

ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
FAKÜLTE KURULU KARARLARI

| KARAR TARİHİ | TOPLANTI SAYISI | KARAR SAYISI |
|---------------------|------------------------|---------------------|
| 05.04.2017 | 03 | 2017/5-9 |

Fakültemiz Fakülte Kurulu 05.04.2017 tarihinde Saat 12:15 de Dekan Prof. Dr. Niyazi USTA başkanlığında Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü toplantı salonunda toplandı. Yeterli çoğunluğun olduğu anlaşıldı. Gündem onaylanarak kabul edildi. Konuların görüşülmesine geçilerek aşağıdaki yazılı kararlar alındı.

KARAR NO:

2017/5

28.02.2017 tarihinde yapılan Fakülte Kurulu Kararları onaylandı.

KARAR NO:

2017/6

Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümünün anabilim dalı kurulması ile ilgili 22.03.2017 tarih ve 26924 sayılı yazısı ve ekleri görüşüldü.

Yapılan görüşme sonucunda fakültemiz Radyo, Televizyon Sinema Bölümü bünyesinde aşağıda gerekçeleriyle isimleri bulunan anabilim dallarının Üniversitelerde Akademik Teşkilât yönetmeliğinin 16. maddesi gereği kurulabilmesi için üniversitemiz senatosuna sunulmasına oy birliğiyle karar verildi.

- 1- İletişim Bilimleri Anabilim Dalı**
- 2- Fotoğrafçılık ve Grafik Anabilim Dalı**
- 3- Radyo Televizyon Anabilim Dalı**
- 4- Sinema Anabilim Dalı**

GEREKÇELER

İletişim Bilimleri Anabilim Dalı:

Radyo, Televizyon ve Sinema bölümleri iletişim fakülteleri bünyesinde tek bir uzmanlık alanıymış gibi yapılırsa da aslında birbiriyle ortak noktaları da olan ancak büyük ölçüde birbirinden farklı iletişim mecralarına yönelik derslerin ve eğitimlerin sürdürüldüğü bölümlerdir. Radyo, televizyon, sinema aslında her biri kendine özgü özellikleri olan, yayın sistemine ve program formatına sahip dolayısıyla da kendine özgü eğitim programı gerektiren iletişim mecralarıdır. Öte yandan bu üç alanın ortak noktası, kitle iletişiminin genel karakteristikleri ve toplumsal arka planına ilişkin araştırmaların ve kuramsal tartışmaların yapıldığı iletişim bilimleri alanıdır. Her üç yan alandaki uzmanlık eğitimi de İletişim Bilimleri kapsamında yer alan temel derslerin üzerine kurulmaktadır. Nitekim Ankara Üniversitesi, Ege Üniversitesi, Marmara Üniversitesi gibi iletişim alanında eğitim veren en eski üniversitelerin İletişim Fakülteleri başta olmak üzere neredeyse İletişim Fakültelerinin tamamında Radyo, Televizyon ve Sinema bölümleri bünyesinde İletişim Bilimleri Anabilim Dalı ikdas edilmiştir. Tüm bu Üniversitelerin ilgili bölümlerinde olduğu gibi, bölümümüz müfredatında da

ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
FAKÜLTE KURULU KARARLARI

| KARAR TARİHİ | TOPLANTI SAYISI | KARAR SAYISI |
|---------------------|------------------------|---------------------|
| 05.04.2017 | 03 | 2017/5-9 |

öncelikle İletişim Bilimleri alanına dahil olan dersler okutulmakta ve diğer mesleki kazanımlar bu temel bilgilerin üzerine yapılandırılmaktadır.

Bu çerçevede Fakültemiz Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü bünyesinde **İletişim Bilimleri Anabilim Dalı**'nın kurulması uygun görülmektedir.

İletişim Bilimleri Anabilim Dalı bünyesinde İletişim Sistemleri ve Kuramları, İletişim Sosyolojisi, Psikolojisi, Felsefesi, Medya Tarihi, Kültür ve Politikası gibi alanlarda uzmanlıklara sahip öğretim üyeleri görev yapabilirler.

Radyo- Televizyon Anabilim Dalı :

Radyo, Televizyon ve Sinema bölümünde yürütülen eğitimin ikinci aşamasını öğrencinin geniş bir bakış açısı kazanmasına yardımcı olan temel kuramsal derslerin alana özgü mesleki derslerle tamamlanması ve ilgili iş alanında çalışabilecek mesleki yeterlilikleri edinmesi süreci oluşturmaktadır. Ne var ki daha önce de söz edildiği üzere, Radyo, Televizyon ve Sinema sektörleri birbirinden büyük ölçüde farklı donanımların edinilmesini gerektiren mesleki alanlardır ve bu alanda lisansüstü çalışmalar yapan ya da bilfiil bu işkollarında çalışmış olan eğitim kadroları bu alanlardan biri üzerine uzmanlaşmaktadırlar. Bu nedende yukarıda anılan Üniversiteler başta olmak üzere, İletişim Fakültelerinin Radyo, Televizyon ve Sinema bölümlerinin neredeyse tamamında, gelişim süreçleri ve işletme sistemleri birbirine nispeten daha yakın olan radyo ve televizyon alanlarına yönelik çalışmalarını sürdüren öğretim elemanları tek bir anabilim dalı altında faaliyetlerini sürdürmektedirler.

Fakültemiz Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümünde de radyo ve televizyon alanlarına yönelik akademik faaliyetlerin bir arada yürütülmesi, bu kapsamda bölümümüz bünyesinde **Radyo – Televizyon Anabilim Dalı**'nın kurulması uygun görülmektedir.

