2013

http://ec.europa.eu/education/news/rethinking_en.htm, erişim tarihi: 30.08.2013

http://www.facultyfocus.com/articles/effective-teaching-strategies/five-characteristics-of-learner-centered-teaching/ , erişim tarihi: 16.08.2013

Karasar N (1998) Bilimsel Araştırma Yöntemi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Kayıkçı K M E (2012) Paydaş Görüşleri, Hacettepe Üniversitesi Bologna Süreci Çalışmaları Çalıştayı I, www.hubologna.hacettepe.edu.tr/calistay/paydas gorusleri090512.ppt, erişim tarihi: 28. 06. 2013.

Kent M L, Taylor M and White W (2003) The Relationship between Web Site Design and Organizatonal Responsiveness to Stakeholders, Public Relations Review, 29(1), 66-77.

Kurul N (2010) Türkiye Üniversitelerinde 1980 Sonrası Dönem: İnsanın Özgürleşmesi Amacından Akademik Kapitalizme Geçişin Öyküsü, Bilim ve Gelecek, Aylık Bilim, Kültür ve Politika Dergisi, 71, Ocak.

Martin B and Etzkowitz H (2000) The Origin and Evolution of the University Species, Vest 13, 9-34.

Mutlu E (2000) Türkiye'de İletişim Eğitimi: Kişisel Bir Tarih Denemesi, İletişim, 8, 234-259.

Özden Y (2005) Öğrenme ve Öğretme, 7.bs, Pegem yay, Ankara.

Özer Ö (2006) Türkiye'de İletişim Eğitimi: Ankara'da Ulusal Medya'da Görev Yapan Muhabirlerin Düşünceleri ve Araştırmayla Gelen Öneriler, KİLAD, 8 (Güz), 57-81.

Slaughter S and Rhoades G (2004) Academic Capitalism in the New Economy: Challenges and Choices, American Academic-Academic Values, Market Values: The Shifting Balance, Volume 1, Number 1, 37-59.

Solmaz B, Arslan A, Aydın O B ve Doğan Ö (2012) Türkiye'de Halkla İlişkiler Lisans Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 27, 253-269.

Tekeli İ (2003) Dünya'da ve Türkiye'de Üniversite Üzerinde Konuşmanın Değişik Yolları, Toplum ve Bilim Dergisi, 97, 123-143.

Tokgöz O (2003) Türkiye'de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirilmesi, Kültür ve İletişim. (6) 1: 9-32.

Uzun R (2007) İstihdam Sorunu Bağlamında Türkiye'de İletişim Eğitimi ve Öğrenci Yerleştirme, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı 25, Yaz-Güz, 117-134.

Varol A ve Alemdar K (2007) İletişim Fakültelerinde Öğrenci Yerleştirmede Karşılaşılan Çelişkiler ve Çözüm Önerileri, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı 24, Kış-Bahar, 718-729.

Vural B A ve Başok N (2004) Halkla İlişkiler Eğitiminde Müfredat ve Uygulamalar: Türk ve Amerikan Üniversitelerine Yönelik Kıyaslamalı Bir Çalışma, 2. Uluslar arası İletişim Sempozyumu, 17-19 Mart, 253-267.

Vygotsky L S (1934) Düşünce ve Dil, çev. Semih Koray, Kaynak yayınları, İstanbul

Yücebalkan B, Kanbak A ve Güvenç D (2010) Akademik Kapitalizm Örneği: Üniversitelerde Akıllı Kart Uygulaması, Karaburun Kongresi, İzmir

www.vub.org.tr erişim 16 Aralık 2013

EK 1. İletişim Fakülteleri Web Adresleri (Erişim Tarihleri: 10-17 Eylül 2013)

DEVLET ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTELERİ (N=27)		
1	Adnan Menderes Üniversitesi	http://www.akademik.adu.edu.tr/fakulte/iletisim
2	Akdeniz Üniversitesi	http://iletisim.akdeniz.edu.tr
3	Anadolu Üniversitesi	http://iletisimbilimleri.anadolu.edu.tr
4	Ankara Üniversitesi	http://www.ilef.ankara.edu.tr
5	Atatürk Üniversitesi	http://www.atauni.edu.tr/#birim=iletisim-fakultesi
6	Cumhuriyet Üniversitesi	http://www.cumhuriyet.edu.tr/fakulte.php?cubid=z8Tg4tTp19Toyemyopmcx9vl0uHZ3Nlnppk=&Dil=
7	Çanakkale 18 Mart Üniversitesi	http://iletisim.comu.edu.tr/
8	Çukurova Üniversitesi	http://iletisim.cu.edu.tr/tr
9	Ege Üniversitesi	http://egeweb2.ege.edu.tr/iletisim/
10	Erciyes Üniversitesi	http://iletisim.erciyes.edu.tr/
11	Fırat Üniversitesi	http://portal.firat.edu.tr/WebPortal/?BirimID=48&Git=VeriOku&SayfaID=0
12	Galatasaray Üniversitesi	http://iletisim.gsu.edu.tr/
13	Gazi Üniversitesi	http://ilet.gazi.edu.tr/
14	Gaziantep Üniversitesi	http://www.gantep.edu.tr/ab/index.php?bolum_id=20256023
15	Giresun Üniversitesi	http://tif.giresun.edu.tr/
16	Gümüşhane Üniversitesi	http://iletisim.gumushane.edu.tr
17	İnönü Üniversitesi	http://iys.inonu.edu.tr/?web=iletisim

