# SOSYAL & BEŞERÎ BİLİMLERDE ARAŞTIRMA VE DEĞERLENDİRMELER - II

*Aralık 2022*

Editörler

Doç. Dr. Zafer ÖZOMAY

Dr. Uğur İNAN

gece kitaplığı

**İmtiyaz Sahibi / Publisher** • Yaşar Hız
**Genel Yayın Yönetmeni / Editor in Chief** • Eda Altunel
**Kapak & İç Tasarım / Cover & Interior Design** • Gece Kitaplığı
**Editörler / Edıtors** • Doç. Dr. Zafer ÖZOMAY
Dr. Uğur İNAN
**Birinci Basım / First Edition** • © Aralık 2022
**ISBN** • 978-625-430-551-1

**© copyright**
Bu kitabın yayın hakkı Gece Kitaplığı'na aittir.

Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz, izin almadan hiçbir yolla çoğaltılamaz.

The r ight to publish this book belongs to Gece Kitaplığı. Citation can not be shown without the source, reproduced in any way without permission.

**Gece Kitaplığı / Gece Publishing**
**Türkiye Adres / Turkey Address:** Kızılay Mah. Fevzi Çakmak 1. Sokak Ümit Apt. No: 22/A Çankaya / Ankara / TR
**Telefon / Phone:** +90 312 384 80 40
**web:** www.gecekitapligi.com
**e-mail:** gecekitapligi@gmail.com




**Baskı & Cilt / Printing & Volume**
Sertifika / Certificate No: 47083

# Sosyal & Beşerî Bilimlerde Araştırma ve Değerlendirmeler - II

**Aralık 2022**

Editörler

Doç. Dr. Zafer ÖZOMAY
Dr. Uğur İNAN

# İÇİNDEKİLER


BÖLÜM 1

**SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA İÇİN TARIM İLETİŞİMİ**

*Nüket ELPEZE ERGEÇ*.....1

BÖLÜM 2

**BİRİNCİ HAÇLI SEFERİNDE (1096-1099) ANTAKYA KUŞATMASI SIRASINDA ORTAYA ÇIKAN İKMAL-İAŞE İHTİYACI VE BU İHTİYACI KARŞILAMA ÇABALARI**

*Seyfettin KAYA*.....23

BÖLÜM 3

**ÇOCUK EĞİTİMİNDE EDEBİYATIN YERİ VE NASREDDİN HOCA ZAMAN YOLCUSU ANİMASYONUNUN SENARYOSU**

*Hünkâr KARACA YALÇIN*.....47

BÖLÜM 4

**KAYIP YAŞAMIŞ ERGENLERİN YAS SÜRECİ İLE BAŞETMELERİNDE YAS DANIŞMANLIĞI GRUP REHBERLİĞİ PROGRAMININ ETKİSİ**

*Esra KORKMAZ, Nuray TAŞTAN*.....63

BÖLÜM 5

**KAFKASYA'DAN OSMANLI COĞRAFYASINA GÖÇ VE SAĞLIK MESELESİ**

*Ömer KARATAŞ*.....83

BÖLÜM 6

**TURİZM SEKTÖRÜNDE MAVİ YAKALI ÇALIŞANLARIN ÖRGÜTSEL SESSİZLİĞİ**

*Zekeriya ŞAHİN*.....99

BÖLÜM 7

**AŞIRI TURİZM**

*Derya ÖZKURT*.....125

BÖLÜM 8

**NURİ PAŞA VE KAFKAS İSLAM ORDUSU**

*İsmail ÖZER*.....139

BÖLÜM 9

**DİJİTAL ÇAĞDA DİJİTAL İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ**

*Sertaç ARI*.....163

BÖLÜM 10

**SOSYOLOJİ VE MAĞDUR BİLİMİ**

*Suna TEKEL*.....179

BÖLÜM 11

**MARKA İLETİŞİMİNİN YENİ BOYUTU: GERÇEK ZAMANLI PAZARLAMA**

*Nilgün KÖKSALAN*.....199

BÖLÜM 12

**ADANA HALKEVİ TEMSİL ŞUBESİ VE FAALİYETLERİ (1933-1951)**

*Erdem ÇANAK*.....215

BÖLÜM 13

**COĞRAFİ KEŞİFLERİN EKONOMİK YANSIMALARI**

*Ömer DÖŞEMETAŞ*.....231

**BÖLÜM 14**

**TR21 TRAKYA BÖLGESİ BİSİKLET TURİZMİ POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ**

***Bahar DEVECİ, Bilal DEVECİ*.....243**

**BÖLÜM 15**

**UŞAK KENTİNİN İŞARET ÖGELERİ: NESNEL BİR BELİRLEME ÇALIŞMASI**

***Hakan ARSLAN, Feyza TIRAŞ*.....261**

**BÖLÜM 16**

**SERMAYE PİYASALARINDA AFET RİSKİ YÖNETİMİ: TÜRKİYE'DE AFET TAHVİLİ İHRAÇLARI**

***Ayşegül ŞAHİN*.....279**

# BÖLÜM 1

# SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA İÇİN TARIM İLETİŞİMİ

*Nüket ELPEZE ERGEÇ*[1]

1 Prof.Dr. Çukurova Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, https://scholar.google.com.tr/citations?user=z0bQO1kAAAAJ https://avesis.cu.edu.tr/nergec/ http://orcid.org/0000-0003-4591-7982

## Giriş

Bu çalışma sürdürülebilir kalkınmada önemli bir yeri olan tarım alanın iletişim teknik ve süreçleriyle olan ilişkisini ortaya koymak için ele alınmıştır. Akademik alanda tarım iletişimi üst başlığı ve alt alanlarının tarihsel süreçte nasıl geliştiği Birleşik Devletler örneğinden ele alınan çalışmada literatür taraması yapılarak konuya ilişkin kaynaklara ulaşılmıştır. Birleşik Devletlerde öncelikle iletişim bilim alanın teknik ve yöntemlerinin ortaya çıkma süreci ile paralel olarak tarım iletişimi alanın biçimlendiğinin belirlendiği çalışmada, tarım iletişimi bağlantılı derslerin lisans ve lisansüstü müfredatta yer alma süreçleri değerlendirilmiştir. Çalışmada ülkemizde tarım iletişimi süreçleri ve akademi alanındaki yeri de değerlendirilmiştir.

Tarım iletişiminin tarihsel sürecine bakıldığında yeni bir alan olduğu söylenemez. Ancak bu alanın daha çok haberleşme başlığı ile kavramlaştırıldığı, çiftçiyi bilgilendirme olarak yer aldığı, iletişim ve tekniklerine sınırlı düzeyde yer verildiği görülmüştür. Oysa tarım konusu ekonomik, sosyolojik, kültürel ve politik süreçleri içine alan oldukça geniş bir alandır. Dünya tarihine bakıldığında tarım devriminden sanayi devrimine geçiş yüzyılları alırken, günümüzdeki değişimler bir yıldan diğerine çok hızlı gerçekleşmektedir. Bu da düşünme ve yeni sorunlara karşı üretmemiz gereken yeni yollara karşı dinamik olmamızı gerektirmektedir. Kalkınma için iletişimi kullanmak oldukça değer odaklı ve savunucu bir kavramdır. Aslında sürdürülebilir kalkınma ve gelişim için iletişim, toplumun farklı kesimleri arasındaki bilgi açığını kapatmak için iletişim stratejilerinin planlı, bilinçli ve sistematik kullanımıdır. Birleşmiş Milletler birçok raporunda ve tüzüğünde gelişme sürecinde iletişime büyük önem vermiştir. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programının (UNDP) yayınladığı sağlık, bilgi ve gelir düzeyi gibi ayrıntıları içeren insani gelişme raporlarında, kalkınma programlarının tam potansiyelinin ancak insanların katılımı ve hedef gruplarla bilgi ve teknolojinin uygun şekilde paylaşılmasıyla gerçekleştirilebileceğini belirtir. Bu raporlarda, iletişim çalışmaları insanları gelişim hedeflerine ulaşmaya motive etmek için etkili bir araç olarak merkeze yerleştirir.