Radyo Yayıncılığı, Radyoda Program Yapımı, Radyo ve Toplum Etkileşimleri, Televizyon Yapım ve Yayın Süreçleri, Televizyon ve Kültür İlişkileri, Kamera ve Kurgu Teknolojileri ve Teknikleri, Televizyon Program İçerik Çözümlemeleri gibi alanlarda çalışan öğretim elemanlarının Radyo – Televizyon Anabilim Dalında görev yapabileceklerdir.

Sinema Anabilim Dalı:

Radyo, Televizyon ve Sinema alanında yapılan akademik çalışmaların ve bu bölümde verilen eğitimin temel alanlarından birini de sinema tarihi, kültürü ve politikasına dair araştırmalar ile film

ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
FAKÜLTE KURULU KARARLARI

| KARAR TARİHİ | TOPLANTI SAYISI | KARAR SAYISI |
|---------------------|------------------------|---------------------|
| 05.04.2017 | 03 | 2017/5-9 |

yapım ve uygulamaları oluşturmaktadır. Bilindiği üzere popüler sanat türleri içerisinde kitlelerin en çok ilgisini çeken ve bu bölümden mezun olan öğrencilerin de televizyon kanallarıyla birlikte en çok istihdam olanağı bulunduğu sektörlerden biri olan sinema üretiminden dağıtımına, gösterimine kadar kendine özgü bir sistemi olan bir mecradır. Sinema anlatım dili, kamera, ışık, renk, ses kullanımı, kurgu teknikleri gibi açılardan da diğer kitle iletişim araçlarından farklılaşmaktadır. Dolayısıyla bu alana yetişmiş eleman yetiştirmeyi hedefleyen ilgili bölümlerin, öğrencilere gerekli mesleki yeterlilikleri kazandırmak üzere hem içsel yapılarını hem de eğitim programlarını tasarımları gerekmektedir.

Bu çerçevede daha önce de atıfta bulunulan farklı üniversitelerin İletişim Fakülteleri içerisinde yer alan Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümlerinin neredeyse tamamında sinema araştırmaları ayrı bir çalışma alanı olarak belirlenmiş ve Sinema Anabilim Dalları oluşturulmuştur. Fakültemiz Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü bünyesinde de bir **Sinema Anabilim Dalı**'nın kurulması uygun görülmektedir.

Sinema Anabilim Dalı'nda, Sinema Kuram ve Araştırmaları, Film Yapım, Yönetimi, Belgesel, Deneysel ve Kısa Film Araştırmaları, Yapımı ve Yönetimi gibi alanlarda çalışan öğretim elemanları görev yapabileceklerdir.

Fotoğrafçılık ve Grafik Anabilim Dalı:

Bilindiği gibi görsel kültürün başat kültürel form haline geldiği günümüzde televizyondan sinemaya, reklamdan görsel tasarımlara, gazete ve dergilerden internet ortamlarına kadar insanların bilgiye daha çok göz ve görme üzerinden ve hızlı bir şekilde ulaştığı ya da görsel ürünler aracılığıyla çeşitli mesajlara maruz kaldığı bir süreç yaşanmaktadır. Bu kitle iletişim araçları içerisinde televizyon ve sinema etki gücü oldukça yüksek iletişim araçlarındandır. Ancak her iki iletişim aracı da görüntünün gücünü kullanması bağlamında ortak bir anlatım diline sahiptir ve bu anlatım dili aslında fotoğrafa dayanmaktadır. Nitekim bu alanlara yönelik mesleki gelişimin birinci ve vazgeçilmez aşamasını fotoğrafçılık ve grafik eğitimi oluşturmaktadır. Öğrencilere öncelikle Temel Fotoğrafçılık, Dijital Fotoğrafçılık, Grafik Tasarımı gibi temel dersler verilmekte, görsel bir metnin oluşturulmasında vazgeçilmez önemde olan görüntü dilinin unsurları bu derslerde tanıtılmakta ve öğrencinin bu anlatım biçimlerini etkili bir biçimde kullanabilmeleri için gerekli donanımı kazanmasına çalışılmaktadır. Bu temel üzerine mesleki eğitim inşa edilirken, bir yandan da Basın Fotoğrafçılığı, Sanat Fotoğrafçılığı, Reklam Fotoğrafçılığı, Web Tasarımı gibi derslerle öğrencinin yetkinliğinin artırılmasına çalışılmaktadır.

Dolayısıyla görselliğin vazgeçilmez önemde olduğu televizyon ve sinema alanlarının temelini oluşturan fotoğraf da yine bu eğitim içerisinde üzerinde önemle durulması gereken ve akademisyenlerin de çalışmalarını sürdürmeyi tercih ettikleri başka bir alan niteliğindedir. Bu alanda

ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
FAKÜLTE KURULU KARARLARI

| KARAR TARİHİ | TOPLANTI SAYISI | KARAR SAYISI |
|---------------------|------------------------|---------------------|
| 05.04.2017 | 03 | 2017/5-9 |

eğitim veren diğer üniversitelerde olduğu gibi, Fakültemiz Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü bünyesinde de **Fotoğrafçılık ve Grafik Anabilim Dalı**'nın kurulması uygun görülmektedir. Dijital iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, multimedya iletişim ortam ve araçlarında hızla yaygınlaşan fotoğraf ve grafik kullanımı bu alanın iletişim bilimi açısından önemini artırmıştır. Fotoğraf ve grafik, artık günümüzde teknolojinin de desteği ile çok fazla kullanım alanı bulunmaktadır. Yaygınlık ve paylaşım alanlarının artması ile yazılı tarihin yanında bireylerin görsel tarihinin en önemli belgesi olarak yerini almıştır. Bu da iletişim eğitiminde Fotoğraf ve Grafik anabilim dalının açılması gerekliliğini daha da arttırmaktadır.

