

Yaratıcı Endüstriler Bağlamında Halkla İlişkiler Eğitimi Yeniden Düşünmek

Ahmet Tolungüç

Demir Nihan Hocam'ı dinlerken şöyle salona bir baktım, görünen o ki, en yaşlı değil ama en kıdemli benim galiba. Bu semtin, Cebeci'nin havasını 1971-1972'den itibaren solumaya başladım. O zaman çoğunuz yeryüzünde bile değildi herhalde. 2006 yılında 32 yıllık hizmetten sonra Ankara Üniversitesi'nden emekli oldum. Bir, iki yıl daha çalışır mıyım acaba diye düşünerek Başkent Üniversitesi'ne gittim. On iki yıl olmuş. Dolayısıyla bu süreç içerisinde 46 yılımın 40 yılı fiilen her kadroda her düzeyde akademisyenlik yaptım; asistanlıktan başlayıp profesörlüğe uzanan sonuçta da dekanlıkla noktalanmış 40 yıl. 15 yıl dekanlık, yani ömrümün neredeyse dörtte biri; dolayısıyla bu kadar uzun bir süre dekanlık yaptıktan sonra, kendimde çok acayip bir tecrübe birikimi olduğunun farkına vardım. Dolayısıyla bunlardan da faydalanarak sizlere belki çok da akademik üslupta olmayan ama tecrübelerimi aktaracağım bir sunum hazırladım.

Bu sunumun içerisinde bir kere şunu söyleyerek başlamalıyım; "Yeni Zamanlarda Halkla İlişkiler" başlığına, bir kere Alaeddin Hoca'nın anısına saygımı belirterek devam edeyim. Şimdi bu toplantı için düzenlenen web sayfasında dört tane amaç var. Bunlardan yanlış hatırlamıyorsam ikincisi "21. Yüzyılın dinamiklerine uygun olarak mesleğin disiplinlerarası yaklaşım ve yenilenme ihtiyacını vurgulamak". Benim açımdan burada "yenilenme ihtiyacını vurgulamak", can alıcı, altı çizilmesi gereken nokta. Çünkü iletişim alanındaki eğitim, Türkiye'de 1965 yılında bu okulda başladı. 2018 yılındayız, 53 yıl geç-

miş uzerinden, 53 yılda 1965 yılında nerede idiysek bugün ondan daha ileride değiliz. Eğitim açısından syluyorum. Başlangıçta altı fakülte vardı Türkiye’de; Ankara’da iki, İstanbul’da iki, İzmir ve Eskişehir olmak üzere, bugün sayı 70’i geçmiş. Hiçbir planlamanın olmadığı, bir tür ğrenci deposu üniversiteler olarak kullanılan; çünkü çok ciddi yatırım yapılmasını gerektirmeyen, yatırım yapılması durumunda da dekanlara, rektörlere televizyon kanalları, radyo istasyonları gibi “fringe benefit”ler sağlayan bir fakülte yapısı bu. Herkes bu fakülteyi kurmayı çok istiyor, ama yeterli kadro var mıdır, yeterli ğretim üyesi var mıdır bütün bunlara bakan yok; özellikle taşrada çok daha vahim noktalara geliyor bu alandaki eğitim. Uzerinden yarım yüzyıl geçmiş olmasına rağmen, eğitimde bir adım ileriye gidemedik. şimdi bu süre içerisinde, bu 46 yılın 6 yılını atalım, 40 yıl içerisinde iletişim eğitimi ile ilgili olarak çok kafa yordum. Özellikle de dekanlık dönemimde epeyce de mücadele verdiğimi söyleyebilirim. Fakat bu dönüşümü sağlama konusunda çok da başarılı olduğum söylenemez. Çünkü insanlar alışık oldukları yapılara sadakatle bağlılar. Buradaki dönüşümün kendileri açısından herhalde riskler taşıdığın düşünüyorlar ki, bu tür dönüşümlere sıcak bakmıyorlar. Dolayısıyla bu dönüşümü sağlama sürecinde maalesef başarılı olamadım. Bu başarılı olamamanın arkasında pek çok neden var. İletişim fakültesi dekanları arasında çok ciddi bir turnover var, çok hızlı değişiyorlar. Dekanlar Konseyi diye bir heyetimiz var, orada toplantılara gittiğimiz zaman, toplam dekanların neredeyse üçte biri değişmiş oluyor. Her sene bir önceki yıl şiddetle tartışıp, kavga edip reddettiğimiz yeni konuları bir sonraki yıl yeni dekan yepyeni bir şey bulmuşçasına tekrar gündeme getiriyor yani havanda su dövüp geri dönüyoruz. Dolayısıyla kendi arkadaşlarımızdan ve dekanlardan ciddi biçimde direnç gördük. O zaman ki benim ve paylaştığını bildiğim kimi arkadaşlarımızın iddiası şuydu: İletişim fakülteleri, ya da daha doğrusu basın yayın yüksekokulları o zaman kurulurken, daha sonraları yüksekokullar fakülteye dönüşürken bir takım fırsatları kaçırdık. Bölümleşme mantığının, iletişim eğitimi ile uyumlu olmadığı, yapısal olarak örtüşmediği idi. Bölümleşme akademik kadrolaşmanın bir yapısı olabilir. Ama “bölüm” ile “program” yani ğrenci alınan, eğitim yapılan programı örtüştürdüğününüz