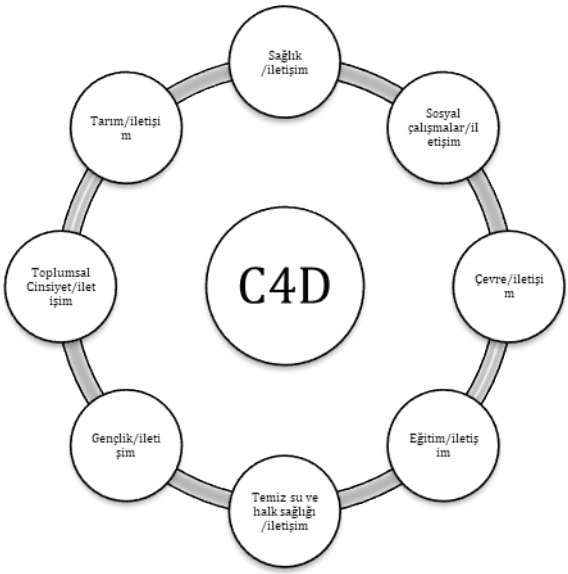
Bu kapsamda Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu (UNICEF) tarafından "Communication for Development ( Kalkınma için İletişim)" başlığıyla geliştirilen yaklaşım uluslararası çalışmalarda "C4D" olarak kabul görmüş ve daha yaşanabilir bir dünya için çözümler önermiştir. 8-12 Haziran 1987 tarihleri arasında İtalya'da, FAO'nun Silvia Balit başkanlığındaki Kalkınma için İletişim Birimi, kalkınma ve gelişme için iletişim tekniklerinin nasıl kullanılacağına ilişkin toplantılar düzenler. Grup, insanların gerçek ihtiyaçlarına yönelik gelişmenin ön plana çıkarıldığında hedef kitlenin katılımının sağladığını ve bu sayede iletişim tekniklerinin

etkili kullanıldığında istenilen sonuçlara ulaşıldığını ve C4D'nin birinci derecede önemli hale geldiğini kaydeder (Agunga, 2019). İletişim, tüm kalkınma programlarının planlanması ve uygulanmasında merkezde yer alarak, insanlarla iletişim kurup geliştirme programını buna göre tasarlayarak planlamacıların sorunları daha iyi tanımlamasına yardımcı olur. Herhangi bir kalkınma programı, hedef kitleyi pasif alıcılar olarak görürse, o program hedeflerine ulaşmada başarısız olur. İletişim sadece soru-cevap oturumlarıyla sınırlı olmayıp planlı bir şekilde yönetimi içerir. İletişim uzmanları tarafından hedefli tartışmalar, görsel-işitsel araçların kullanımı ve geliştirme programlarından maksimum sonuçları elde etmek için mobil teknolojinin kullanımı gibi birçok yenilikçi iletişim stratejisi uygulanmaktadır.

UNICEF'in sürdürülebilir bir kalkınma için iletişim çalışmasına tarım başlığı da dahildir. Bu çalışma dinamiği, her düzeyde kalkınma ve gelişim için iletişim araç ve yöntemleri aracılığıyla diyaloğa dayalı toplumsal bir süreç olarak tanımlamıştır. Bu düşüncenin arka planında insan merkezli çözümler geliştirmek hedeflenmektedir. Bu süreç, iletişim yoluyla toplumun dezavantajlı kesimlerinin hayatlarını etkileyen karar alma süreçlerine katılmalarını sağlayan bir süreçtir. Sürdürülebilir bir kalkınma için iletişim, birbirini dinleyerek, güven inşa ederek, bilgi paylaşarak ve sürdürülebilir değişim için öğrenerek değişim aramakla ilgilidir. Bu olgunun temel değeri, hakları ve gelişimsel ihtiyaçları hakkında konuşabilmeleri için toplumun dezavantajlı kesimlerine eşit fırsatların verildiği insan hakları temelli kalkınma yaklaşımında yatmaktadır. C4D çalışmaları iletişim ve medya yardımıyla toplumdaki her sesi her düşünceyi ana akım gelişim sürecine dahil etme çabası olarak da tanımlanabilir. Çoğu gelişmekte olan ülkelerde sosyal sorunları ortadan kaldırmak için C4D pratikleri kullanılmaktadır.

ABD Ohio State Üniversitesinden Robert Agunga (2019) "Towards a Professionalising of Communication for Development: A Strategy for Improving Aid Effectiveness/Kalkınma İçin İletişimin Profesyonelleşmesi: Yardımın Etkinliğini Artırmak için Strateji" başlıklı çalışmasında özellikle katılımcı kalkınmayı teşvik etmede kalkınma programlarının etkinliğini artırma potansiyeline sahip yeni C4D alanının geliştirilmesi ve güçlendirilmesi için öneriler getirir. Bu çalışmasında sürdürülebilir kalkınma için iletişimin yani C4D başlığını merkeze koyarak yapılabileceklere ilişkin bir sıralama gerçekleştirir. Ohio Eyalet Üniversitesi'nde tarımsal iletişim ve uluslararası kalkınma alanında çalışan Agunga (2019) aşağıdaki şekilde görüldüğü gibi C4D'ün kavramsal çerçevesini geliştirerek alanda uygulanabilecek bir yapı önerir. Bu çerçeve aynı zamanda sürdürülebilir gelişim için iletişim süreçlerinin nasıl kullanılabileceğini ve hangi sosyal sorunları da kapsadığını da gösterir. Şekil 1'de görüleceği gibi Tarım, Sağ-

lık, Çevre, Toplumsal Cinsiyet gibi toplumdaki temel meseleleri çözüm için iletişimle ilişkilendirilirken bunun bürokratik bir yapıda yürütülmesi gerektiğini belirten Agung (2019), özellikle bu konuda çalışacak kişilerin güçlü iletişim eğitimi ile donatılması gerektiğini vurgular. Tarım iletişimi, çiftçilerin ve çiftçilikle bağlantısı olan her kesimin tarımsal sürece yönelik tutum ve davranışlarında olumlu değişiklikler getirme motivasyonu etrafında döner. Günümüzde küresel ihtiyaçlar haline gelen tarım alanı ancak modern teknolojiyi kabul etmeye ve alanlarında kullanmaya hazır, bilinçli ve becerikli çiftçiler tarafından karşılanabilir.




*Şekil 1. Tarım ve Kırsal Kalkınma için İletişimin Kavramsal Çerçevesi*

Perrett (1982) kalkınma için iletişiminin (C4D) amacının, insanların kendi alanlarına ilişkin ilgi, ve bağlılık geliştirerek bilgisizliğin ortadan kaldırılmasını sağlama yoluyla kalkınma programının başarılı olması için gerekli insan ortamını yaratmak olarak özetler. Tarım iletişimi C4D kavramsallaşması içinde bulunmaktadır. Bu nedenle sürdürülebilir kalkınma için tarım iletişimi kavram ve araçlarının yeniden değerlendirilmesi, çerçevelerin belirlenmesi ve akademik yapı ve bilimsel literatür içinde bulunması gerekmektedir.

**Tarım İletişimi Nedir? ABD'de Tarım İletişimi ve Eğitiminin Tarihsel Süreci**

Tarım iletişimi, çiftçiler ve çiftçilik ve tarımla doğrudan veya dolaylı olarak bağlantılı olan kişiler arasında tarımla ilgili bilgilerin paylaşılması sürecidir. Tarım iletişimi, basılı tarım gazeteciliğinin ilk başlangıcından itibaren gelişen bir akademik program alanıdır. Teknolojinin değişen do-

ğası ve giderek daha fazla kentleşen çeşitli kitlelerle iletişim kurma ihtiyacı nedeniyle, tarım iletişimi halkla ilişkiler, pazarlama, yayıncılık ve web tabanlı iletişimi içerecek şekilde gelişmiş ve sonuç olarak birçok profesyonel tarım iletişimcisinin rol ve sorumluluklarını etkilediği bilinmektedir (Miller vd., 2020). Tarım iletişimi tarım ile ilgili ve tarım dışı paydaşlar arasında tarımla ilgili bilgiler hakkında iletişime odaklanan bir alandır. "Tarım iletişimi", doğal olarak hem "tarım" hem de "iletişim" literatürünün bir parçası olan gelişmekte olan bir alandır. Ancak, her bir bilim alanın bir alt kümesinden çok daha geniş bir alanı ifade etmektedir. Tarım iletişimi, tarım, gıda, doğal kaynaklar ve insanın faydasına olan her türlü iletişimi kapsar. Bir disiplin olarak, tarım iletişimi bu iki köklü alanı etkili bir şekilde bağlamayı amaçlar.

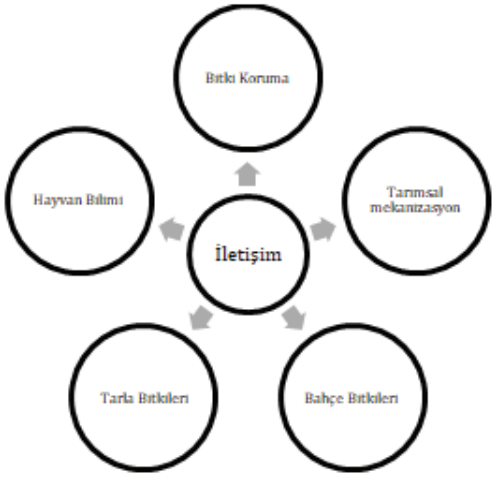
İletişim, tarım ile ilgili içeriklerin hedef kitlesi kim ise ona profesyonel olarak ulaşmasını sağlar. Tarım alanı oldukça geniş ve sorunları kendine özgü olan bir alandır. Ancak her alanın iletişim düzeyinde tarafları ve her bir tarafa ulaşabilmek için profesyonel iletişim yöntemler vardır. Bu iletişim teknik ve yöntemleri alanın sorunlarının tespiti ile belirlenebilecektir. Teorik perspektiften bakılırsa iletişimin taraflarını sosyal yapının bir parçası olarak gören Sohn W.Riley ve Mathilda W.Riley'e göre iletişim sosyal yapıdan soyutlanarak açıklanamaz (1959).