18	İstanbul Üniversitesi	http://iletisim.istanbul.edu.tr/
19	Karadeniz Teknik Üniversitesi	http://www.ktu.edu.tr/2014/iletisim
20	Kastamonu üniversitesi	http://iletisim.kastamonu.edu.tr
21	Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi	http://www.manas.kg/index.php/tr/faculty-of-communication
22	Kocaeli Üniversitesi	http://if.kocaeli.edu.tr/
23	Marmara Üniversitesi	http://iletisim.marmara.edu.tr/
24	Mersin Üniversitesi	http://www.mersin.edu.tr/akademikf/iletisim-fakultesi
25	Ondokuz Mayıs Üniversitesi	http://iletisim.omu.edu.tr/
26	Sakarya Üniversitesi	http://www.iletisim.sakarya.edu.tr/
27	Selçuk Üniversitesi	http://www.selcuk.edu.tr/fakulteler.aspx

VAKIF ÜNİVERSİTELERİ İLETİŞİM FAKÜLTELERİ (N=21)		
1	Bahçeşehir Üniversitesi	http://www.bahcesehir.edu.tr/akademik/iletisimfakultesi
2	Başkent Üniversitesi	http://ilf.baskent.edu.tr/
3	Beykent Üniversitesi	http://www.beykent.edu.tr/WebProjects/Web/IFakulte.php?CategoryId=1023
4	İstanbul Arel Üniversitesi	https://www.arel.edu.tr/tr/akademik/28/
5	İstanbul Aydın Üniversitesi	http://www.ebs.aydin.edu.tr/index.iau?Page=FakulteGenelBilgiler&FK=8
6	İstanbul Bilgi Üniversitesi	http://www.bilgi.edu.tr/tr/programlar-ve-okullar/lisans/iletisim-fakultesi/
7	İstanbul Şehir Üniversitesi	http://ctv.sehir.edu.tr/SitePages/Anasayfa.aspx?PageID=1178
8	İstanbul Ticaret Üniversitesi	http://www.iticu.edu.tr/tr/Sayfa/Akademik/Fakulteler/iletisim
9	İzmir Ekonomi Üniversitesi	http://fc.ieu.edu.tr/tr
10	Kadir Has Üniversitesi	http://iletisim.khas.edu.tr

11	Maltepe Üniversitesi	http://iletisimnew.maltepe.edu.tr/
12	Üsküdar Üniversitesi	http://if.uskudar.edu.tr/
13	Yaşar Üniversitesi	http://iletisim.yasar.edu.tr/
14	Yeditepe Üniversitesi	http://www.yeditepe.edu.tr/fakulteler/iletisim-fakultesi
15	Yeni Yüzyıl Üniversitesi	http://www.yeniyuzyil.edu.tr/IletisimFakultesi/Iletisim.aspx
16	Zirve Üniversitesi	http://iletisim.zirve.edu.tr/
17	Doğu Akdeniz Üniversitesi	http://fcms.emu.edu.tr/index
18	Girne Amerikan Üniversitesi	http://communications.gau.edu.tr/tr/60/iletisim-fakultesi
19	Lefke Avrupa Üniversitesi	http://www.eul.edu.tr/content/6
20	Yakın Doğu Üniversitesi	http://www.neu.edu.tr/tr/node/138
21	Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi	http://www.ciu.edu.tr/iletisim-fakultesi/

EK2. İletişim Fakülteleri Web Sisti İçerik Analizi Kodlama Formu

İletişim Fakülteleri WEB site İçerik Analiz Kodlama Formu	Değişken no	Fotoğraf Atölyesi İçerik	Sütun
	1. No	Haber Ajansı/merkezi Araştırma biriminin numarası	1
	2.Tarih	Halkla İlişkiler atölyesi Erişim Tarihi (gün, ay,yıl)	
	3. **İncelenen web sayfası**	Karanlık oda ……..Üniversitesi	
	4.**Bilgi sağlama**	Kurgu odası Birimler	
		Mac Uygulama Laboratuvarı Bölümler	
		Masa üstü yay. Uygulama Atölyesi Ders katalogları	
		Multimedia Laboratuvarı Duyurular	
		Öğrenci Klüpleri Fakülte genel bilgi	
		Radyo Stüdyosu İletişim	
		Reklam atölyesi/ajansı Kontenjan	
		Sinema atölyesi Mevzuat	
		Tasarım atölyesi Öğrenci işleri	
		Televizyon Stüdyosu Öğrenci rehberi	
		Uygulama gazetesi Öğrenci temsilciliği	
		Web yayıncılık uygulama birimi Öğretim elemanları	
	6. **Bağlantılılık-linkler**	Eğitimle ilgili birimler Sınav programı	
		Meslekle ilgili birimler Sık sorulan sorular	
		Mezunlar Sürekli eğitim	
		Sosyal paylaşım siteleri Uzaktan eğitim	
	7.**Fakülte yayınları**	Akademik dergi Yönetim	
		Akademik kitap CATI Laboratuvarı	
		Öğrenci yayınları Focus grup Atölyesi	

		Araştırmalar	
	8. **Uluslararasılık**	Akreditasyon	
		AKTS(ECTS)	
		Dil seçeneği	
		Erasmus	
		Farabi	
		Mevlana	
		Yurtdışı bağlantı	