zaman kaçınılmaz olarak radyo televizyonu, gazeteciliği ve halkla ilişkileri birbirinden ayırmış olursunuz. Gerçekte böyle bir ayırım yok. Zaten Alaeddin Hoca'nın da web sayfasında yer alan alana katkıları ile ilgili metin içerisinde iletişim eğitimini esas aldığının altı çiziliyor. Asıl olan iletişim eğitimidir. Bunları birbirinden ayıramıyorsunuz. Reklamcı halkla ilişkilerden mezun olup radyo ve televizyon bilmezse; gazeteci televizyonda çalışıp haber ve haberciliği bilmezse nasıl olacak bu işler? Dolayısıyla bu bölümleşmenin anlamlı olmadığını; iletişim eğitiminin odağa alınması gerektiğini söylüyorduk. Diyorduk ki 1965-2018, 53 yılda pek çok şey değişti, biz değişemedik. Bunun bir kısmının sorumluluğu başka kurumlarda, ama asıl sorumluluk sahiplerinden birisi de biziz. İhtiyaçlar değişti, her şey değişiyor ama iletişim eğitimini değiştirmeyi beceremedik. Bunun çok fazla önemi de kalmadı artık. Çok vahim şeyler söylediğimin farkındayım. Ama biraz sarsmak için, hem sizleri, hem de kendimi bu kadar sert üslupta söylüyorum. Artık iletişim eğitimini dönüştürmenin çok manası da kalmadı. Neden mi?

Bundan tam bir hafta önce, 11 Nisan 2018'de televizyonlarda TÜİK'in yaptığı bir araştırmanın haberi yayınlandı. Bu araştırmada "iş bulamama ve işini kaybetme" oranlarının en yüksek olduğu alanın iletişim eğitimi görenler olduğunu vurguluyordu. 70 tane fakülte kuruyorsunuz. En iyimser tahminlerle her fakülteden her yıl 50 öğrencinin mezun olduğunu varsaysak, her yıl 3500 yeni "iletişimci"yi mezun veriyorsunuz ve bu insanların yeni iş bulma umutları yok; bulabilmiş olanlar da sektördeki, ekonomideki çeşitli dalgalanmalar nedeniyle işlerini kaybediyorlar. Her ekonomik krizde ilk darbe yiyen reklam, halkla ilişkiler ve medya sektörleridir. Bunu böyle koyalım ortaya. Dolayısıyla bundan sonra iletişim eğitimini değiştirmenin çok da manası olmayacak. Şimdi bunun kısa vadeli etkileri ne olacak? Şimdi böyle bir durum, yukarıdaki TÜİK tablosunun ortaya koyduğu durum, insanları bu alana gelmeye ikna etmeye yeter mi? Yetmez. Buna ek olarak fakülteler açısından, devlet üniversitelerinin ciddi bir problemle karşılaşacaklarını düşünmüyorum çünkü finansmanını devlet sağlıyor. Ama Türkiye'deki 180 küsür üniversiteden sayıca, vakıf üniversitelerinin sayısı devlet üniversitelerinden fazla. Vakıf

üniversitelerinin tamamı için önümüzdeki yıl, daha sonraki yıl, ondan sonraki yıl, gittikçe vahimleşen bir biçimde kontenjanlarını dolduramama gibi bir problemle karşılaşacaklar.

Türk toplumu olarak huyumuzdur, sorumluluğu başkalarına atar, bizim sorumluluğumuz yok diye ortalıkta dolaşırız. Ben onu yapmayacağım. Ama bir iki noktaya değinmek istiyorum. Bir, YÖK iletişim alanını boğdu. YÖK'ün kuruluş tarihi 1982. 1982'den sonra pek çok başka alanı olduğu gibi, özellikle de bizim kendi alanımız olduğu için, iletişim alanını boğdu. Nasıl boğdu? Bir kere iletişim alanının özgünlüğü çok farklı alanlarda uzmanlaşma, yetkinleşme olanağının peşinde koşan fakülteler. Mesela İstanbul'da şimdiki Mimar Sinan Üniversitesi'nin bir uzantısı haline gelen Türkiye'de sinema sektörüne en çok hizmet eden bir okul vardı, bu okulu standart bir okula dönüştürdü. Oranın özelliği şuydu; kadroları, Yeşilçam'ın yapımcıları, yönetmenleri, sanatçılarından oluşuyordu. Onlar gelir orada sinemaya özgü dersler, konferanslar verirlerdi, mesela film restorasyonu yapıldı. YÖK boğdu, yok etti bunları. Çünkü uygun yatırım yapılmadı. YÖK bu anlamda boğdu. Biz, mesela burada Ankara'da denedik beceremedik. Dedik ki bu alan ağırlıklı olarak uygulamalı bir alan. Öğrencilerimizi staja gönderelim ama stajlar yaz mevsimine denk geliyor. Yaz aylarında öğrencileri staja göndermenin bir manası yok. Çünkü bütün medya sektöründe yaz ayları en az işin yapıldığı mevsimlerdir. Kışın çekilen diziler programlar, şunlar bunlar tekrar yayınlarına girer. Niye çünkü medya çalışanlarının tamamı tatildedir. Bir tek yayın, teknik işler vb. çalışanlar bulunurlar ve eski bantları yayına verirler, öyle gider. Ben de öğrencimi oralara staja gönderirim, boş boş otururlar. Dolayısıyla biz stajlarımızı yıl içine çekmeye çalıştık. Olmaz dediler. Niye? Sekiz dönem ya da en az dört yıl dershanede ders görmeleri gerekir. Peki bizi beş yıllık bir fakülte yapın. O da olmaz dediler. Çünkü o da yüksek lisans düzeyine taşırılmış. Bu anlamda boğdu. Derslere bile müdahale etti. O dönemi hatırlayanlarınız var mıdır bilmiyorum ama, derslerin verilmiş biçimlerine, içeriklerine varıncaya kadar YÖK müdahale etti. Özellikle 1982'den 1990'a kadar olan o dönemde. Okulun kapısında bir hoca ile bir asistanın bir bütün gün nöbet tuttuklarını hatırlıyorum. Bir bütün gün. Bu tür müdahalelerle buralara kadar getirdi. Bunun bir tek