Tarım alanlarında son derece hızlı gelişmeler olduğunu bunu sadece bu alanı geliştirmeye çalışanların bildiğini ve toplumun tüm kesimini ilgilendiren bu alanın anlatılması gerektiğinin düşünen halkla ilişkiler alanında çalışan Copeland, 1970 yılında yayınlana Journal of Applied Communications dergisinde "Public Relations Goal—Telling How Agricultural Progress Benefits All/ Halkla İlişkilerin Amacı-Tarımsal Gelişmenin Herkese Nasıl Fayda Sağladığını Anlatmak" başlıklı yazısında tarım iletişimi konusunda şunları yazar;

"*Tarım kuruluşlarında, arazi hibe kolejlerinde, tarım işletmesi komplekslerinde veya tarım dergisi alanında çalışan bizler, insanlara bu önemli konuda rehberlik etmeye çalışırken, son derece yetenekli ve tamamen kararlı olmaktan başka bir şey yapamayız... Sadece tarım alanın hedef kitlesini bilgilendirmeliyiz ... bu kitleye tarımın tüm dünya için yaşam standartlarını iyileştirmede oynadığı rolü anlatmalıyız. Tarım programlarının değerli olduğunu herkes kabul ederse, ilk dev adımı atmış oluruz. Bir sonraki adım, nüfusun tüm kesimlerini tarımın katkılarından en iyi biçimde haberdar etmektir.*" (Copeland, 1970).

Illinois Üniversitesi'ndeki Tarım İletişimi Dokümantasyon Merkezi (ACDC), son çeyrek yüzyılda, ilgili belgeleri belirleyerek ve bunları Web'de aranabilir bir Microsoft Access veri tabanına girerek tarım iletişimi alanındaki literatürü tanımlar. Bu veri tabanının analizi, tarım ile-

tişimi literatürüne ilişkin önemli ipuçlarını ortaya koymaktadır. Tarım iletişimi süreli yayınları tarımla ilgili etkili iletişimle ilgilenen çevreler için önemlidir (Budak, 2020). Zumalt (2007) yaptığı çalışmada iletişim ve tarım alanını şemalarla tanımlar.




*Şekil 2. İletişimin Tarım alanları ile ilişkisi*

Zumalt (2007) "Identifying the Core Periodical Literature of the Agricultural Communications Documentation Center" başlıklı makalesinde iletişimin tarım literatüründeki hayvan bilimi, doğal kaynaklar, bitki koruma, bahçe, tarla bitkileri gibi tarımın tüm yönüyle ilgili olduğunu ve literatürde tarımın alt alanları ile iletişim ilişkisini kuran çalışmalar olduğunu belirtir ve bunu Şekil 2.'de şematize eder. Benzer şekilde Zumalt (2007) bu bakış açısı ile gıda ve tarım işletmesinin tüm iletişim araçlarından ve yöntemlerinden yararlandığını belirtir. Çeşitli kitle iletişim araçlarını, gazeteler, dergiler, televizyon, radyo, internet gibi, yeni bilgi ve iletişim teknolojilerini, kütüphaneler, yayım hizmetleri ve okullar gibi, grup ve kişiler arası iletişim yöntemlerinin tarımın sürdürülebilir kalkınma amaçları için nasıl kullanılması gerektiğini açıklar

Zumalt (2007) Illinois Üniversitesi'ndeki Tarım İletişimi Dokümantasyon Merkezinde yaptığı bibliyometrik çalışmada100'den fazla ülkeden 29 bin tarım iletişim çalışmasının olduğunu bulgular. Bu çalışmaların yıllar içindeki değişimini inceleyen Zumalt (2007), 1800 ila 1900 yıllarının ortalarına kadar tarım ve iletişime ilişkin çalışmaların Amerika Birleşik Devletleri merkezli bir kaynak olarak başladığını, dünyanın birçok yerinden periyodik literatürü belirleyerek önemli şekillerde uluslararası hale geldiği sonucuna ulaşır. Zumalt çalışmasında ACDC veri tabanındaki en fazla atıf sayısına sahip 45 süreli yayının içinde "Agricultural Advertising"

oldukça ilgi çekicidir. 1893-1918 yılları arasında Long-Critchfield Publishing tarafından yayınlanan "Agricultural Advertising" başlıklı süreli yayın (Resim1.) ABD'de tarım alanın iletişim tekniklerini kendi faydasına kullanmaya ne kadar erken başladığını göstermesi bakımından çarpıcıdır.




*Resim1. Agricultural Advertising, Long-Critchfield Corporation, 1907 (https://books.google.com.tr/books/about/Agricultural_Advertising.html?id=uDs3AAAAMAAJ&redir_esc=y )*

Telg ve Irani (2012) tarafından tarım iletişimi, tarihsel kökleri ABD'de 1862 tarihli Morrill Yasası'na ve hatta daha öncesine kadar uzanan akademik bir disiplin ve profesyonel bir alan olarak belirtilir. Tarım uygulamaları hakkında iletişim kurma sürecinin tarım toplumlarının erken gelişimine kadar izlenebileceği iddia edilir (Telg and Irani, 2012). Örneğin, John Stuart Skinner, düzenli olarak basılan ilk tarım dergisi olan American Farmer'ı 1819'da yayınlamaya başlar. The Old Farmer's Almanac, 1792'de Robert B. Thomas tarafından Farmer's Almanac (**Resim 2**.) adıyla yayınlanmaya başlanır ve bu dergi hala yayınlanmaktadır. 18. ve 19. yüzyıllarda almanaklar - hava tahminleri, tarımsal ekim tarihleri ve okyanus gelgit tabloları gibi takvime dayalı bilgilerle dolu yıllık olarak yayınlanan referans kitapları olarak görülür. 1939'da Yankee dergisinin kurucusu Robb Sagendorph, The Old Farmer's Almanac'ın yayın haklarını alır ve derginin merkezi, o zamandan beri bulundukları yer olan Dublin, New Hampshire'dır.[1]

Tarım iletişiminin habercisi olan ve tarım gazeteciliği olarak adlandırılan bu ilk örnekler, kırsal kesimdeki hedef kitleye çiftçilik ve ev yönetimi konularında bilgi sağlama ihtiyacını gerçekleştirir (Tucker, Wha-

1 https://www.artofmanliness.com/living/reading/in-praise-of-the-old-farmers-almanac/

ley and Cano, 2003). İlk tarım iletişimcilerinden bazıları, araştırmaları hakkında yazılar yazan üniversitelerindeki bilim adamlarıdır (Boone, et al, 2000). Bu aynı zamanda, büyük gazetelerin çiftçi yazarları istihdam etmeye başladığı ve çiftlik ticareti yayınlarının geniş kitlelere ulaşan dergiler yayınlamaya başladığı dönemdir. 1900'lerin başlarında, Iowa Eyalet Üniversitesi tarım gazeteciliği alanında ilk kursu verir. 1920'lerde, radyonun gelişimi, üniversitelerde oluşan tarım içerikli bilgi birikimini önce yalnızca radyoda, daha sonra da televizyon programları aracılığıyla hedef kitlelerine ulaştırır. Telg ve Irani'ye (2012) göre, 1980'lerde kişisel bilgisayar gibi yeni teknolojilerin tanıtılması, tarım iletişimcilerin mesajlarını iletme şeklini büyük ölçüde değiştirdi. Sonraki iki yüzyıl boyunca, tarım gazetecileri ve editörleri, tarım üreticileri, yetiştiriciler ve kırsal topluluk üyelerinden oluşan bir kitleye öncelikli olarak basılı bilgi sağlama rollerini, yayını ve nihayetinde giderek artan çeşitlilikteki izleyicilere çevrimiçi dağıtımı içerecek şekilde genişlettiği görülür.


No. XVIII.

THE
FARMER'S ALMANACK,
CALCULATED ON A NEW AND IMPROVED PLAN,
FOR THE YEAR OF OUR LORD,
1810.
Being the Second after BISSEXTILE or LEAP-YEAR, and Thirty-fourth of the INDEPENDENCE of AMERICA.
Fitted to the Town of BOSTON, but will serve for any of the adjoining States.
Containing, besides the large number of Astronomical Calculations, and the Farmer's Calendar for every month in the year, as great a variety as any other Almanack, of
New, Useful, and Entertaining Matter.
BY ROBERT B. THOMAS.

THOU great first cause, thy hand divine did raise
This solid Earth, and spread the flowing seas;
Did make the Sun in central glory shine,
And every planet round his orb incline;

BOSTON:—Printed for JOHN WEST & Co.
Proprietors of the Copy-Right;
And for sale at their Bookstore, No. 75, Cornhill, and by most other Booksellers in Boston, Salem, Newburyport, &c. by the dozen or single set, and by other Booksellers and Traders in New-England.
Price 9 dollar per gross, 87½ cents per dozen, and 10½ cents single.
E. G. HOUSE, Printer, No. 5, Court Street.

