

Atf (Cite as): Değirmencioğlu, G. & Gürer, M. (2024). Türkiye’de “Yeni Medya” İçerikli Lisansüstü Tez Çalışmaları Üzerine Bibliyometrik Bir Araştırma. *Akdeniz İletişim*, (44), 45-65. <https://doi.org/10.31123/akil.1359787>.

Türkiye’de “Yeni Medya” İçerikli Lisansüstü Tez Çalışmaları Üzerine Bibliyometrik Bir Araştırma

A Bibliometric Study on Graduate Theses on "New Media" in Türkiye

Gürsoy DEĞİRMENCIOĞLU^{1,2}

Mert GÜRER³

Öz

İletişim teknolojilerinin yaygın kullanımı ve dijitalleşme süreci, anaokulundan yükseköğretim kurumları üniversitelere kadar eğitim ve ders içeriklerinin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında önemli bir etkiye sahip bulunmaktadır. Teorik ve uygulamalı eğitimin birarada verildiği iletişim fakültelerindeki ders içerikleri, son yıllarda dijitalleşme ve yeni medya çağının gereklerine uygun olarak düzenlenmeye başlamaktadır. Lisans düzeyinde verilen derslerin yanı sıra iletişim bilimleri, medya çalışmaları, gazetecilik, halkla ilişkiler ve tanıtım, radyo, televizyon ve sinema gibi alanlarda yüksek lisans ve doktora programlarındaki derslerde “yeni medya”, “dijitalleşme”, “iletişim teknolojileri” gibi konu başlıklarındaki çalışmaların sayısında artış yaşandığı görülmektedir. Çalışmada, Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı’nın Ulusal Tez Merkezi veritabanında, “yeni medya” konu başlığının geçtiği lisansüstü tez çalışmalarının tamamı bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. 1999-2023 yılları arasında hazırlanan toplam bin 413 adet lisansüstü tez çalışması araştırmaya dahil edilmiş ve elde edilen nicel verilerin aralarındaki ilişkiler analiz edilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgulara göre, Türkiye’de yapılan “yeni medya” konulu lisansüstü tezlerin ağırlıklı olarak “İletişim Bilimleri” ve “Gazetecilik” araştırma alanlarında üretildiği ve konuyla ilgili tamamlanan tezlerin sayısında son beş içinde önemli bir artışın yaşandığı görülmektedir. En çok tez çalışmasının, ikisi İstanbul’da (Marmara ve İstanbul Üniversiteleri), biri İzmir’de (Ege Üniversitesi) olmak üzere üç devlet üniversitesinde üretildiği dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: *İletişim Teknolojileri, Yeni Medya, Lisansüstü Eğitim, Eğitimde Sürdürülebilirlik, Dijitalleşme*

Abstract

The widespread use of communication technologies and the digitalization process have a significant impact on ensuring the sustainability of education and course content from kindergarten to higher education institutions and universities. In recent years, the course contents at faculties of communication, where theoretical and applied education are given together, have begun to be organized in accordance with the requirements of the digitalization and new media age. In addition to the courses given at the undergraduate level, topics such as "new media", "digitalization", and "communication technologies" have been increasingly covered in the courses and theses in Master's and doctoral programs in fields such as communication sciences, media studies, journalism, public relations and promotion, radio, television and cinema. In this study, all of the graduate theses with the title of "new media" in the National Thesis Center database of the Council of Higher Education in Türkiye were examined using the bibliometric analysis method. A total of 1,413 graduate theses prepared between 1999-2023 were examined the correlational analysis of the quantitative data obtained was carried out. According to the findings of the study, it is seen that the postgraduate theses on "new media" in Türkiye are mainly produced in the research fields of "Communication Sciences" and "Journalism" and there has been a significant increase in the number of theses completed on the subject in the last five years. It is noteworthy that most theses were produced in three state universities, two in Istanbul (Marmara and Istanbul Universities) and one in Izmir (Ege University).