istisnası var o altı üniversiteden. O da Anadolu Üniversitesi. Yani Yılmaz Büyükerşen. Yılmaz Büyükerşen o zaman Anadolu Üniversitesi'nin Rektörü. Hatta YÖK'te görevi var mıydı tam hatırlamıyorum onu. Ama YÖK'le çok yakın dirsek teması var. O altı fakültenin hepsi iletişim fakültesi olurken 1992 yılında, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi yaptı kendi adını. Yani kendilerini gruptan ayırdılar. Kendileri açısından hayırlı olmuş olabilir. Ama biz bu işten çok hoşlanmadık. Dolayısıyla bütün bunlar iletişim eğitiminin bugüne kadar gelmesini sağladı. Bunlar dış etkenler. Bir de ben çuvaldızcıyım. Çuvaldızı kendimize batıralım. Bu 40 yıl boyunca biz ne yaptık? Bu 40 yıl, bunun 15 yılında dekanlık yapmışsın, sizin adınıza konuşuyorum şimdi; 15 yıl dekanlık yapmışsın sen ne yaptın? Ne yaptığımızı söyleyeyim. Çoğul konuşacağım ama ben bunların çoğunu yapmadım.

Bir, bir kere iletişim eğitiminin, ben bunda halkla ilişkiler, radyo televizyon, gazetecilik, tasarım diye bir ayrım yapmıyorum. Böyle bir şey yoktur diye düşünüyorum. Bunların hepsi ortak bir paydada birleşen bir eğitimidir. Biz bunun uygulamaya yaslanması mutlaka gereken bir eğitim olduğunu unuttuk. Olabildiğince uygulamaları, çeşitli nedenlerle azaltma yoluna gittik. Teori, teori, teori yığdık. Ardından en önemli hatalarımızdan birisi, gitgide sektörden koştuk. Sektörden uzaklaşmanın ya da kopmanın nedeni şurada dördüncü maddede görünüyor. Benim dekanlığım döneminde aksi yönde YÖK'e adeta yalvarmamıza rağmen her bölüme 60 lisans öğrencisi alıyorduk. Biraz önce Abdülrezak hocam söyledi bu rakam şimdilerde 30'a kadar düşmüş, bu iyi bir şey; her öğrenciyi, her bölüme gelen 60 öğrenciyi yani toplam olarak 180 öğrenciyi, biz sanki asistan yapacakmışız gibi bir müfredata tabi kıldık. Bu insanların sektöre gidip bu alanın uygulayıcısı olacaklarını göz ardı ettik. Kuram, kuram, kuram, kuram, başka bir şey yok. Belki kıyısından köşesinden bazı hocalarımızın özel çabalarıyla ve de asıl olan öğrencinin ilgisiyle, evet belki bir takım yerlere gelebilenler oldu. Ama genel olarak biz bu hataları yaptık.

Sonra kadrolarımıza eleman seçerken, yani üniversite kadrolarına eleman seçerken hayatında kamera görmemiş, elini değmemiş insan-

ları radyo televizyon bölümü asistanı yaptık. Hayatları boyunca hiçbir kampanyanın köşesinden tutmamış insanları halkla ilişkiler ve reklam bölümlerine asistan yaptık. Hayatları boyunca röportaj yapmamış, soru sormamış insanları gazetecilik bölümlerine asistan yaptık. E bunların bu alanlarla bir alakası yoktu ki, nasıl sektörle bağlantıyı kursun. Sektörden uzaklaşmamızın arkasında böyle bir temel problem de var. Dolayısıyla zaman biraz daha geçtikten sonra bu aldığımız asistanlar doktoralarını bitirdiler. Her biri çok ciddi ve güzel akademik araştırmalar yapmıştı. Ama doktoralarını bitirdikleri gün, doktora konularının kapsamının ne olduğuna bakmaksızın o başlıkları müfredata ders olarak koyduk. Yüksek lisansta seçmeli ders olsa anlayabilirim. Hayır bunlar lisansta ders oldu. Bunları koyabilmek için yer açmak gerekiyordu. Ne yaptık? Uygulamalı dersleri birleştirdik, azalttık, çıkarttık dışarı. Öğretim görevlisi kadrosu, sektörde bu işi fiilen yapan insanların gelip ders vermelerine olanak sağlayan bir kadrodur. Biz bunları bu amaçla değil, doktoraları bittiğinde görev süreleri kendiliğinden sona eren araştırma görevlilerinin üniversitede kalmalarını sağlamak ve de ders verebilmelerini olanaklı kılmak için bunları o kadrolara atadık. Sektörle bağımız bir daha koptu. Bunun çok insani bir şey olduğunu söylemeliyim. Ben de yaptım. Ama sistemin dayatması ile yaptım. Aksi takdirde emek verdiğimiz, yıllarca doktorasını bitirmeye, yetişmesine katkı verdiğimiz insanın uçup gittiğini görüyordunuz. Uçmak da hani bir yere konup orada yeni bir katkı sağlaması filan değil. İlişği kesiliyor. Bitti, gidiyor. Dolayısıyla bu tür zorlamalarla çok ciddi bir süreç yaşadık.