*Resim 2. 1792'de Robert B. Thomas tarafından yayınlanmaya başlanan Farmer's Almanac*

Teorik açıdan Sohn W.Riley ve Mathilda W.Riley (1959)'un düşüncesine göre; iletişim sistemini, toplum içinde iletişime katılan taraflar ve bu tarafların dahil oldukları gruplar ve bu grupların içinde bulunduğu geniş sosyal yapılar içinde düşünülmelidir. Kitle iletişim süreci bu geniş sosyal süreci etkiler ve ondan etkilenir. İletişim süreci açısından hem verici hem de alıcı konumundaki birey toplumsal çevrelerinden soyutlanamaz ve içinde bulundukları toplumsal koşullar tarafından yönlendirilmektedir. Bir iletişim sürecinde, birey verici konumunda ise mesaj seçmesini ve şekillendirmesini; alıcı konumundaysa kendisine gönderilen iletiyi nasıl algılayacağına ve mesaj nasıl tepki göstereceğine dahil olduğu grup yardımcı olur. İletişim süreçlerine göre, bireyin mesajları anlamasında yaşadığı toplumun anlamlara ilişkin ön kabulleri önemli rol oynamaktadır. Aynı biçimde ileti-

şim süreçlerinde mesajını kodlarken toplumdaki anlamlar ona yol gösterici olacaktır. Dolayısıyla tarım iletişiminde toplum içindeki insanın tarım ve alt konular hakkındaki toplumsal kabulleri önemli olacaktır. Bu nedenle günümüzde halkın tarımla doğrudan bağlantısı olan kişilerin sayısı azalmaya devam ettikçe, tarımda stratejik iletişimin rolü giderek daha önemli hale gelmekte ve tarım iletişimcilerinin becerilerinin, geleneksel gazetecilik yazımı ve haberciliğinden farklılaştığı söylenebilir. Medya içerik üretimi, baskı ve web tasarımı, sosyal medya, halkla ilişkiler, reklam ve pazarlama gibi alanlar modern tarım iletişimcilerinin uzmanlaşmasını zorunlu kılmıştır. Yıllar içinde geleneksel olarak, tarımsal bilgi kırsal temelliydi ve tarım üretimi uygulamalarını iyileştirmek için teknikler ve teknolojiler hakkında bilgiler içeriyordu. Yayım eğitimcileri, haber bültenleri, dergiler ve broşürler gibi iletişim ürünlerinin taktiksel olarak uygulanmasına odaklanan iletişim uygulayıcıları tarafından desteklenen geleneksel kanalları kullanarak bu bilgilerin çoğunu iletti. Çiftlik basını, üreticilere, yetiştiricilere ve bunların satıcılarına ve tedarikçilerine yönelik yayınlar ve haber programlarıyla bu çabaya katkıda bulunmuştur (Telg & Irani, 2012). Sürdürülebilir gelişimde tarım alanında iletişim alanın teknik ve yöntemleri ile tarım sektörünün tüm paydaşlarının katılımı, kurumlar arası işbirliği ve kapasite geliştirmeyi içeren değişimin insani boyutlarını bir arada düşünülmesi gerektiği açıktır. Zira Amerika Birleşik Devletlerinde tarım iletişimi yayınlarının 100 yıl öncesine dayanmakla birlikte, bu alana ilişkin eğitimlerin de yayınlara paralel biçimde başladığı da görülür.

**Tarım İletişimi Eğitiminin Başlaması**

Amerika Birleşik Devletlerinde ilk tarım iletişimi programlarının arazi hibesi olan üniversitelerin deney alanlarında keşfedilen ve oluşturulan bilgilerin yayılmasına yardımcı olmak için geliştirildiği görülür (Duley, Jensen ve O'Brien, 1984). Duncan'a (1957) göre ABD Iowa Eyalet Üniversitesi, 1905'te tarım gazeteciliği dersleri veren ilk kurumdu ve 1920'de Tarım Gazeteciliği alanında Lisans derecesi sunan ilk kurum olmuştur. Takip eden 100 yıl içinde, tarım iletişimi, ülke çapında sunulan lisans programları ile bir akademik disipline dönüşür. 1928'de, tarım gazeteciliği dersleri veren toplam yedi kolej olduğunu belirten kaynaklar vardır. Weckman ve arkadaşları 1960'lar boyunca, tarım gazeteciliği programlarında önemli bir büyüme dönemi yaşandığını belirtir. (Weckman vd., 2000). Texas Tech Üniversitesi'nin tarım iletişimi programı 1973'te başlar. Tarihsel bir vaka çalışması araştırma tasarımı kullanan Ahernes ve Gibson (2013), önceki 40 yıl boyunca Texas Tech Üniversitesinde açılan kursları, etkinlikleri ve bölüm yayınlarını araştırır. Program ilk olarak tarım iletişimi seçeneğini sunmasına rağmen, bu uzmanlık alanında bir lisans derecesinin oluşmasının yaklaşık 20 yıl sürdüğü görülür. 1975'e gelindiğinde çoğu program kendilerini 'tarım gazeteciliği' yerine 'tarım iletişimi' ola-

rak tanımlar 1991 yılında Amerika Birleşik Devletleri'ndeki kolejlerde ve üniversitelerde 30'dan fazla tarım iletişimi programı olduğu görülür (Doerfert and Cepica, 1991). 2015 itibariyle, Amerika Birleşik Devletleri'nde 48 tarım iletişimi akademik programı bulunmaktadır. Bu programların çoğu (%88.5) Lisans Derecesi sunmaktadır (Miller vd., 2015). ABD'deki öğrenciler ayrıca tarım iletişimi alanında ön lisans, yüksek lisans ve doktora derecelerinin yanı sıra çeşitli yan dallar ve sertifikalar alabilmektedirler. 1990'ların ortalarında, birçok tarım iletişimi programı ABD akademisinde tarım iletişimi programlarının mezunlarının iki temel ihtiyacını karşılamak için tasarlandığını görülmüştür: (1) hem tarım tekniği hem de tarım bilgileri için güçlü bir altyapı sağlamak ve (2) öğrendikleri tarım alanına dair bilgilerini kişilere ve kitlelere nasıl aktaracaklarına dair gazetecilik ve diğer iletişim becerilerini öğretmek.

Sprecker ve Rudd (1998), tarım iletişimcilerinin öncelikle ziraatçı olmadığını, ancak tarım ve gıda konuları, sorunları ve teknolojileri hakkında özel bilgiye sahip iletişimciler olduğunu belirtir. Bu tür profesyonel iletişimciler geliştirmek için, öğrencilerin tarım bilimi ve teknolojisi derslerine ek olarak kitle iletişim derslerini tamamlamaları gerekir. Large'ın (2014) ABD programlarıyla ilgili araştırması, tarım iletişimi öğrencilerinin Tarım İletişimi Yasası, İletişim Kampanyaları, İletişim Teorisi, Tarımda Elektronik İletişim, Etik dahil olmak üzere çeşitli dönemlik ticari iletişim ve kitle iletişim derslerine katılabileceğini göstermiştir. Bu dersler, Corder ve Irlbeck'in (2018) iyi yazma, planlama, görüşme, sözlü beceriler ve halkla ilişkilerin en eski tarım iletişimi müfredatları için önemli olduğu ve günümüzde önemli olmaya devam ettiği yönündeki gözlemi ile uyumludur. Simon (2003), hem üniversite öğretim üyelerine hem de endüstri profesyonellerine göre, yüksek lisans derecesine sahip bir tarım iletişimi mezunu için gerekli olan şu nitelikleri sıralamıştır: tasarım, medya, kriz ve bilgi yönetimi, pazarlama, iletişim yasası; stratejik iletişim planlaması; Halkla ilişkiler; yazı; ve kitle iletişimi. Bahsedilen diğer beceriler, grafik tasarım, gelişen teknoloji, yayınlar, araştırma, video/yayın, reklam, staj, fotoğrafçılık, vaka çalışmaları, teknik yazı, medya ilişkileri, medya analizi, düzenleme, sosyal pazarlama, raporlama ve iletişim teorisi idi. 1988'de öğrenci işe alma stratejilerini ve müfredatı geliştirmeye yardımcı olmak için Texas Tech Üniversitesindeki tarım iletişimi lisans öğrencilerinin özelliklerini, ilgi alanlarını ve kariyer hedeflerini inceledikleri çalışmada Tucker ve Paulson (1988), tarım iletişimi öğrencilerinin tarım derslerine iletişim derslerinden daha fazla ilgi gösterseler de en çok halkla ilişkilerle ilgilendiklerini, ardından radyo/televizyon yapımcılığının ilgilerini çektiklerini bulgulamıştır. Aynı zamanda tarımın farklı alanında çalışırken iletişim tekniklerini merkezlerine koydukları bir eğitim sürecini benimsedikleri görülmüştür.

ABD üniversitelerinde lisans tarımsal iletişim programları ile ilgili yapılan çalışmaları inceleyen Weckman ve arkadaşları (2000) bu kurumlardaki müfredatın çok çeşitli olduğunu görürler. 1990 yılında Florida Üniversitesi'nin tarımsal iletişim programının başlangıcından bu yana, mezunlarının tarım endüstrisi için yeterince hazırlayıp hazırlamadığını belirlemek için yaptıkları çalışmada Sprecker ve Rudd (1998), öğrencilerin bir dizi alanda, özellikle de yazma becerisinde iyi iletişim becerileri geliştirmeleri gerektiğini vurgular. Florida tarımı hakkında geniş bir düzeyde (mallar, ticaret/ekonomi ve politika/hukuk dahil) eğitimin önemli olduğunu bulguladıkları çalışmalarında araştırmanın katılımcılarının, iletişim becerilerinin tarımsal bilgiden daha önemli olduğunu söylediklerini bulgularlar. Florida Üniversitesi Tarım iletişimi programı mezunlarının ve eğitmenlerinin katıldıkları Sprecker ve Rudd (1998)'un araştırmasında öğrencilerin çok yönlü iletişim becerilerine sahip olması ve başkalarıyla ağ kurmayı öğrenmesi gerektiği, sorun yönetimi konusunda staj ve eğitimin zorunlu olduğu, elektronik ortam/internet bilgilerinin müfredata dahil edilmesinin öğrencilerin kariyerlerinde başarılı olacak donanımda mezun olmalarına yardımcı olacakları sonucuna ulaşırlar.