Fotoğrafçılık ve Grafik Anabilim Dalı'nda, Fotoğraf Çekim, İşleme ve Baskı Teknikleri, Fotoğrafçılık Alanında Kullanılan Teknolojiler, Fotoğraf Tarihi Araştırmaları, Fotoğraf İle Toplum, Kültür ve Diğer Sanat Türlerinin İlişkileri gibi alanlarda çalışan öğretim elemanları görev yapabileceklerdir.

KARAR NO:

2017/7

Gazetecilik Bölümünün anabilim dalı kurulması ile ilgili 21/03/2017 tarih ve E.29139 sayılı yazısı ve ekleri görüşüldü.

Yapılan görüşme sonucunda fakültemiz Gazetecilik Bölümü bünyesinde aşağıda gerekçeleriyle isimleri bulunan anabilim dallarının Üniversitelerde Akademik Teşkilât yönetmeliğinin 16. maddesi gereği kurulabilmesi için üniversitemiz senatosuna sunulmasına oy birliğiyle karar verildi.

- 1- Genel Gazetecilik Ana Bilim Dalı**
- 2- Bilişim Ana Bilim Dalı**
- 3- Medya Ekonomisi ve İşletmeciliği Ana Bilim Dalı**

GEREKÇELER

Genel Gazetecilik Ana Bilim Dalı Gerekçesi:

Gazetecilik eğitiminin en önemli bileşeni, bir kamusal sorumluluk ve toplumsal duyarlılık mesleği olan gazeteciliğe ilişkin hem söz konusu mesleğin doğasına ve tarihine ilişkin arka plan bilgisinin hem de meslek pratiklerine ilişkin becerilerin eş zamanlı olarak kazandırılmasıdır. Gazetecilik mesleğinin kuramsal çerçevesi, temel ilkeleri, medya organizasyonu, medya ve toplumsal sistemin diğer aktörleri arasındaki ilişkiler, haber üretim süreci, gazetecilik becerileri, sayfa tasarımı ve geleneksel gazetecilik anlayışının yanı sıra gelişen farklı gazetecilik pratikleri; bu ana bilim dalının konuları içinde yer almaktadır.

İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nde eğitim-öğretim gören öğrencilerin sadece gazeteciliğin pratik becerilerini edinmekten ziyade; gazeteciliğe kamusal anlamda yüklenen role koşut

ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
FAKÜLTE KURULU KARARLARI

| KARAR TARİHİ | TOPLANTI SAYISI | KARAR SAYISI |
|---------------------|------------------------|---------------------|
| 05.04.2017 | 03 | 2017/5-9 |

biçimde hem gazeteciliğin kavramsal dünyasına vakıf olan hem de entelektüel birikim sahibi olan gazeteci adayları olarak yetiştirilmesi açısından genel gazetecilik kritik önemde bir ana bilim dalı olarak değerlendirilebilir.

Bu bağlamda; genel gazetecilik ana bilim dalı İletişim Fakültelerinin bölüm yapılanması içinde en temel ana bilim dalı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bilişim Ana Bilim Dalı Gerekçesi:

Günümüz dünyası bilgi ve iletişim teknolojileriyle karakterize olan bir dünya niteliği taşımaktadır. Gazetecilikte yaşanan dönüşümlerin ve farklı gazetecilik pratiklerinin icra edilebilmesinin temelinde de bilgi ve iletişim teknolojileri başat faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilişim ana bilim dalı, öğrencilerin bilgi ve iletişim teknolojilerinin tarihsel süreçteki gelişimini ve bunun iletişim alanına dönüştürücü yansımalarına ilişkin kuramsal irdelemeleri öğrenmelerinin ötesinde öğrencilerin bilgi ve iletişim teknolojileri profesyonel düzeyde kullanabilme becerisini kazanmasını da kapsamına almaktadır.

İnternet gazeteciliği pratikleri, yazılım, haber portalı ve web sayfası hazırlanması, kullanıcı üretimi içeriği dayalı günümüz gazetecilik biçimlerinin mantığı ve işleyiş biçimi, kullanıcı üretimi içeriğin haber içeriğine dahil edilmesini sağlayan platformların oluşturulması ve e-gazete yayınlanması gibi gazeteciliğin günümüzdeki eğilimleri ve yönelimi, bilişim ana bilim dalının önemli bir gereklilik olduğunu gözler önüne sermektedir. Ayrıca, gazeteciliğin teknoloji üzerine kurulu dönüşümü içinde medyada yaşanan yönelimler doğrultusunda iletişim alanında özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerindeki becerilere odaklı yeni istihdam alanlarının açılması da bu ana bilim dalının kurulması açısından önemli bir gereklilik olarak kendini göstermektedir.

Medya Ekonomisi ve İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Gerekçesi:

Kitle iletişim araçları, yönetim organizasyonundan haber üretim sürecine, tasarım, basım, yayın ve dağıtım aşamasına kadar uzanan kompleks bir örgütlenmeye sahiptir. Gazetecilik Bölümü içerisinde medya ekonomisi birçok açıdan önem taşıyan bir boyut olarak kabul edilmektedir. Medyanın hem kamusal alanda hem de özel alanda sembolik üretimde bulunan en temel aktörler içinde olduğu düşünüldüğünde; medyanın ekonomik yapısı, ekonomi-politiği, detaylarıyla vakıf olunması gereken bir denklem niteliği taşımaktadır.