Daha neler yaptık? Bu süre içerisinde, 2018'e kadar geçen 50 yılı aşkın süre içerisinde medya, mecralar, paradigmlar, her şey değişti. Yaptığımız şeylerden biri de belki de en vahimi şu idi: Derslerimizin içerisinde, özellikle bu medya ekonomisi, medya işletmeciliği gibi derslerimiz var bizim. Bu derslerimizin içerisinde büyük sermayenin medya alanına girmesinden söz ettik. Arkasındaki ekonomik ve siyasi gerekçeleri eleştirdik. Sonra tekelleşmenin, program içeriklerinin tektipleşmesinin ne tür sakıncaları olduğunu anlattık. Medyanın artık nitelikli eleman değil, artık "tetikçi" peşinde koştüğünü söyledik. Ama

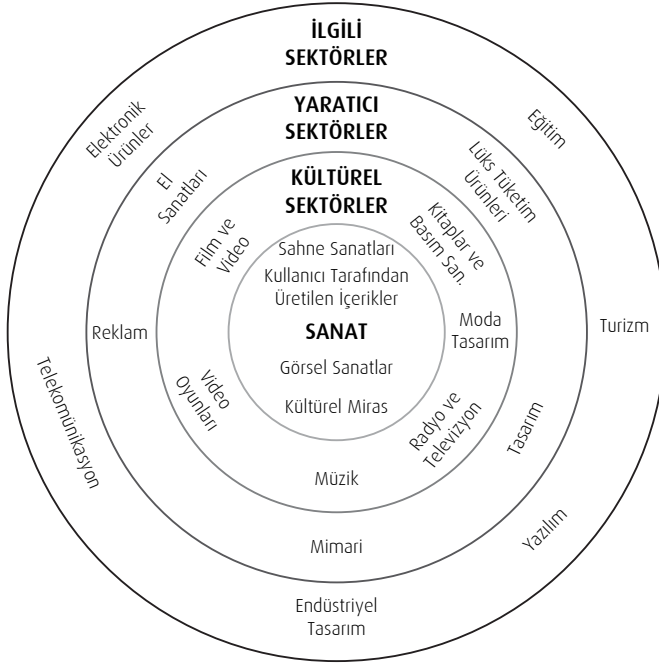
bunu düzeltmek için müfredatlarımızı ellemedik. Dün yaptığımız hataları ısrarla sürdürmeye devam ettik. Sonuçta geldiğimiz noktada, eğer elinizde bir akıllı telefonunuz varsa, bir de internet bağlantınız varsa, şu salondaki herkes, şu anda canlı yayın yapabilir noktada. Ulusal televizyonların ve benzerlerinin hiçbir manası kalmadı. Ama biz ne yapıyoruz, daha hala geleneksel iletişim eğitimini verme konusunda ısrarla direniyoruz. Bütün bunlar değişiyor hayatımızda. Biraz önce Nihan Hoca anlattı. Dünya nerelere gidiyor, neler yapıyor, yaratıcılık, yaratıcılık diyor; biz hala geleneksel medya alanında eğitim veriyoruz.

Bir nokta daha, çuvaldız olarak, bazı ihtiyaçlar ortaya çıkıyor. İhtiyaçlar da hayatın karşımıza çıkardığı ihtiyaçlar. Doktorlar yani tabipler dediler ki, sağlık haberleri çıkıyor, sağlık iletişimi lazım. Ziraatçiler dediler ki zirai konular çok önemli, ziraat iletişimi. Abartıyorum. Dönemsel olarak 2010'lara geldiğimizde teklif ettiğim yöntem buydu. İletişim fakültelerinin lisans programlarını kapatalım, yani öğrenci almayalım. Öyle bir alan ki bu, bir gazetede bir dergide ziraattan sağlığa, bilimin çeşitli alanlarından uluslararası ilişkilere kadar her alanda uzmanlığa ihtiyaç var. Biz bu dersleri müfredatlarımızı koyarak bu bilgiyi üretemeyiz, bu bilgiyi öğretemeyiz. Peki ne yapabiliriz? Oralarda dört yıl okumuş, alan uzmanlığını almış olanlara biz iletişimi öğretilim; bu insanlar gitsin medyada çalışsın. Kabul görmedi. Görmemesi anlayışla karşılanabilir. Bunlara ek olarak, zaten bizim kendi programlarımızda genel formasyon dersleri dediğimiz hukuk, iktisat, işletme, pazarlama, psikoloji, kamu yönetimi, uluslararası ilişkiler ve benzerleri var. Hukuk dediğiniz Hukukun Temel Kavramları, ardından belki konuyla ilgisi nedeniyle Ceza Hukuku, hatta benim öğrenciliğim zamanında biz Devletler Hukuku bile okuduk. Oysa ki iki üç dersle biz hukuk öğretemeyiz öğrencilere. Bu idi iddiamız.