Keywords: *Communication Technologies, New Media, Graduate Education, Sustainability in Education, Digitalization*

¹Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, gursoyd@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2200-3096

² Sorumlu Yazar (Corresponding Author)

³Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, mertgurur@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2940-2009

Giriş

Türkiye’de iletişim fakültelerinde lisans düzeyinde ve sosyal bilimler enstitüleri bünyesinde yüksek lisans ve doktora programlarında sunulan ders içerikleri, dijitalleşme ve iletişim teknolojilerinin eğitim alanında yaygın kullanımı ve medya sektörünün akademik dünyadan beklentilerinin etkisiyle son yıllarda önemli değişimler yaşamaktadır. İletişim bilimleri ve medya çalışmaları alanının kendine özgü doğası, teorik eğitimin yanı sıra uygulamalı eğitime yönelik ders içeriklerinin fakültelerin ders planlarında yoğun olarak yer almasını sağlamaktadır. “Gazetecilik”, “Halkla İlişkiler ve Tanıtım” ile “Radyo, Televizyon ve Sinema” gibi temel bölümlerin üzerinde yükselmeye başlayan iletişim eğitiminde, yıllar içinde eğitimin dijitalleşmesi, tasarıma, teknolojiye ve kreatif yaklaşımlara dayalı bir bakış açısının ağırlık kazandığı görülmektedir. Lisans ve lisansüstü düzeyde “Yeni Medya”, “Dijital İçerik Üretimi”, “Görsel İletişim Tasarımı”, “Reklamcılık”, “Dijital Oyun Kültürü” gibi birçok yeni bölüm ve program açılmış ve ders içerikleri bu çerçevede belirlenmeye başlamıştır.

İletişim ve medya çalışmaları alanında son yıllarda “yeni medya” ve “yeni iletişim teknolojileri” konularıyla bağlantılı çok sayıda akademik çalışmanın yapıldığı dikkati çekmektedir. Makale, bildiri gibi akademik yayınların yanı sıra yüksek lisans ve doktora düzeyindeki tez çalışmalarının sayısının da arttığı görülmektedir. Bu bağlamda çalışmada, Türkiye’de ve dünyada iletişim bilimleri alanının nasıl ortaya çıktığı, lisans ve lisansüstü eğitim programları ve ders içeriklerinin oluşturulmasıyla ilgili yaşanan süreç, literatür taraması yapılarak tarihsel olarak inşa edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca çalışma kapsamında bibliyometrik araştırma yöntemi kullanılarak, Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı’nın (YÖK) Ulusal Tez Merkezi veritabanında bulunan ve “yeni medya” konu başlığının geçtiği lisansüstü tez çalışmaları (yüksek lisans ve doktora tezleri, sanatta yeterlik, tıpta uzmanlık) bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Türkiye’de 1999 ile 2023 yılları arasında (ağustos ayına kadar) hazırlanan ve “yeni medya” kavramının geçtiği belirlenen toplam bin 413 adet lisansüstü tez çalışması araştırmaya dahil edilmiş ve excel tablo halinde bir araya getirilen nicel veriler (yılı, yazım dili, programı, hazırlandığı alan, şehri, konusu vb.) incelenmiştir.

Çalışmada, yaklaşık çeyrek asırlık süreç içinde Türkiye’de lisansüstü düzeyde “yeni medya” kavramı bağlamında hazırlanan akademik çalışmaların bir profilinin çıkarılması amaçlanmıştır. Yeni medya ve bununla bağlantılı lisansüstü akademik çalışmaların yüksek öğretim sistemindeki önemi ve yerinin ortaya konulmasının amaçlandığı çalışma, dijitalleşme çağında iletişim eğitiminin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında “yeni medya”nın taşıdığı önemi de yansıtmaktadır.

1. Türkiye’de ve Dünyada İletişim Bilimleri Alanında Lisans ve Lisansüstü Eğitim

Türkiye’de iletişim bilimleri alanında lisans eğitiminin başladığı tarihsel süreç 20. yüzyılın ortalarında İstanbul’da başlamış olup ilerleyen dönemlerde ülkemizin farklı kentlerinde yaygınlık göstermeye başlamıştır.