Öte yandan, gazeteci adaylarının sadece birer medya profesyoneli olarak görev yapması değil; aynı zamanda medya kuruluşlarında yönetici olarak çalışabilme potansiyelleri de bulunmaktadır. Böyle bir potansiyelin hayata geçmesi durumunda ise medya ekonomisine ve işletmeciliğine yönelik bilgi birikimi, stratejik bir girdi niteliği taşımaktadır.

Benzer şekilde, gazeteci adaylarının faaliyet gösterecekleri iletişim ve medya sektörünü sadece kamusal değil; tecimsel boyutuyla da sağlıklı bir biçimde analiz edebilmesi, bu devasa örgütlenmenin ve hassas mülkiyet/sahiplik yapısının öğrenilmesi ile doğru orantılıdır. Bu nedenle, medya ekonomisi ve işletmeciliği ana bilim dalı da İletişim Fakülteleri bünyesindeki temel önemde ana bilim dalı olarak kabul edilmektedir.

ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
FAKÜLTE KURULU KARARLARI

| KARAR TARİHİ | TOPLANTI SAYISI | KARAR SAYISI |
|---------------------|------------------------|---------------------|
| 05.04.2017 | 03 | 2017/5-9 |

Söz konusu gerekçeler doğrultusunda Gazetecilik Bölümü içinde aşağıdaki ana bilim dallarının oluşturulması ve bölüm öğretim elemanlarının söz konusu ana bilim dalları içinde görevlendirilmesi aşağıdaki şekilde oy birliği ile önerilmektedir.

KARAR NO:

2017/8

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünün anabilim dalı kurulması ile ilgili 27/03/2017 tarih ve E.31361 sayılı yazısı ve ekleri görüşüldü.

Yapılan görüşme sonucunda fakültemiz Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü bünyesinde aşağıda gerekçeleriyle isimleri bulunan anabilim dallarının Üniversitelerde Akademik Teşkilât yönetmeliğinin 16. maddesi gereği kurulabilmesi için üniversitemiz senatosuna sunulmasına oy birliğiyle karar verildi.

- 1- Halkla İlişkiler Anabilim Dalı**
- 2- Reklamcılık Anabilim Dalı**
- 3- Kurumsal İletişim Anabilim Dalı**
- 4- Pazarlama İletişimi Anabilim Dalı**
- 5- Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı**
- 6- Araştırma Yöntemleri Anabilim Dalı**

GEREKÇELER

Halkla İlişkiler Anabilim Dalı Gerekçesi:

Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü içerisinde bölümün ismini taşıyan ve bir disiplin olarak halkla ilişkilerin gelişimini sağlayacak araştırma alanlarını çatısı altında barındıran ve besleyen omurga niteliğindedir. Bölümümüzde halkla ilişkiler uzmanı niteliğine sahip çok sayıda öğretim elemanı bulunmaktadır. Böylelikle, Halkla İlişkiler Anabilim Dalı'nın açılması sözü edilen alanın disiplinler gelişime katkıda bulunacak nitelikli öğretim elemanlarının da çalışmalarını uygun bir şekilde yapılandırılmasına olanak tanınmış olunacaktır. Bu bağlamda; Halkla İlişkiler Anabilim Dalının bölümümüz çatısı altında açılması bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır.

Reklamcılık Anabilim Dalı Gerekçesi:

ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
FAKÜLTE KURULU KARARLARI

| KARAR TARİHİ | TOPLANTI SAYISI | KARAR SAYISI |
|---------------------|------------------------|---------------------|
| 05.04.2017 | 03 | 2017/5-9 |

Reklamcılık Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü içerisinde Halkla İlişkiler kadar önemli bir tanıtım enstrümanı olan reklamcılığın bir disiplin olarak gelişimini sağlayacak araştırma alanlarını çatısı altında barındıran ve besleyen omurga niteliğindedir. Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümlerinde ağırlıklı olarak reklamcılık eğitimi de verilir. Bölümümüzde halkla ilişkiler alanında eğitim almış öğretim elemanlarının yanı sıra, reklam alanında doktora yapan ve iletişim alanında doktor unvanına sahip olup, aynı zamanda reklamcılık alanında ulusal ve uluslararası nitelikte çalışmaları olan çok sayıda öğretim elemanı bulunmaktadır. Böylelikle, Reklamcılık Anabilim Dalı'nın açılması sözü edilen alanın disiplinler gelişime katkıda bulunacak nitelikli öğretim elemanlarının da çalışmalarını uygun bir şekilde yapılandırılmasına olanak tanınmış olacaktır. Bu bağlamda; Reklamcılık Anabilim Dalının bölümümüz çatısı altında açılması bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kurumsal İletişim Anabilim Dalı Gerekçesi:

Kurumsal İletişim Anabilim Dalı, "Halkla İlişkiler" i "Stratejik İletişim Yönetimi" olarak ele alacak olursak eğer, farklı kurumlarda gerçekleştirilen kurum içi ve kurum dışı iletişim faaliyetlerinin özgül olarak irdelendiği bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Halkla ilişkiler Anabilim Dalı'nın yanı sıra bölümümüz çatısı altında böyle bir anabilim dalının daha olması özgül boyutta çalışmalarını bu alanda yürütmek isteyen akademisyenleri de rahatlatacaktır. Bölümümüzde halkla ilişkiler uzmanı niteliğine ve bu alanda çalışan sahip öğretim elemanları bulunmaktadır. Böylelikle, Kurumsal İletişim Anabilim Dalı'nın açılması sözü edilen alanın disiplinler gelişime katkıda bulunacak nitelikli öğretim elemanlarının da çalışmalarını uygun bir şekilde yapılandırılmasına olanak tanınmış olacaktır. Bu bağlamda; anabilim dalının bölümümüz çatısı altında açılması bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Pazarlama İletişimi Anabilim Dalı Gerekçesi:

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dallarından farklı olarak, kesişim noktaları olmakla birlikte Pazarlama İletişimi Anabilim Dalının Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü içerisinde olması bir gerekliliktir. Halkla ilişkiler ve reklam dışında kalan tutundurma karması unsurları üzerinde çalışan ve aynı zamanda bütünleşik pazarlama iletişimi yaklaşımı çerçevesinde tüm bu alanların bileşimini elde etmeyi olanaklı kılan Pazarlama İletişimi Anabilim Dalı'nın varlığı, alanın disiplinler gelişime katkıda bulunacak nitelikli öğretim elemanlarının da çalışmalarını uygun bir şekilde yapılandırılmasına olanak tanınmış olacaktır. Bu bağlamda; Pazarlama İletişimi Anabilim Dalının bölümümüz çatısı altında açılması bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı Gerekçesi:

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık da dâhil olmak üzere tüm pazarlama iletişimi unsurları kişilerarası iletişim ve ikna sanatına dayanır. Özellikle tutundurma karmasında yer alan, kişisel satış unsuru bütünüyle bu alana dayanmaktadır. Özgül olarak ise halkla ilişkiler uzmanının kendisi ve reklamcılık alanındaki müşteri temsilciliği rolünü icra edecek profesyoneller kişilerarası iletişim alanında doğrudan uzmanlaşmak zorundadırlar. Bu yönleriyle Kişilerarası İletişim Anabilim Dalının Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü içerisinde olması bir zorunluluktur. Anabilim Dalının varlığı, alanın disiplinler gelişime katkıda bulunacak nitelikli öğretim elemanlarının da çalışmalarını uygun bir şekilde yapılandırılmasına olanak tanınmış olacaktır. Bu bağlamda; Kişilerarası İletişim Anabilim Dalının bölümümüz çatısı altında açılması bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırma Yöntemleri Anabilim Dalı Gerekçesi:

ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
FAKÜLTE KURULU KARARLARI

| KARAR TARİHİ | TOPLANTI SAYISI | KARAR SAYISI |
|---------------------|------------------------|---------------------|
| 05.04.2017 | 03 | 2017/5-9 |

Halkla İlişkiler ve Tanıtım başlığı altında toparlanan ve tüm tanıtım çalışmalarına yönelik eğitimi veren bölümümüzde araştırma önemli bir faaliyet alanını kaplamaktadır. Halkla İlişkiler ve Reklam Kampanyalarında araştırma önemli bir basamağı oluşturmasının yanı sıra, pazar araştırmaları bütünsel olarak tutundurma karmaşasının içerisinde önemli bir alanı kaplamaktadır. Sistemik olarak yöntem bilim konusunda derin bilgi birikimi olan ve bu konuda çalışmalarını ilerletecek öğretim üyelerinin odak noktalarını buraya yoğunlaştırması aynı zamanda müfredatta yer alan derslerin yürütülmesi konusunda da avantaj sağlayacaktır. Araştırma Yöntemleri Anabilim Dalı'nın açılması sözü edilen alanın disiplinler gelişime katkıda bulunacak Sosyoloji kökenli nitelikli öğretim üyelerimizin de çalışmalarını uygun bir şekilde yapılandırılmasına ve yeni elemanların bulunması ile de bu alandaki çalışmalarını derinleştirmelerine olanak tanınmış olacaktır. Bu bağlamda; Araştırma Yöntemleri Anabilim Dalının bölümümüz çatısı altında açılması bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır.

KARAR NO:

2017/9

Yeni Medya ve İletişim Teknolojileri Bölümünün anabilim dalı kurulması ile ilgili 22/03/2017 tarih ve E.29691 sayılı yazısı ve ekleri görüşüldü.

Yapılan görüşme sonucunda fakültemiz Yeni Medya ve İletişim Teknolojileri Bölümü bünyesinde aşağıda gerekçeleriyle isimleri bulunan anabilim dallarının Üniversitelerde Akademik Teşkilât yönetmeliğinin 16. maddesi gereği kurulabilmesi için üniversitemiz senatosuna sunulmasına oy birliğiyle karar verildi.

- 1- Yeni Medya ve Kültürel Çalışmalar Ana Bilim Dalı**
- 2- İletişim Teknolojileri Ana Bilim Dalı**
- 3- Medya ve Teknoloji Sosyolojisi Ana Bilim Dalı**
- 4- Görsel Tasarım Ana Bilim Dalı**
- 5- Dijital Pazarlama İletişimi Ana Bilim Dalı**

GEREKÇELER

Yeni Medya ve Kültürel Çalışmalar Ana Bilim Dalı Gerekçesi:

Kültürel çalışmalar uzun yıllardır İletişim Bilimleri disiplininin odak noktasında yer almaktadır. Bu durum sadece teorik çalışmalar için geçerli değildir. Kültür, aynı zamanda sektörel çalışmalar kapsamında hedef kitle ile etkili iletişim kurulmasında başat faktörlerden biri olarak önemini korumaktadır. Dolayısıyla

ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
FAKÜLTE KURULU KARARLARI

| KARAR TARİHİ | TOPLANTI SAYISI | KARAR SAYISI |
|---------------------|------------------------|---------------------|
| 05.04.2017 | 03 | 2017/5-9 |

halkla ilişkiler, reklam, gazetecilik ile radyo, TV ve Sinema gibi bölümlerin temel eğitimlerinde kültür, kavram ve kapsam olarak önemli bir yer kaplamaktadır. Medya ise kültürün hem gelecek nesillere aktarılmasında, hem de dolayımlanması temel etkidir. Öte yandan yeni medya ile oluşan yeni kültürel yapı, hem teorik çalışmalarda hem de mesleki pratiklerde karşımıza çıkmaktadır. Dünya giderek artan bir biçimde dijitale evrilmektedir. Teknoloji ve bilim ile eklemlenen bu yeni kültürel iklim çerçevesinde yaşanan dönüşümler, yeni medya ve iletişim teknolojileri eğitiminin de temel unsurlarından biridir. Çünkü, yeni medya ve iletişim teknolojileri ile bağlantılı olarak ortaya çıkan her türden ürün bu yeni kültürel yapının izlerini taşımaktadır.

İnsan, teknoloji ve kültür arasındaki etkileşim, teknoloji ve bilimle eklemlenen yeni kültürel yapı, internet tabanlı her türden mecra ve bu mecralar üzerinde gerçekleştirilerek dolayımlanan tasarımlar, topluluk etkileşimi, dijital reklamcılık, halkla ilişkiler ve benzer pazarlama iletişimi uygulamalarında ortaya konan içeriğin üretilmesi ve pazarlanması, kültürel yakınsama; bu anabilim dalının konuları içerisinde yer almaktadır.

İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Teknolojileri Bölümü'nde öğrenim gören öğrencilerin sadece yeni teknolojileri kullanabilmeyi öğrenmesinden öte; dijitalleşmenin toplumsal ve kültürel etkilerine de hakim olan, gereken entelektüel birikime sahip olan ve ortaya koydukları ürünlerle sahip oldukları teorik ve pratik bilgileri mesleklerine uygulayabilecek bireyler olarak yetiştirilmesi amacıyla yeni medya ve kültürel çalışmalar kritik önem taşıyan bir anabilim dalı olma özelliği taşımaktadır. Bu noktada; bölümün yapılanmasında “Yeni Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalı” en temel anabilim dallarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

İletişim Teknolojileri Ana Bilim Dalı Gerekçesi:

Günümüz dünyasının en temel karakteristik özelliği dijitalleşmedir. Özellikle iletişim teknolojilerinde söz konusu olan bu türden bir özellik, toplumsal, kültürel ve mesleki anlamda yaşanan dönüşümlerin de odak noktasında yer almaktadır. Teknoloji iletişim çatısı altında yer alan her alana güçlü bir biçimde nüfuz etmektedir. İletişim Teknolojileri Anabilim Dalı, bu bölümde öğrenim gören öğrencilerin, kuramsal bağlamda donanımlı olmalarını sağlama niteliğine sahiptir. Ancak daha da önemlisi, bu teknolojileri ileri düzeyde kullanabilme becerisini de öğrencilere kazandırmayı kapsamına almaktadır.

İletişim teknolojilerinin tarihsel gelişimi, bilgi ve iletişim teknolojileri, kurgu teknikleri, 2 ve 3 boyutlu tasarımlar, görsel iletişim teknolojileri, işitsel iletişim teknolojileri, yanı sıra görsel – işitsel iletişim teknolojileri ile internet tabanlı her türden uygulama, yazılım ve programlama gibi konuları kapsamına almaktadır. İletişim profesyonellerince oluşturulan medya içeriğinin teknolojiye giderek daha bağımlı hale gelmesi, yanı sıra kullanıcının entegre edildiği yeni içerik üretim ve dağıtım platformlarının oluşması gibi günümüz mesleki eğilimlerinin oluşması da, İletişim Teknolojileri Anabilim Dalı'nın gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Medya ve Teknoloji Sosyolojisi Ana Bilim Dalı Gerekçesi:

Medya ve teknoloji sosyolojisi, toplum ve teknoloji arasındaki ilişkileri, yanı sıra medyanın toplumlar üzerindeki etkilerini inceleyen bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Hem medya hem de

ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
FAKÜLTE KURULU KARARLARI

| KARAR TARİHİ | TOPLANTI SAYISI | KARAR SAYISI |
|---------------------|------------------------|---------------------|
| 05.04.2017 | 03 | 2017/5-9 |

teknoloji, sistem olarak toplum temelinde şekillenmekte ve aynı ölçüde toplumu şekillendirmektedir. Yani sıra, toplumsal yapıyı oluşturan kurumlar da bu türden bir etkileşim içerisine giderek daha fazla dahil olmaktadır.

Bu bağlamda Medya ve Teknoloji Anabilim Dalı, bölüm bünyesinde öğrenim gören öğrencilerin, edinecekleri teknik yeterlilik yanı sıra kuramsal yeterlilik açısından da donanımlı hale getirmeyi amaçlamaktadır. Böylelikle, içerisinde faaliyet gösterecekleri toplumsal yapıyı tüm kavram ve kurumlarıyla tanıyarak daha sağlıklı analiz edebilmeleri ve ortaya çıkaracakları ürünleri bu kapsamda faaliyete geçirmeleri hedeflenmektedir.