Öğrencilerimize ta ortaokuldan itibaren matematiği öğretmedik. Yabancı dili öğretmedik. Türkçe'yi bile öğretmedik. Böyle bir anlayışın sonucunda PISA sınavlarında "Türkçe yazma ve okuduğunu anlama" alanında bile 50. sıranın üzerine çıkmadık. Dolayısıyla biz bu

işi beceremiyoruz. Bir kere bunun tespitini yapalım. Bir noktaya daha değineyim geçeyim. Süremi aştığımı biliyorum. Daha da aşacağımı da biliyorum. Ama ne yapayım 46 yıl dilim Őiřmiř. Bir tane daha yanlış yaptığımız Őeyden söz edelim. Bundan sondakileri hızlı geçeriz. Neydi o? Bundan üç beş sene önce medya okuryazarlığı diye konjonktürel bir moda çıktı. Bu özellikle çocuklar ve medyanın aslında bir hayal ürünü olduğunu algılamayan insanlar için medya okuryazarlığı, bu medya ne benim bir Őeydir, orada söylenenler ne kadar gerçektir, nasıl anlaşılmalıdır gibi. RTÜK destekledi bu ders orta öğretime kondu. Güzel. Ders kondu da bu dersi kim verecek? Hemen bazı iletişim fakültesi dekanları başvurdular Milli Eğitim Bakanlığı'na, dediler ki, "Bu kadar iletişim fakültesi mezunu var. Bunların öğretmen olarak atamasını yapalım. Bu dersleri bunlar versin." Bu ders bir tane seçmeli ders. Bu dersin kaç öğrenci tarafından alınacağı belli değil. 50 binden fazla okul var. Kimi nereye atıyorsunuz; bir. İkincisi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi'nden öğretmen olabilme potansiyeline sahip olan; Fen Fakültesi'nden çeşitli alanlarda öğretmen olabilme potansiyeline sahip olanlar, tezsiz yüksek lisans programlarından geçerek öğretmen oluyorlar. Biz Şimdi hemen atama yapacağız. Milli Eğitim Bakanlığı ne yaptı, bir haftalık meslekiçi eğitim programları düzenledi. Sosyal bilgiler öğretmenlerini bu programlardan geçirdi. Bunları bu derslere soktu. Bitti. Peki, güzel. Dersleri koydurma konusunda başarılı olunmuştu, öğretmen olarak atattırma konusunda başarılı olamadık ama, üzerinden geçen zamanın sonunda, bu işin peşini bırakmayan kimse var mı? RTÜK takip ediyor mu? Yani ne oluyor ne bitiyor bu medya okuryazarlığı derslerinde, kaç öğrenci seçiyor, derslerde neler anlatılıyor? Bunları takip eden kaldı mı? Yok. Dolayısıyla konjonktüre göre saman alevi parladı ve söndü. Böyle Şeyler olunca iletişim eğitiminin de bir yere varma olasılığı da yok. Dolayısıyla son nokta, çok kritik bir eşikteyiz. Özellikle Abdülrezak Hoca'dan da rica edeceğim, kendi dekanımdan da rica edeceğim, dekanlar konseyi üyesiyim zaten eğer toplantılara gidersem oralarda yine kavga çıkaracağım. Şu anda bir kritik eşikteyiz. O eşik akreditasyon süreci. İletişim Fakülteleri akreditasyon sürecine giriyorlar. İLAD, İletişim Araştırmaları Derneği, YÖK

tarafından bu akreditasyon sürecinin sorumlu kuruluşu olarak kabul edildi. Şu aşamada İLAD kriterleri belirliyor. Akredite etmek için fakültelerin kriterlerini belirliyor. Eğer bu kriterler mevcut bölüm bazındaki kriterlerle ve esnek olmayan bir yapıda tespit edilirse, iletişim fakültelerini külliye kapatmak gerekecek. Neden? Çünkü, eğer bundan sonra değişme potansiyeli ve arzusu olan varsa ve bu konuda çaba harcayacak olan varsa, akreditasyon süreci nedeniyle bu çabadan uzak duracak. Niye? Çünkü akredite edilmeme riskini taşıyacak, dolayısıyla da, iletişim fakülteleri külliye sizlere ömür bir noktaya gelmiş olacak.



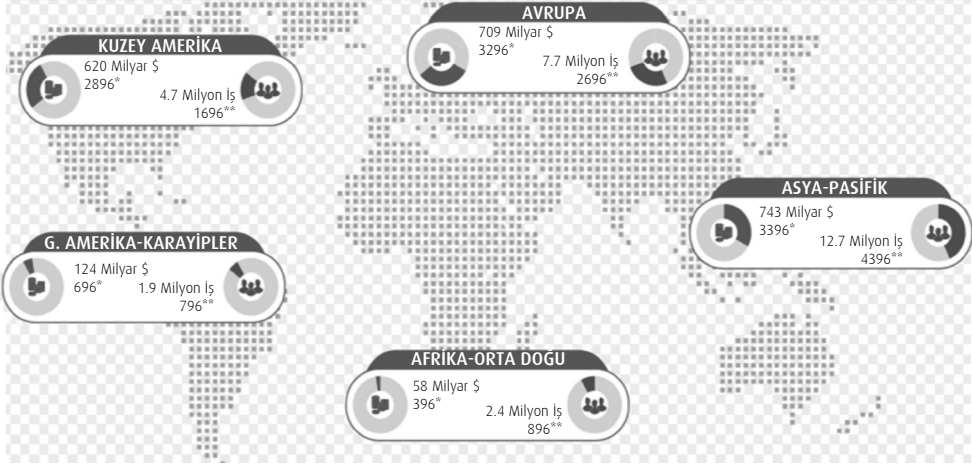
Yaratıcı Ekonomi

Dolayısıyla bu süreçte bu tür hatalar yaptık. Şöyle bir “yaratıcı ekonomi şeması” var. Kapsadığı alanlar itibariyle Nihan Hoca söyledi. Ben ayrıntısına girmeyeyim. Ama şurada ilginç bir nokta var. Yaratıcı endüstriler denen şeyin ağırlığı “iletişim” alanının altında.