Reisner'ın (1990) çalışmasında tarım iletişimi programlarında lisans program yapısı ve müfredat gereksinimleri incelenmiş ve programların en baskın özelliğinin çeşitlilik olduğu bulunmuştur. Spesifik olarak, Reisner (1990) tarımsal iletişim müfredatının eksik olduğunu çünkü "tarım iletişimi öğrencilerinin kültürler arası küresel bakış açıları, tarımsal sistem analizi, tarımda değerler ve etik, kamu politikası veya liderlik öğretmek için özel olarak tasarlanmış dersleri almaları gerektiğini belirtir.

Amerika Birleşik Devletlerinde tarım iletişimi alanı son derece hızlı biçimde gelişip dinamik bir yapıda biçimlenirken, Birleşik Krallık için tarım iletişiminin akademik bir disiplin haline geldiği söylenemez. 2016 yılında Miller vd. (2020) göre, Birleşik Krallıkta 19 bin öğrenci kolej ve üniversite düzeyinde tarım ve ilgili konularda eğitim görmektedir. Ancak, tarım gazetecileri, tarım halkla ilişkiler uzmanları ve tarım reklamcılık uzmanları gibi tarım iletişimin alt alanlarına ilişkin belirlenmiş bir akademik disiplin bulunmamaktadır. İngiltere merkezli 175 yıldır tarım hakkında gündem yaratan Farmers Guardian dergisinin editörü Ben Briggs ile yaptıkları görüşmede işe alım süreçlerinde, kurumsal olarak tarım iletişimi eğitim almış bir aday seçme fırsatı olmaksızın, tarımda yetenekli ya da gazetecilik ve iletişimde yetenekli adayları işe aldıklarını söyler (Miller, vd., 2020). Tarım iletişimi mezunlarının potansiyel işverenleri arasında İngiliz tarım editörleri, gazetecileri, yayıncıları, fotoğrafçıları ve halkla ilişkiler/pazarlama profesyonellerini temsil eden bir kuruluş olan İngiliz Tarım Gazetecileri Birliği (British Guild of Agricultural Journalists - GAJ) üyeleri yer alır. GAJ, İngiliz Hükümeti'nin tarım bakanı olan Sir

Reginald Dorman-Smith'in önderliğinde 1944'te kurulur. İngiliz Tarım Gazetecileri Birliği Britanya'daki tarım endüstrisinde yer alan çok çeşitli profesyonel iletişimcilere hizmet vererek bu alanda bir uzmanlık kaynağı olarak görülür.

Miller vd. (2020) Birleşik Krallık kurumlarındaki yöneticiler bu disipline müfredat eklemeyi düşündüklerinden, işverenlerin tarımsal iletişim mezunlarından bekleyebilecekleri yetkinlikleri ve ayrıca öğrencilerin ne öğrenmeyi bekleyeceklerini bulgulamak amacıyla bir proje yürütürler. Bu amaçla ampirik verilere ulaşmak, Birleşik Krallıkta disiplinin kavramsallaştırılmasını ve gelişimini daha da ileriye gitmesi için, İngiliz Tarım Gazetecileri Birliği'nin mevcut üyeleri ve İskoçya'daki Rural College (SRUC) ve Writtle University College öğrencilerine anket uygularlar. Veriler, tarım öğrencilerinin ve tarım iletişimi profesyonellerinin algılarının genellikle istatistiksel olarak farklı olmadığını göstermiştir. Birleşik Devletlerde tarımsal iletişim müfredatına rehberlik eden yeterliliklerin çoğu hem İngiltere'deki profesyoneller hem de öğrenciler için önemli olarak algılanırken, her iki grup da yazma becerileri ve genel iletişim becerileri gibi yeterliliklerin İngiltere'deki olası tarım iletişim mezunları için özellikle önemli olduğunu bulgularlar. Miller vd. (2020) Birleşik Krallıkta iletişim mesleğinde bir tarım iletişimi akademik disiplinine olan ihtiyacı ve öğrencilerin, fakültelerin ve tarımsal iletişim mezunlarının potansiyel işverenlerinin tercihlerini araştırmanın önemli olduğunu bulgularlar. Miller vd. (2020) yaptıkları proje kapsamında İngiltere'de kolej ve üniversite düzeyinde sunulan sınıflar/modüller ve akademik derece programları ile İngiltere'deki tarım iletişim sektörünün ihtiyaçları arasında uyumsuzluk olduğu sonucuna da varırlar. Miller vd. (2020) bu çalışmanın sonuçlarına dayanarak, Birleşik Krallık kurumlarının bir tarım iletişimi programı için bir başlangıç noktası olarak şu potansiyel tarım iletişim sınıfları/modülleri listesini kullanmaları önerilir: Tarım gazeteciliğinde staj, iletişim kampanyaları, iletişim hukuku ve etiği, tarımsal yayınların geliştirilmesi, tarımda elektronik (online) iletişim, haber raporlama ve makale yazımı, halkla ilişkiler, tarım ve doğal kaynaklarda risk ve kriz iletişimi.

Nihayetinde Tarım İletişiminin yazılı basından stratejik iletişim, pazarlama ve markalaşma, halkla ilişkiler ve çevrimiçi ve sosyal medyayı kapsayan bir alana doğru bir gelişim gösterdiği görülmüştür. Günümüzde tarım iletişimcileri, özel sektör ve kamu sektöründe tarım ve doğal kaynaklar adına savunuculuk yapan, yayınlayan ve tanıtım yapanların yanı sıra haber verenleri de kapsamaktadır. ABD'de Tarım iletişim programlarının ve öğrencilerin sayısı arttıkça, disiplinin bilimsel temeli de arttığını söyleyen Corder ve Irlbeck (2018) Journal of Applied Communications (JAC) 102., Journal of Agriculture Education (JAE) ise 59. sayısının yayınlandığını belirtir. Bu dergilerde yayınlanan tarım iletişimi konularının

yıllar içinde teorik temeli ve metodolojisi genişlemekte, tarım endüstrisi için önemli konular dikkatlice ele alınmaktadır.

**Tarım İletişimi Eğitiminde Teksas Tech Üniversitesi (TTÜ) örneği**

Aherns ve Gibson (2013) TTÜ'de tarım iletişiminin nasıl geliştiğine ilişkin yaptıkları çalışmada, tarım iletişiminin lisans derecesi olma sürecini incelerler. Çalışmaya göre kırk yıl öncesine kadar TTÜ'de öğrencilerin tarım iletişimine dair Üniversitede herhangi bir ders seçenekleri olmadığını bulgularlar. O dönemde özellikle kız öğrenciler, iletişim alanında uzmanlaşma talep ederler. Bu nedenle Tarım Eğitimi Bölümünde öğrencilerin gazetecilik ve tarımla ilgili beklentilerini karşılamak için 1973 yılında, lisans programına tarım iletişimi dersini seçmeli olarak eklerler. Daha sonraki yıl tarım iletişimi dersi zorunlu tarım eğitimi dersleri arasında yer alır.

Üniversitede "Agricultural Communicators of Tomorrow/ Geleceğin Tarım İletişimcileri (ACT)" organizasyonu düzenlenir ve ACT öğrencileri, 1974'te ilk öğrenci yayını olan "Aggie News"i yayınlanır. İkinci sayı ile adı hızla "Ag Journal" olarak değiştirilir ve "The Ag Journal", ACT üyelerinin ürettiği kolej çapında bir haber bülteni niteliği taşır (Ahernes and Gibson, 2013). Bu sırada bölüm bünyesinde iki tarım iletişimi kursu geliştirildi. 1982 yılına gelindiğinde Teksas Tech Üniversitesinde AGED 430 Agricultural Education Problems dersinde bugün hala yayınlanmakta olan The Agriculturist'i dergisini çıkardılar. Ahernes ve Gibson (2013) yaptıkları çalışmada yıllar içinde tarım iletişimini seçmeli ders olarak başlayan süreçte, tarım iletişimi dersleri oluşturmaya yönelik bir geçiş döneminden sonra, kendi derslerini geliştirirken, öğrencilerin kitle iletişimiyle ilgili çeşitli dersler almalarını zorunlu kılmaya devam ettiklerini belirtir. Bu çalışmada Ahernes ve Gibson (2013), TTU'nun önce bir programa olan ihtiyacı fark etme, bu ihtiyaçları karşılamak için diğer bölümlerle ilişkiler geliştirme, özel kurslar oluşturma ve ardından derece programlarına dönüşme gibi bir süreç izlediklerini ve bunun hızlı ve kolay bir süreç olmadığını tespit ederler. 1993'te Tarım Eğitimi olan bölümün adı, tarım iletişimi programının büyümesini ve popülaritesini yansıtan, bugün hala anıldığı şekliyle "Tarım Eğitimi ve İletişim Bölümü" olarak değiştirildi. Bölümde öğrenciler, tarım iletişimine giriş, tarım iletişiminde staj, tarım iletişiminde yayımcılık, tarım iletişiminde sorunlar, dijital iletişim, tarım iletişiminde web dizayn, video çekim, metin yazma gibi lisans dersleri oluşturuldu. Aynı zamanda 2001 yılından itibaren tarım iletişiminde bilgi yönetimi, kampanya planlama, kriz iletişimi gibi üst başlıklardan oluşan lisansüstü program TTU Tarım İletişimi ve Eğitimi bölümünde açılmaya başlandı. 2011 yılında ise Tarım İletişimi ve Eğitim Felsefe Doktora programı başlamıştır.