Görsel Tasarım Ana Bilim Dalı Gereçesi

Yeni Medya ve İletişim Teknolojileri Bölümü, görsel ve işitsel alanlarda yaratıcı tasarım yapabilen öğrencileri de yetiştirmeyi hedeflemektedir. Tasarım, fotoğraf, illüstrasyon, animasyon vb. pek çok ileti tasarımında teknolojiyi yoğun ve etkili bir biçimde kullanabilmeleri açısından Görsel Tasarım Anabilim Dalı, kritik öneme haiz bir alanda çalışmayı olanaklı kılmaktadır. Yani sıra, toplumsal ve bireysel değerlerin bilincinde, yorumlayabilme potansiyeline sahip ve aynı zamanda sanatsal düşünme yeteneğini geliştirmiş tasarımcılar yetiştirmek de söz konusu anabilim dalının kurulmasını gerektirmektedir.

Dijital Pazarlama İletişimi Ana Bilim Dalı Gereçesi

Yeni medya ve iletişim teknolojilerinin en yoğun kullanıldığı alanlardan biri dijital pazarlama iletişimidir. Sektörel gelişmeler göstermektedir ki, geleneksel bütünleşik pazarlama iletişimi yaklaşımları etkinliğini halen korumakla birlikte dijitalle evrilmekte; bu süreçte reklam, halkla ilişkiler, marka yönetimi gibi iş kollarının yanı sıra pazarlama karmaşasını oluşturan diğer bileşenlerle birlikte 360 derecelik bir bakış açısını benimseyerek çalışmak önem kazanmaktadır. Geleneksel yöntemlere ek olarak yeni medyanın bu türden iş alanlarında giderek daha aktif hale gelmesi de Dijital Pazarlama İletişimi Anabilim Dalı'nın gerekliliğini ortaya koymaktadır. Dijital reklamcılık, dijital halkla ilişkiler, dijital ajans işletmeciliği, sosyal medya kampanyaları, oyun içi reklamcılık, dijital çağda tüketici davranışları gibi konular, bu anabilim dalının kapsamındadır.

Söz konusu gerekçeler doğrultusunda Yeni Medya ve İletişim Teknolojileri Bölümü içinde aşağıdaki ana bilim dallarının oluşturulması ve bölüm öğretim elemanlarının söz konusu ana bilim dalları içinde görevlendirilmesi ve istihdam edilmesi aşağıdaki şekilde oy birliği ile önerilmektedir.

FAKÜLTE KURULU ÜYELERİ

Prof.Dr. Niyazi USTA

Prof.Dr. Kaya Tuncer ÇAĞLAYAN

Prof.Dr. Bozkurt KOÇ

Doç.Dr. Ahmet ÇAKIR

ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
FAKÜLTE KURULU KARARLARI

| KARAR TARİHİ | TOPLANTI SAYISI | KARAR SAYISI |
|---------------------|------------------------|---------------------|
| 05.04.2017 | 03 | 2017/5-9 |

Doç.Dr. Onur BEKİROĞLU

Yrd.Doç.Dr. Recep YILMAZ

Yrd.Doç Dr. Ömer ÇAKIN

Yrd.Doç Dr. M. Nur ERDEM

KARAR NO:

2017/8

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünün anabilim dalı kurulması ile ilgili 27/03/2017 tarih ve E.31361 sayılı yazısı ve ekleri görüşüldü.

Yapılan görüşme sonucunda fakültemiz Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü bünyesinde aşağıda gerekçeleriyle isimleri bulunan anabilim dallarının Üniversitelerde Akademik Teşkilât yönetmeliğinin 16. maddesi gereği kurulabilmesi için üniversitemiz senatosuna sunulmasına oy birliğiyle karar verildi.

- 1- Halkla İlişkiler Anabilim Dalı**
- 2- Reklamcılık Anabilim Dalı**
- 3- Kurumsal İletişim Anabilim Dalı**
- 4- Pazarlama İletişimi Anabilim Dalı**
- 5- Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı**
- 6- Araştırma Yöntemleri Anabilim Dalı**

GEREKÇELER

Halkla İlişkiler Anabilim Dalı Gerekçesi:

Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü içerisinde bölümün ismini taşıyan ve bir disiplin olarak halkla ilişkilerin gelişimini sağlayacak araştırma alanlarını çatısı altında barındıran ve besleyen omurga niteliğindedir. Bölümümüzde halkla ilişkiler uzmanı niteliğine sahip çok sayıda öğretim elemanı bulunmaktadır. Böylelikle, Halkla İlişkiler Anabilim Dalı'nın açılması sözü edilen alanın disiplinler gelişime katkıda bulunacak nitelikli öğretim elemanlarının da çalışmalarını uygun bir şekilde yapılandırılmasına olanak tanınmış olacaktır. Bu bağlamda; Halkla İlişkiler Anabilim Dalının bölümümüz çatısı altında açılması bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır.