YARATICI ENDÜSTRİLER			
KÜLTÜREL MİRAS	SANAT	MEDYA	FONKSİYONEL YARATICILIK
Geleneksel Kültür Varlıkları	Görsel Sanatlar	Yayıncılık ve Basılı Medya	Tasarım
El Sanatları Şenlikler ve Festivaller Kutlamalar	Resim Heykel Antika Fotoğraf	Kitaplar Gazeteler Dergiler ve diğeri yayınlar	İç Mimarlık Grafik Moda Ziyet ve Takı Tasarımı Oyuncak Tasarımı
Kültürel Beldeler	Sahne Sanatları	Görsel-İşitsel Sanatlar	Yaratıcı Hizmetler
Tarihsel Anıtlar Müzeler Kütüphaneler Arşivler	Canlı Müzik Tiyatro Dans Opera Kuklacılık Sirkler	Film Televizyon Radyo Yayıncılık Yeni Medya Dijital İçerik Yazılımlar Video Oyunları Animasyonlar	Mimarlık Reklamlar Yaratıcı Araştırma Geliştirme Kültürel Hizmetler Dijital Hizmetler

Kültürel miras, sanat, fonksiyonel yaratıcılık, bilgisayar programcılığı gibi alanların katkılarını alıyor ama, büyük ağırlık iletişimin altında. Bu Nihan Hoca'nın söylediği gibi dünyada 2016 yılı itibarıyla 3,5 trilyon dolarlık bir büyüklüğü ulaşmış. Dünyanın her tarafında desteklenen bir model. Avrupa Birliği, bu Horizon 2020 projeleri kapsamında destekliyor. "Promoting cultural and creative sectors for growth and jobs in ten EU" diye yazıyor her yerde. Her tarafta var bunlar. Dünyada ne olmuş. Uzak Doğu'da 743 milyar dolar değer üretilmiş. 12,7 milyon insan istihdam edilmiş. Avrupa, Kuzey Amerika dünyanın her tarafında, Afrika ve Ortadoğu'da bile 58 milyar dolarlık bir değer üretilmiş.

Türkiye'de ne var? Raporlarda Türkiye için" gelişmeye açık ve dinamik bir ülke" deniliyor. Bu gelişmekte olan ülkeler gibi bir zerafet göstergesi. Aslında hiçbir şey demek de değil. Bu kadar açık. Gelişmekte



* Küresel CCI Geliri Yüzdesi · ** Toplam CCI İşi Yüzdesi · Aralık 2015

olan ülke demek, gelişmemiş ülke demektir. Dolayısıyla gelişmeye açık, dinamik filan, işte milyar dolarlar seviyeleri konuşulurken 267 milyon dolar (2012), 318 milyon dolar olması bekleniyor (2017). Nereden geliyor bu para? Dizi ihracından. Bir zamanlar annelerimizin, sizlerin belki anneanneleri, babaanneleri seyredirdi. Brezilya dizileri. 800 bölüm, ama 200 tanesini kaçırırsan yine kaldığın yerden seyretmeye devam edebilirdin. Bizim diziler de öyle.

Amerika bu alandaki telif hakları, yenilikçilik ve kültürel üretim alanına yönelmiş; Avustralya ise sağlık, eğitim ve yayıncılık alanına yönelmiş; Nijerya müzik ve dans alanına yönelmiş; kimde ne varsa ona yöneliyor. Hong Kong televizyon yapımları üzerine yoğunlaşmış; Yeni Zelanda sinema yapımları konusunda ülkesini markalaştırmış. Singapur, eğitim teknolojileri ve altyapısı; Singapur'un PISA sınavlarındaki derecesini hatırlıyor musunuz? Bir. Dolayısıyla, böyle bir alan. Güney Kore "devlet destekli büyük markalar ve inovasyonlar" peşinde. Bana Kore menşeli iki marka söyler misiniz? Hyundai, Samsung, Kia. Kore 1950'lerde savaştan çıkan, 1960'larda Türkiye'nin daha gerisindeki bir ülke. Dolayısıyla şunu söylemek istiyorum, bütün bunlar bazı ülkelerde başarılabiliyorken bizde niye olmuyor? Yani hangi koşullar bunu destekliyor ya da köstekliyor? Baktığımız zaman bunun

YARATICI ENDÜSTRİLERİN UNSURLARI



için “ekosistem” ya da “iklim” diyebileceğimiz bir “ortam” gerekiyor. Bir yaşam ortamı. Bu ortamın içerisinde temelde yetenekler ve beceri var; yaratıcılığa açık bir toplum yapısı var; kültür ve sanat var; teknoloji ve yönetim var.