Tarım iletişimi lisans programı, öğrencilerin hem kitle iletişiminde hem de tarımda uzmanlaşmasını sağlar. İletişim bileşeni, gazetecilik, konuşma, halkla ilişkiler, fotoğrafçılık ve reklamcılık alanlarında önceden belirlenmiş derslerden oluşur. Öğrenciler, ilgi duydukları alanlarda uzmanlaşmalarına ve tarım konusundaki genel bilgilerini pekiştirmelerine olanak tanıyan teknik tarım kursları seçerler. Tarım iletişimindeki kariyer örnekleri, iletişim uzmanı, fotoğrafçı, lobici, editör, muhabir, halkla ilişkiler uzmanı, etkinlik planlayıcısı, kameraman ve grafik tasarımcıdır. Tarım iletişimi uzmanları, ulusal yayınlar, televizyon istasyonları, emtia grupları ve büyük tarımsal etkinlikler dahil olmak üzere çeşitli profesyonel iletişim kuruluşlarıyla staj yaparken uygulamalı deneyim kazanırlar.

2000 yılına gelindiğinde, ABD'deki tarımsal medyanın en üst seviyede olduğu görülür. 101 tarım gazetesi, 432 dergi, 1,001 AM istasyonu, 745 FM istasyonu, 12 eyalet ve 3 bölgesel radyo ağı, 3 televizyon istasyonu medya sektöründe tarım dair iletiler üreterek hedef kitleyle paylaşmaya devam etmektedir.[2]

**Türkiye'de Tarım İletişimi**

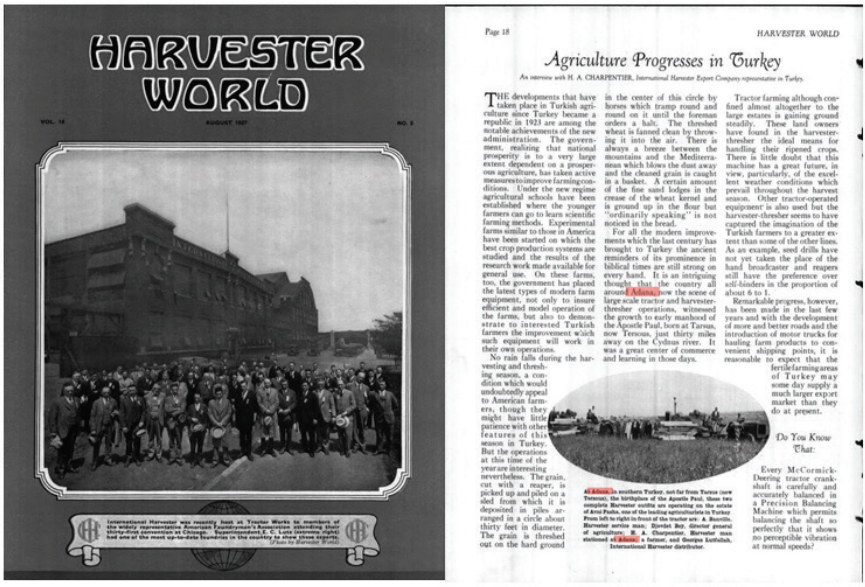
Günümüzde ekolojik ve sosyal olarak sürdürülebilir tarım uygulamalarının teşviki için yayım en önemli politika aracı olarak görülmektedir. Türkiye'de tarım alanında iletişim kavram ve tekniklerinin tarımsal yayım dersinin içinde yer aldığı görülür. Öcal (2022) yapmış olduğu çalışmada iletişim tekniklerini "tarımsal yayım ve iletişim" dersinin alt başlıklarından biri olarak sayar ve bu dersin sadece Ziraat Fakültelerin birkaç bölümünde sınırlı biçimde yer aldığını belirtir. Tarımsal yayım ve iletişim dersinin önemine vurgu yaptığı çalışmasında, sosyal ağlar gibi gelişen iletişim alanlarının tarımın faydasına kullanılabilecek bir eğitim içeriğine ihtiyaç olduğunu belirtir. Yine tarımsal yayın başlıklı kitap ve çalışmalarda (Cinemre ve Demiryürek, 2010; Özçatalbaş ve Gürgen, 1998) iletişim alanıyla ilgili konuların alt başlıkların içinde geçtiği görülür. Çiftçilere bilgi aktarımı, kitlesel etkinliklerin etkililiği, sözlü ve sözsüz haberleşme, algılama, haberleşme ve yayım araçları, yayımcı ile üretici ilişkileri, kitlesel yayım, bireysel yayım metotları iletişim alanı ile ilgili karşılaşılan alt başlıklardır.

Küresel boyutlu bir iletişim alanı olan Cumhuriyet tarihinin ilk uluslararası tarım fuarı 1924'de Adana'da gerçekleştirilir. Farklı 11 ülkeden fuara katılım gerçekleşirken tarım araç ve tekniklerinin sergilenmesi, bölgedeki ve ülkedeki çiftçilerin sergi alanındakilerle bir araya gelerek tanıtım süreçleri gerçekleşmiştir. Ortalama yüzyıl önce Cumhuriyet dönemi ülkemizde gerçekleştirilen ilk fuar olma özelliği de taşıyan fuar ile aslında etkili bir iletişim süreci amaçlanmıştır. En temel anlamıyla iletileri

2 http://robertsonclass.weebly.com/ag-communication.html

kodlayan kaynak ve bu iletilerin yöneltildiği alıcı arasındaki süreci tanımlayan iletişim kavramı tarihin her döneminde önemli olmuştur. İletişimin tarihinde matbaanın icadı ile bireylerarası süreçleri kapsayan iletişim süreçlerine kitlelerin iletişimi dahil olmuş ve yeni çıkan her teknoloji, iletişim biliminin konusunu ve incelemesi gereken alanı genişletmiştir. Bu kapsamda tarım iletişimi başlığı, tarımla ilgili birçok iletişim süreci gibi, çiftçi, köylü ya da herhangi bir hedef kitleye ulaşan dergi, gazete, kitap ve bir çok yayın ve yayım faaliyetini kapsar.

Ülkemizde ve özellikle Çukurova bölgesinde tarım faaliyetleri oldukça eskidir. Cumhuriyet döneminin ilk yıllarında bölgedeki tarım faaliyetine ilişkin bir röportaj tarım konusunda kitle iletişim araçlarının önemini de gösteriyor (Resim 3). Harvester World dergisinin 1927 yılındaki sayısında "Agriculture Progresses in Turkey/Türkiye'de Tarımın Gelişimi" başlıklı International Harvester Export Company'nin Türkiye temsilcisi H. A. Charpentier ile yapılan röportaj yayınlanır. Türkiye'deki geniş topraklardan ve tarımda makineleşme süreçlerinden ve Harvest şirketinin çiftçilere verdiği önerilerden bahsedilen yazıda Adana büyük bir ticaret ve tarım merkezi olarak nitelendirilir. Hıristiyanların haç yeri olarak bilinen Tarsus'daki Aziz Pavlus Kilisesine göre yeri tanımlanan Adana'nın güçlü toprak sahipleri olduğu anlatılır. Bölgenin röportajdaki fotoğrafın Türkiye'nin önde gelen ziraatçılarından biri olan Avni Paşa'nın arazisinde çektiklerini belirttikleri yazılarında Traktörün önünde soldan sağa: A. Banville, biçerdöver servis elemanı; ziraat genel müdürü Cevdet Bey; H. A. Charpentier, Adana'da görev yapan biçerdöver elemanı; bir çiftçi ve International Harvester distribütörü Qeorges Lutfallah olarak sıralanır. Harvest şirketinin biçerdöver, harman makinesini Türk çiftçisinin benimsediğini ancak önerdikleri bazı makineleri kullanmakta mesafeli yaklaştıkları yine yazıda belirtilmiştir.


HARVESTER WORLD

VOL. 18 AUGUST 1927 NO. 8

International Harvester was recently host at Tractor Works to members of the widely representative American Foundrymen's Association attending their thirty-first convention at Chicago. Superintendent E. C. Lutz (extreme right) had one of the most up-to-date foundries in the country to show these experts. (Photo by Harvester World)

Page 18 HARVESTER WORLD

Agriculture Progresses in Turkey

An interview with H. A. CHARPENTIER, International Harvester Export Company representative in Turkey.

THE developments that have taken place in Turkish agriculture since Turkey became a republic in 1923 are among the notable achievements of the new administration. The government, realizing that national prosperity is to a very large extent dependent on a prosperous agriculture, has taken active measures to improve farming conditions. Under the new regime agricultural schools have been established where the younger farmers can go to learn scientific farming methods. Experimental farms similar to those in America have been started on which the best crop production systems are studied and the results of the research work made available for general use. On these farms, too, the government has placed the latest types of modern farm equipment, not only to insure efficient and model operation of the farms, but also to demonstrate to interested Turkish farmers the improvement which such equipment will work in their own operations.