Reklamcılık Anabilim Dalı Gerekçesi:

Reklamcılık Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü içerisinde Halkla İlişkiler kadar önemli bir tanıtım enstrümanı olan reklamcılığın bir disiplin olarak gelişimini sağlayacak araştırma alanlarını çatısı altında barındıran ve besleyen omurga niteliğindedir. Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümlerinde ağırlıklı olarak reklamcılık eğitimi de verilir. Bölümümüzde halkla ilişkiler alanında eğitim almış öğretim elemanlarının yanı sıra, reklam alanında doktora yapan ve iletişim alanında doktor unvanına sahip olup, aynı zamanda reklamcılık alanında ulusal ve uluslararası nitelikte çalışmaları olan çok sayıda öğretim elemanı bulunmaktadır. Böylelikle, Reklamcılık Anabilim Dalı'nın açılması sözü edilen alanın disiplinler gelişime katkıda bulunacak nitelikli öğretim

ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
FAKÜLTE KURULU KARARLARI

| KARAR TARİHİ | TOPLANTI SAYISI | KARAR SAYISI |
|---------------------|------------------------|---------------------|
| 05.04.2017 | 03 | 2017/5-9 |

elemanlarının da çalışmalarını uygun bir şekilde yapılandırılmasına olanak tanınmış olunacaktır. Bu bağlamda; Reklamcılık Anabilim Dalının bölümümüz çatısı altında açılması bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kurumsal İletişim Anabilim Dalı Gerekçesi:

Kurumsal İletişim Anabilim Dalı, “Halkla İlişkiler” i “Stratejik İletişim Yönetimi” olarak ele alacak olursak eğer, farklı kurumlarda gerçekleştirilen kurum içi ve kurum dışı iletişim faaliyetlerinin özgül olarak irdelendiği bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Halkla ilişkiler Anabilim Dalı’nın yanı sıra bölümümüz çatısı altında böyle bir anabilim dalının daha olması özgül boyutta çalışmalarını bu alanda yürütmek isteyen akademisyenleri de rahatlatacaktır. Bölümümüzde halkla ilişkiler uzmanı niteliğine ve bu alanda çalışan sahip öğretim elemanları bulunmaktadır. Böylelikle, Kurumsal İletişim Anabilim Dalı’nın açılması sözü edilen alanın disiplinler gelişime katkıda bulunacak nitelikli öğretim elemanlarının da çalışmalarını uygun bir şekilde yapılandırılmasına olanak tanınmış olunacaktır. Bu bağlamda; anabilim dalının bölümümüz çatısı altında açılması bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Pazarlama İletişimi Anabilim Dalı Gerekçesi:

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dallarından farklı olarak, kesişim noktaları olmakla birlikte Pazarlama İletişimi Anabilim Dalının Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü içerisinde olması bir gerekliliktir. Halkla ilişkiler ve reklam dışında kalan tutundurma karması unsurları üzerinde çalışan ve aynı zamanda bütünlük pazarlama iletişimi yaklaşımı çerçevesinde tüm bu alanların bileşimini elde etmeyi olanaklı kılan Pazarlama İletişimi Anabilim Dalı’nın varlığı, alanın disiplinler gelişime katkıda bulunacak nitelikli öğretim elemanlarının da çalışmalarını uygun bir şekilde yapılandırılmasına olanak tanınmış olunacaktır. Bu bağlamda; Pazarlama İletişimi Anabilim Dalının bölümümüz çatısı altında açılması bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı Gerekçesi:

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık da dâhil olmak üzere tüm pazarlama iletişimi unsurları kişilerarası iletişim ve ikna sanatına dayanır. Özellikle tutundurma karmasında yer alan, kişisel satış unsuru bütünüyle bu alana dayanmaktadır. Özgül olarak ise halkla ilişkiler uzmanının kendisi ve reklamcılık alanındaki müşteri temsilciliği rolünü icra edecek profesyoneller kişilerarası iletişim alanında doğrudan uzmanlaşmak zorundadırlar. Bu yönleriyle Kişilerarası İletişim Anabilim Dalının Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü içerisinde olması bir zorunluluktur. Anabilim Dalının varlığı, alanın disiplinler gelişime katkıda bulunacak nitelikli öğretim elemanlarının da çalışmalarını uygun bir şekilde yapılandırılmasına olanak tanınmış olunacaktır. Bu bağlamda; Kişilerarası İletişim Anabilim Dalının bölümümüz çatısı altında açılması bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırma Yöntemleri Anabilim Dalı Gerekçesi:

Halkla İlişkiler ve Tanıtım başlığı altında toparlanan ve tüm tanıtım çalışmalarına yönelik eğitimi veren bölümümüzde araştırma önemli bir faaliyet alanını kapsamaktadır. Halkla İlişkiler ve Reklam Kampanyalarında araştırma önemli bir basamağı oluşturmasının yanı sıra, pazar araştırmaları bütünsel olarak tutundurma karmasının içerisinde önemli bir alanı kapsamaktadır. Sistematik olarak yöntembilim konusunda derin bilgi birikimi olan ve bu konuda çalışmalarını ilerletecek öğretim üyelerinin odak noktalarını buraya yoğunlaştırması aynı zamanda müfredatta yer alan derslerin yürütülmesi konusunda da avantaj sağlayacaktır. Araştırma Yöntemleri Anabilim Dalı’nın açılması sözü edilen alanın disiplinler gelişime katkıda bulunacak Sosyoloji kökenli nitelikli öğretim üyelerimizin de çalışmalarını uygun bir şekilde yapılandırılmasına ve yeni elemanların bulunması ile de bu alandaki çalışmalarını derinleştirmelerine olanak tanınmış olunacaktır. Bu bağlamda; Araştırma Yöntemleri Anabilim Dalının bölümümüz çatısı altında açılması bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır.

ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
FAKÜLTE KURULU KARARLARI

| KARAR TARİHİ | TOPLANTI SAYISI | KARAR SAYISI |
|---------------------|------------------------|---------------------|
| 05.04.2017 | 03 | 2017/5-9 |

ASLI GİBİDİR

HASAN ERGİN

FAKÜLTE SEKRETERİ