Bunların üzerinde sütunlar yükseliyor. Yani bir ülkenin kalkınmasını sağlayacak; yaratıcı eğitim, bilişim altyapısı, yenilikçi sistemler ve ekonomik ve kurumsal yapılar. Yaratıcı eğitimi şimdilik bir kenara bırakalım. Bilişim altyapısı açısından Türkiye özellikle 1980’lerden sonra çok ciddi bir atılımla oldukça iyi bir noktaya geldi. Bunun hakkını teslim etmek lazım. Yenilikçi sistemler konusunda biz daha çok mühendislik alanına yatırım yapıyoruz. Teknoloji olarak bakıyoruz, teknokentler kuruyoruz, baktığımız zaman bu sadece mühendislik alanında varmış, sosyal inovasyon diye bir şey yokmuş gibi görüyoruz. Ekonomik ve kurumsal yapılar dediğimiz zaman, hem devlette hem de özel sektördeki şeyler var; var ama şöyle çarkı döndürebilecek bir yetkinliğe ulaşmış değil. Bütün bunların üzerinde yaratıcı beyinler, yaratıcı girişimciler, yaratıcı dağıtımçılar var; bütün bunlar onları yaratıyor; yetmiyor ya kim gerekiyor, yaratıcı tüketiciler; yeni ürünleri, yeni teknolojileri satın alarak bunlara kaynak sağlayanlar da gerekiyor. Dolayısıyla bu böyle bir yapı. Gelelim yaratıcılığa açık topluma. Bizim toplumumuzda temel laflarımızdan bir tanesi “icat çıkartma”. Oysa ki demeliyiz ki icat çıkart, yenilik çıkart, fikir çıkart. Ne yaparsan yap. Ama bir şey yap.

Teknoloji alanına geldiğimiz zaman üretmediğimiz teknolojiyi tüketme konusunda Türkiye'nin üstüne dünyada hiçbir toplum tanımayorum. Özellikle de telefonla ilgili alanlarda. Dolayısıyla bu tür problemler çıkıyor.

Şimdi yaratıcı eğitim dedik. Yaratıcı eğitim meselesinde beni çok etkileyen bir kişi var. Bilmiyorum, rastlamış mısınız internette Tide konferansları oluyor. Oralarda çokça çıkar. O diyor ki "geleneksel eğitim sisteminin yani anaokulundan başlayıp, ilkokul, ortaokul, lise ve üniversite olarak giden eğitim sisteminin artık işlevini yitirdiğini, çöktüğünü iddia ediyor. Çünkü yeniyi, yeniyi düşünmeyi ve yenilikçiliği törpülediğini söylüyor. Çünkü diyor, geleneksel eğitim belirli bir standart forma sokmaktır. Standart forma sokmak demek, farklı düşüneni de standartlara çekmek demektir. Dolayısıyla biz eğitimle yanlış yapmamayı öğreterek çocuklarımızı törpülüyoruz. Yaratıcılık ortadan kalkıyor. Onun için özgür bir ortamda, yaratıcılığı destekleyecek bir eğitim yapısı formuna dönülmesi lazım. Bütün dünyada hatta bunu bir adım daha ileri götürüyor diyor ki, tabiiler hiperaktivite ve dikkat bozukluğu teşhisi koyuyorlar ya; bu hastalık değildir. 40 yıl önce yoktu, 40 yıl önce buldular. İlaçla tedaviye başladılar. Hala ilaçla tedavi ettiklerini düşünüyorlar. Aslında çocukları uyuşturuyorlar. Bu çocuklar hasta değiller. Sadece istemedikleri, katılmadıkları bir ortamda bulunmanın kıpırtısını yaşıyorlar. İstemiyorlar orada bulunmayı. Başka bir tepki verme yolları yok. Hatta çok da güzel bir hikâyesi vardır. Bir annenin bir kız çocuğu var, 8-10 yaşlarında. Bu 8-10 yaşlarındaki kız çocuğu hiperaktivite ve dikkat bozukluğu teşhisi ile doktorlara götürülüyor. İlaçla tedavi için çeşitli ilaçlar veriyorlar. Bir sonuç alamıyorlar. Psikiyatriste götürüyorlar. Anlatıyorlar durumu. Doktor diyor ki, "Yavrucuğum sen burada otur. Ben annenle biraz dışarı çıkacağım. İşte, bir şeylere bakacağız, sonra geleceğiz. Sen burada otur." Çıkarken de radyonun sesini açıyor. O sırada radyoda müzik çalmakta. Radyonun sesini açıyor ve dışarı çıkıyorlar. Hani poliste vardır ya sorgu odaları, camın bir tarafından baktığında içeriyi görürsün ama öbür taraftan baktığında dışarıyı görürsün. Geçiyorlar o camın arkasına ve içeriyi seyreliyorlar. Çocuk bir dakika sonra koltuğundan iniyor, dans etmeye başlıyor ve çok da güzel dans ediyor. Diyor ki psikiyatrist

anneye, çocuğunuzun dikkat bozukluğu, hiperaktivite filan gibi bir sorunu yok. Bu çocuğu dans eğitimine götürün diyor. O çocuk büyüdüğünde, New York'un en önemli müzikal sahneleyicilerinden ve oyuncularından birisi oluyor. Dolayısıyla bu ezber bozan yaklaşımlarla bir yere varabilme şansımız ancak olabilir.

Yaratıcı eğitimin özgürlükçü, merak etmeye dayalı, sorgulayıcı ve esneklik içermesi gerektiğini söylemeliyim. Ve bütün bunların, Finlandiya'da, Singapur'da ya da başka ülkelerde aranması gerekmiyor. 1940'lardan 1954'e kadar bu ülkede, Türkiye'de uygulanmış bir deneyim var: Köy Enstitüleri. İdeolojik nedenlerle bunu öldürdük. Toprak ağalarının ve komünizm geliyor propagandasının sonucunda öldürdük. 14 yılda 17 bin mezun verildi. Oradan mezun olanlar bu ülkenin kalkınmasına, gelişmesine, kültür hayatına, bilim hayatına, sanat hayatına inanılmaz bir katkı yaptılar. Farklılığı ne idi? Eğitimi, bilimi, sanatı ve üretimi birleştirmesiydi. Zaten Finlandiya'nın yaptığı bundan farklı bir şey değil ki. Singapur'un yaptığı, yapmaya çabaladığı bundan farklı bir şey değil ki. Biz bunu 50-60 yıl önce yapmışız. Dolayısıyla farklı bir yerde aramaya filan da gerek yok. Sadece birkaç fotoğraf göstereceğim.