No rain falls during the harvesting and threshing season, a condition which would undoubtedly appeal to American farmers, though they might have little patience with other features of this season in Turkey. But the operations at this time of the year are interesting nevertheless. The grain, cut with a reaper, is picked up and piled on a sled from which it is deposited in piles arranged in a circle about thirty feet in diameter. The grain is threshed out on the hard ground in the center of this circle by horses which tramp round and round on it until the foreman orders a halt. The threshed wheat is fanned clean by throwing it into the air. There is always a breeze between the mountains and the Mediterranean which blows the dust away and the cleaned grain is caught in a basket. A certain amount of the fine sand lodges in the crease of the wheat kernel and is ground up in the flour but "ordinarily speaking" is not noticed in the bread.

For all the modern improvements which the last century has brought to Turkey the ancient reminders of its prominence in biblical times are still strong on every hand. It is an intriguing thought that the country all around Adana, now the scene of large scale tractor and harvester-thresher operations, witnessed the growth to early manhood of the Apostle Paul, born at Tarsus, now Tersous, just thirty miles away on the Cydnus river. It was a great center of commerce and learning in those days.

Tractor farming although confined almost altogether to the large estates is gaining ground steadily. These land owners have found in the harvester-thresher the ideal means for handling their ripened crops. There is little doubt that this machine has a great future, in view, particularly, of the excellent weather conditions which prevail throughout the harvest season. Other tractor-operated equipment is also used but the harvester-thresher seems to have captured the imagination of the Turkish farmers to a greater extent than some of the other lines. As an example, seed drills have not yet taken the place of the hand broadcaster and reapers still have the preference over self-binders in the proportion of about 6 to 1.

Remarkable progress, however, has been made in the last few years and with the development of more and better roads and the introduction of motor trucks for hauling farm products to convenient shipping points, it is reasonable to expect that the fertile farming areas of Turkey may some day supply a much larger export market than they do at present.

Do You Know That:

Every McCormick-Deering tractor crankshaft is carefully and accurately balanced in a Precision Balancing Machine which permits balancing the shaft so perfectly that it shows no perceptible vibration at normal speeds?

At Adana, in southern Turkey, not far from Tarsus (now Tersous), the birthplace of the Apostle Paul, these two complete Harvester outfits are operating on the estate of Arzi Pasha, one of the leading agriculturists in Turkey. From left to right in front of the tractor are: A. Bazetlis, Harvester service man; Ejredet Bey, director general of agriculture; H. A. Charpentier, Harvester man stationed at Adana; a farmer, and Georges Lotfallah, International Harvester distributor.

*Resim 3. The Harvester World: Volume 18, number 8, August 1927 sayfa 18* [3]

Harvester World dergisi ilk olarak International Harvester Company tarafından 1909 yılında yayınlanmaya başlayan şirketin kendini, çalıştıkları kuruluşları ve ülkeleri anlattıkları bir dergidir. 1909'dan 1946'ya kadar Harvester World, dünya çapında çeşitli fabrikalardan, şubelerden ve bayilerden haber içeren, öncelikle şirketin gücünü gösteren bir dergi olarak işlev görür. Şirketin Reklam Departmanı tarafından yayınlanan dergi, aynı zamanda genel merkezin bayilerle iletişim kurmasını da sağlar. 1950'lere gelindiğinde, Harvester yazılarının çoğu, International Harvester ürünlerini kullanan kişi ve kuruluşlara odaklanan, insanları ilgilendiren hikayeler şeklinde biçimlenir. Merkezinde tarım makinaları ve üreticisi olan firmanın kurumsal dergi gibi bir araçla hedef kitlesi ile iletişim kurması ve bizlere yüzyıl öncesinde yazıları ile hala bilgi iletmesi çarpıcı bir örnek olarak karşımıza çıkar.

Ülkemizde tarım alanına ilişkin tarım iletişimi kapsamına alabileceğimiz çok sayıda yayın elbette bulunmaktadır. Özellikle Cumhuriyetin erken dönemlerinde 1940-1954 yılları arasında hizmet veren Köy Enstitülerinde tarım konusunda kırsalda çalışanları bilgilendirmek için basılı kitap, dergi ve gazeteler bulunduğu bilinmektedir (Makal, 1979). Cumhuriyetin ilk yıllarında İzmir'de çıkarılan Çiftçi Gazetesi ve Köylü Gazetesi de yine halkı bilgilendirmek amacıyla yayınlanan çalışmalar olarak karşımıza çıkar.

3 https://content.wisconsinhistory.org/digital/collection/ihc/id/12414/rec/1)




*Resim 4. Çiftçi Gazetesi 1953 ve 1962 tarihli sayıları, Balıkesir Halkevi Köycüler şubesi yayınlarından "Köy Kitabı".*

Tarım ülkesi olan Türkiye'de çok fazla tarım içerikli dergi, gazete, radyo ve televizyon programları olması beklenir. Ancak bu alan Tarım İletişimi başlığı ile kavramsallaştırılmadığı gibi, bu yayınlara akademik çalışmalarda da nadiren rastlanmaktadır. Ayrıca basılı materyallerin arşivlerine ulaşmakta bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüzde ise yayın ve yayım faaliyetleri kamu eliyle yürütülmekte olup, çalışmalar tarımsal yayım ve eğitim odaklı olarak şekillendiği görülmektedir. Tarım ve Orman Bakanlığı bünyesindeki Eğitim ve Yayım Daire Başkanlığı tarafından çiftçi eğitimi, çiftçi toplantıları, sunumlar, basılı materyaller, görsel ve işitsel içerikler yıllık faaliyet planları kapsamında yapılmaktadır. Kapsamlı biçimde Bakanlığa bağlı olarak TAYEM-Tarımsal yayın ve Eğitim Merkezleri üzerinden aktif çalışmalar yapılmaktadır. Bakanlık tarafından "Türk Tarım Orman Dergisi" 1986 yılından itibaren iki aylık periyotlarla yılda altı defa yayınlanmakta, "Tarım ve Orman Bülteni" ise çevrimiçi olarak hedef kitleye ulaştırılmaktadır. Bakanlığın 2021 faaliyet raporuna[4] göre GAP Yöresi Eğitim ve Yayım Programı kapsamında 2021 yılı sonu itibariyle kümülatif olarak çok sayıda film yapılmış, Web Tarım TV'de çiftçileri ilgilendiren konularla ilgili hazırlanmış eğitim filmleri, bilgilendirici kısa filmler yayınlanmıştır. Yine faaliyet raporuna göre 2021 yılında tarımla ilgili içerikler haberleştirilmiş Bakanlık tarafından hazırlanmış 13 adet kamu spotu olarak yerel ve ulusal televizyon kanallarında yayını sağlanmıştır. Bakanlığın sitesinde Eğitim ve Yayın platformu olarak Tarım ve Orman Akademisi, Tarım ve İnsan Fotoğraf Yarışması, Tarım Orman Bülteni, Türk Tarım Orman Dergisi, Web Tarım TV ve Dijital Kütüphane sıralanmıştır. Tüm bu çalışmaların çiftçi ve çiftçilikle dolaylı ilgili hedef kitleye nasıl ulaştığı ve nasıl bir değişim yarattığına ilişkin hedef kitle analizleri, alımlama, ikna süreçleri, okunurluk, izlenirlik ve etki sonuçları gibi veriler Tarım İletişimi açısından ele alınması gerekir.

4 https://www.tarimorman.gov.tr/SGB/Belgeler/Bakanl%C4%B1k_Faaliyet_Raporlar%C4%B1/TOB%202021%20YILI%20%C4%B0DARE%20FAAL%C4%B0YET%20RAPORU.pdf

## SONUÇ

Tarım İletişimi Amerika Birleşik Devletlerinde yüzyıllık akademik bir geçmişe sahip olup, günümüzde akademide sadece lisans düzeyinde 48 farklı programda tarım iletişimi eğitimi verildiği görülmektedir. Ülkemizde tarım iletişimi kavramsallaşması kapsamında herhangi bir akademik ders ya da içerik henüz oluşturulmadığı ve tarım iletişimi başlığında akademik bir disiplin oluşturulmadığı görülmektedir. Sürdürülebilir tarım için iletişimin zorunluluğu uluslararası süreçlerde konuşulmakta, yıllar içinde farklı başlıklarda çalışmalar yapılmakta ancak bir disiplin kapsamında bu alan düşünülmemiştir. ABD'de yapılan akademik çalışmalarda İletişim mesleğinde tarım iletişimi akademik disiplinine olan ihtiyacı ile öğrencilerin, fakültelerin ve tarım iletişimi mezunlarının potansiyel işverenlerinin tercihlerini araştırmaya devam etmek gerektiği ve bu disiplinlerarası alanın özellikle potansiyel taşıdığı verilen ders çıktılarında görülmüştür. Akademide tarım iletişiminin gelecekteki uygulanabilirliği, diğer akademik programlarla yapıcı işbirlikçi ilişkiler kurma becerisine bağlıdır. Tarım iletişimini geliştirme stratejileri, ülkemiz Ziraat ve İletişim fakültelerindeki programlar arasında sinerji oluşturacak şekilde tarımsal eğitimle koordine edilirse, başarı potansiyeli büyük ölçüde artacaktır. Özellikle İletişim ve Ziraat fakülteleri arasında çift anadal programlarının başlangıçta bu ihtiyacı karşılayabileceği öngörülebilir. İletişim Fakültesinden Ziraat Fakültesi öğrencilerinin iletişim alanına ilişkin alacakları dersler iletişim yeteneği daha güçlü ziraatçılar yaratırken, Ziraat fakültesinde alana ilişkin temel dersler alan iletişimciler daha güçlü tarım gazetecileri ya da tarım reklamcıları ve tarım iletişimcileri olabilirler. Tarım eğitimi gibi tarım iletişimi, birleşik bölümlerin öğretim, araştırma ve sosyal yardım çabalarına benzersiz ve değerli katkılar sağlama potansiyeline sahiptir. Tam potansiyeli en iyi şekilde, daha büyük bir bağımsızlık ölçüsü ile gelişmesine izin vererek gerçekleştirilebilir. Ancak tarım iletişim programlarının karşı karşıya olduğu en önemli sorun, akademik programlarının uygulanmasına ve yönetilmesine yardımcı olmak için diğer akademik birimlere güvenmeleri olabilir. İletişimi Fakülteleri ile işbirliği, her iki programın kendi akademik ve mali güçlükleriyle uğraşmaları nedeniyle daha da karmaşık hale gelme potansiyeli de taşımaktadır.