Tarihler muhtemelen 1940'lar. Bir köy. Bir eşek. Bir sandık. Üzerinde "kitap iare sandığı" yazıyor. İare ne demek? Kitap ödünç verme demek. Eşek sırtında köylere kitap taşıyorlar. Bu fotoğraf demonstratif bir çekim için kurgulanmış diyenler olabilir. Ama bunların yapıldığını biliyoruz. Şu fotoğraf daha da etkileyici. Yıllar 1940'lar. Dünya boğaz boğaza, İkinci Dünya Savaşı yılları. Anadolu'nun bir köşesinde, bir ülke, yoksul bir ülke, savaştan çıkmış bir ülke, savaşa



girmemeye çabalayan bir ÷lke; bir köyde gençlerine bando kurdurmuş. Daha önemlisi öyle sıradan sazlar değil; suzafon var, trombon var, trompet var, saksafonlar var. Bu ÷lke bunları almış, temin etmiş, 40 kadar okula, belki de hepsine değil, bir kısmına bu aletleri dağıtmış. Ve bir takım insanlar, orada köy çocuklarına bando kurdurmuş, müzik eğitimi vermiş, saz çaldırımış.

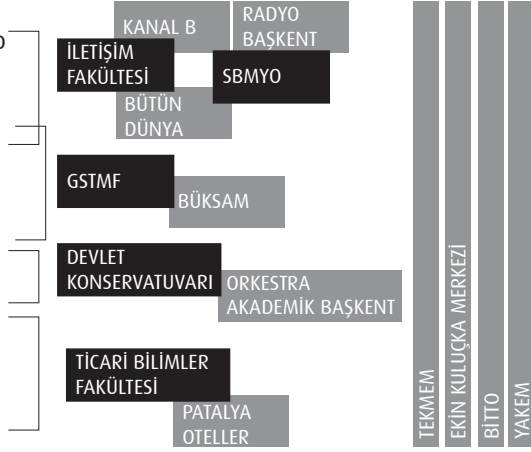
Bu öğrencilerin her birisinde keman var. Hiç birisinin keman satın alacak ekonomik gücü olmadığı çok açık. Devlet vermiş. Dolayısıyla bütün bu alanları eleştirmek kolay. Karar almak zor. Aldığınız karar en az 15-20 yıl sonra sonuç verecek. Bunu günü kurtaracak kararlarla Türkiye'nin eğitim alanındaki sorunlarını aşıp ileriye gitmesi mümkün değil. Bizim yapmamız gereken "mış gibi yapmaktan" vazgeçmek artık. Yaparsak bir şeyi yapalım, ya da yapmayalım.

şimdi biz ne yaptık. Çok hızla onu söyleyeyim. şunlar biraz önce Nihan Hoca'nın söylediği gibi yaratıcı endüstri alanları. Başkent Üniversitesi olarak biz ne yapabiliriz bu alanda diye baktığımızda iletişim, güzel sanatlar, devlet konservatuvarı, ticari bilimler fakültesinin olduğu, bir meslek yüksekokulunun bulunduğu; teknoloji merkezi, kuluçka merkezi, teknoloji transfer ofisi gibi birimlerin olduğunu gördük. Bunları nasıl örgütleyebiliriz ki yaratıcı eğitime katkımız olabilsin diye baktık. Neyi başarabileceğimizi daha bilmiyoruz. Bir sürü şey yaptık. Çalışmalar, araştırmalar ortaya koyduk. Ama nereye kadar gidebiliriz bilmiyorum. Bütün bunları söylerken ve yaparken de iletişim eğitimini göz önünde bulundurarak gittik.

Toplumsal olarak, politika olarak bir şey yapabilmemiz çok kolay görünmüyor ama bireysel olarak yapabileceğimiz bir şey var. Kendimiz açısından mutlaka yapmamız gereken bir şeyler var. O da rahmetli Emin Özdemir Hocamın söylediği "Boş Çuval dik durmaz. Okuyun." Çuvalınızı doldurun. Müktesebatınızı, sahip olduklarımızı, edincimizi arttırmamız gerekiyor. Nereden okursanız okuyun. Ama okuyun. Bu vesile ile Emin Hocamı da minnet ve şükran ile anıyorum. Sevgili Sobacı'yı anacağım burada. Sobacı'nın çok sevdiğim bir lafı vardır. Eğer müktesebatınızı yüksek tutup, çuvalımızı doldurursak, bir şeyler

Başkent Üniversitesi'nde
Kültürel ve Yaratıcı Endüstriler

Sinema, Televizyon ve Radyo
Basın Yayın
Halkla İlişkiler, Reklam
Tasarım
Mimari
Moda Tasarımı
Sanat ve Antika
Müzik
Performans Sanatları
El Sanatları
İnteraktif Eğlence Yazılımları
Yazılım
Turizm ve Rekreasyon



yapabilme, bir yerlere gelebilme şansımız var. Aynen denizde durgun dalgaların sahilde iz bırakmaması gibi, gelir gideriz, sonra o dünyayı terk ettiğimizde hiçbir izimiz kalmaz. Bunlar sakın dalgalar, ama aynı dalgalar azdıgında, neleri başarabildiğini biliyoruz.

Teşekkür ediyorum.