Bu çalışmanın bir diğer önerisi, İletişim alanında çalışanların tarım iletişimini bir disiplin olarak geliştirebilmek için, tarım yayıncılığının tarihçesi, tarım gazeteciliği, tarım reklamcılığı, tarımda iletişim ve yönetim ve tarım iletişimi eğitimi başlıklarında çalışmalar yapmasıdır. Bilimsel araştırmalar alanın kurulmasına ve gelişmesine çok önemli katkı sunacaktır. Dünyada yüzyıldır tarım iletişimi başlığında eğitimler verilirken, 30 bini aşkın akademik ve saygın dergilerde tarım iletişimi konusunda yayınalar yapılırken ülkemizde sınırlı sayıda çalışmanın olması bu alanın incelenmesi gerekliliğinin bir koşuldur.

## KAYNAKÇA

Aherns, Chelsey Ann and Gibson, Courtney (2013) "The Evolution of the Agricultural Communications Degree Program at Texas Tech University: A Historical Perspective," Journal of Applied Communications: Vol. 97: Iss. 2.

Agunga, R. (2019). "Towards a professionalising of communication for development: A strategy for improving aid effectiveness. Asia Pacific Media Educator," 29(2), 123–136.

Budak, D. N. (2020). "Yeni bir akademik disiplin olarak tarımsal iletişim: Türkiye bağlamında bir araştırma" Doktora Tezi. Maltepe Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul

Cannon, Karen J.; Specht, Annie R.; and Buck, Emily B. (2016) "Agricultural Communications: A National Portrait of Undergraduate Courses," Journal of Applied Communications: Vol. 100: Iss. 1. https://doi.org/10.4148/1051-0834.1018

Cinemre, H.A. ve K. Demiryürek., 2010. Tarımsal Yayım ve Haberleşme. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Ziraat Fakültesi Ders Kitabı, No: 17 (6. Baskı),

Copeland, O. B. (1970) "Public Relations Goal—Telling How Agricultural Progress Benefits All," Journal of Applied Communications: Vol. 53: Iss. 3. https://doi.org/10.4148/1051-0834.2104

Corder, J., & Irlbeck, E. (2018). "Agricultural communications skills, abilities and knowledge desired by employers compared to current curriculum: A literary review." Journal of Agricultural Education, 59(4), 177-193. https://doi.org/10.5032/jae.2018.04177

Doerfert, D. & Cepica, M. (1991). "The current status of agricultural communications/journalism programs in the United States. Center for Agricultural Technology Transfer (CATT), Texas Tech University, Lubbock.

Duley, C., Jensen, R., & O'Brien, J. (1984). A review of agricultural journalism programs in the United States universities [Unpublished master's thesis]. University of Wisconsin-Rivers Falls

Duncan, C. H. (1957). An evaluation of the agricultural journalism curriculum in land grant colleges. Unpublished master's thesis, University of Missouri, Columbia.

Elliot M. Zwane , Robert Agunga, Chris O. Igodan (2020) Communication, extension and smallholder farmers in South Africa: targeting the poor in the development process" SSRG International Journal of Economics and Management Studies (SSRG-IJEMS), Volume 7, Issue 5

Fortner, Allison R.; Lamm, Alexa J.; Borron, Abigail; Holt, Jessica; and Moore, Allen J. (2022) "Exploring Source Credibility when Communicating about Agricultural Science on Twitter," Journal of Applied Communications:

Vol. 106: Iss. 3

Large, M. (2014). Characteristics of agricultural communications undergraduate programs (Publication No. 1563510) [Master's thesis, University of Arkansas]. ProQuest Dissertations & Theses Global.

Makal, Mahmut (1979). "Köy Enstitüleri ve Ötesi (Anılar, Belgeler)", İstanbul: Çağdaş Yayınları.

Miller, Jefferson D.; Maples Bell, Sara; Rucker, Jill; Buck, Emily; and Parks, Anika (2020) "Introducing the Academic Discipline of Agricultural Communications to the United Kingdom,"

Journal of Applied Communications: Vol. 104: Iss. 4.

Irani, Tracy and Doerfert, David L. (2013) "Preparing for the Next 150 Years of Agricultural

Communications," Journal of Applied Communications: Vol. 97: Iss. 2. https://doi.org/10.4148/ 1051-0834.1109

Öcal Kara, F. (2022). "Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Öğrencilerinin Tarımsal Yayım ve Danışmanlık Konusunda Farkındalıklarının Belirlenmesi", Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences, 8(50):363-369.

Özçatalbaş, O., & Gürgen, Y. (1998). Tarımsal Yayım ve Haberleşme. Baki Kitabevi, Adana, 385.

Parrella, Jean A.; Baker, Carrie N.; Leggette, Holli; and Dunsford, Deb W. (2022) "Improvisation for Agricultural Communicators: Investigating the Effect of Paired Role-Play Discussions On Students' Empathy Development Using a Quasi-Experiment," Journal of Applied Communications: Vol. 106: Iss. 3

Perrett, H. E. (1982). Using communication in support in projects: The World Bank experience (World Bank Staff Working Papers No. 551). Washington, DC: The World Bank.

Reisner, A. (1990). An overview of agricultural communications programs and curricula. Journal of Applied Communications, 74(1), 8-17.

Riggs, Angel N. and Montgomery, Diane (2018) "Agricultural Communications Students Describe a Short-term Field Experience," Journal of Applied Communications: Vol. 102: Iss. 2.

Sahin, A., Kaynakçi, C., & Aytop, Y. (2016). Ziraat fakültesi ögrencilerinin sosyal medya kullanim aliskanliklarinin Belirlenmesi/Determination of social media usage habits of students in the agriculture faculty. Journal of Tekirdag Agricultural Faculty, 13(2), 34-45.

Sert, M. , Sevinç, M. R. , Cançelik, M. & Aydoğdu, M. H. (2020). "Tarımsal Yayımda Kitle İletişim Araçları Ve Ziraat Fakültesi Öğretim Elemanlarının Tarım Temalı Televizyon Kanallarına Karşı Tutumları", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 19 (73) , 425-435 . DOI: 10.17755/esosder.585091

Simon, L.A. (2005). Master's level agricultural communications curriculum: A national Delphi study. (Master's thesis), Retrieved from Texas Tech Electronic Theses and Dissertations database.

Sprecker, K. J. & Rudd, R.D. (1998). Opinions of practitioners concerning curricular requirements of agricultural communication students at the University of Florida. Journal of Applied Communications, 82(1), 31-42.

Telg, R. and Irani, T. (2012) Agricultural communications in action: a hands-on approach. Delmar Cengage Learning, Clifton Park: NY.

Tucker, M., Whaley, S.R, & Cano, J. (2003). Agricultural education and agricultural communications: Striking a proper balance in the academy. Journal of Agricultural Education. 44(1), 22-30.

Tucker, M., & Paulson, C. (1988). A descriptive study of characteristics, interests, and career objectives of agricultural communications students. ACE Ouarterly. 7 l(3), l0- 16.

Weckman, R., Witham, D. and Telg, R. (2000) "Southern Agricultural Communications Undergraduate Programs: A Survey", Journal of Applied Communications: Vol. 84: Iss. 4.

Zumalt, J.R. (2007). Identifying the Core Periodical Literature of the Agricultural Communications Documentation Center. Journal of Agricultural & Food Information 8, 43–63. doi:10.1300/j108v08n03_05

https://www.artofmanliness.com/living/reading/in-praise-of-the-old-farmers-almanac/

http://robertsonclass.weebly.com/ag-communication.html

https://content.wisconsinhistory.org/digital/collection/ihc/id/12414/rec/1

https://www.tarimorman.gov.tr/SGB/Belgeler/Bakanl%C4%B1k_Faaliyet_Raporlar%C4%B1/TOB%202021%20YILI%20%C4%B0DARE%20FAAL%C4%B0YET%20RAPORU.pdf