Türkiye’de medya ve iletişim eğitimi veren ilk akademik kurumlardan biri olan Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi’nin temeli, 1948’te İstanbul’un Şehzadebaşı semtinde Müderris Yahya Fehmi Tuna tarafından, “İstanbul Gazetecilik Okulu” adıyla açılan orta dereceli bir eğitim kurumuna dayanmaktadır. 1966-1967 Eğitim ve Öğretim Yılı’nda “İstanbul Özel Gazetecilik Okulu” adını alan kurum, 1971 yılında devletleştirilerek, “İstanbul Gazetecilik Yüksekokulu” adıyla “İstanbul İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi”ne bağlanmış, 1973 yılında öğretim süresi 4 yıla çıkarılarak “Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu” adını almıştır. Sonraki yıllarda 20 Temmuz 1982 tarihinde “Basın Yayın Yüksekokulu” adıyla Marmara Üniversitesi’ne bağlanan kurum; Temmuz 1992’de İletişim Fakültesi’ne dönüştürülerek

“Gazetecilik”, “Halkla İlişkiler ve Tanıtım”, “Radyo, Televizyon ve Sinema” olmak üzere üç bölümde öğrenci kabul etmeye başlamıştır(Serdaroğlu& Doğan, 2022, s. 194).

İletişim eğitiminde bu süreçte yüksekokuldan, enstitüye oradan da fakülteye doğru evrilen bir yapı ortaya çıkmaktadır.

1950 yılından 1980’e kadar İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi’ne bağlı olarak “enstitü” statüsüyle eğitim veren, 1980 yılından itibaren “yüksekokul” statüsüne kavuşan, 1980-1982 tarihleri arasında “İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksekokulu” adını alan kurum izlemiştir. 1982 yılında İstanbul Üniversitesi Rektörlüğüne bağlı “Basın Yayın Yüksek Okulu” adıyla faaliyetini sürdürmeye başlamış ve bu tarihten itibaren eğitim süresi 4 yıla çıkarılmıştır. İstanbul Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu, Temmuz 1992’de “İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi” adını almış, 1992-1993 öğretim yılından itibaren “Gazetecilik”, “Halkla İlişkiler ve Tanıtım”, “Radyo, Televizyon ve Sinema” olmak üzere üç bölümde öğrenci kabul etmeye başlamıştır(Serdaroğlu& Doğan, 2022, s. 194).

Akademik olarak iletişim konusundaki araştırmaların Ankara Üniversitesi’nde başlatıldığı görülmektedir.1965’te Siyasal Bilgiler Fakültesi’ndeki Basın Yayın Yüksekokulu bu konuda öncülük yapmıştır.1970’li yıllarla birlikte iletişim araştırmalarının sayısının arttığı; ampirik ve kuramsal çalışmaların sıklıkla yapılmaya başlandığı görülmektedir(Aziz, 2006, s. 19).Yüksekokul, ilk yıllarda eğitim ve öğretim çalışmalarını “Gazetecilik ve Halkla İlişkiler” ile “Radyo ve Televizyon” olarak iki bölümde sürdürmüştür.1992 yılında İletişim Fakültesine dönüşen okulun eğitim kadrosu ve ders programları geliştirilmiş, “Gazetecilik”, “Halkla İlişkiler ve Tanıtım”, “Radyo, Televizyon ve Sinema” olmak üzere üç bölümde eğitim verilmeye başlanmıştır(Serdaroğlu& Doğan, 2022, ss. 193-194).

Özel radyo istasyonlarının ve televizyon kanallarının 1990’lı yıllarda kurulmasıyla birlikte medya alanında görev yapacak çalışan ihtiyacının giderilmesi için iletişim fakültelerine yönelik ilgi artış göstermiştir(Ezber& Sayar, 2016, s. 72).Aynı dönemde kurulmaya başlayan vakıf üniversitelerindeki iletişim fakültelerinin sayısı artış göstermiştir(Akgül & Akdağ, 2017, s. 213).

Göreceli olarak yeni bir çalışma sahası olarak değerlendirilebilecek iletişim eğitiminde; ABD’nin ardından Avrupa ve Türkiye’de faaliyete geçen programlar bağlamında sosyal bilimlerin çeşitli disiplinlerinin yer aldığı ders içerikleri öğrencilere sunulmaya başlamıştır (Can, 2018, s. 58).İletişim eğitimiyle ilgili olarak yıllardır tartışılan konu başlıklarından birini de eğitimin teorik mi yoksa pratik ağırlıklı mı olması gerektiği konusu oluşturmaktadır. Fakültelerin medya sektörünün ihtiyaç duyduğu çalışanları yetiştirme misyonunu üstlenmesiyle ilgili bir görevinin bulunmadığı konusunda yaşanan tartışmalar mevcut problemlerin çözülmesine katkı sağlamamaktadır(Güz vd., 2017, s. 1550).Türkiye’de açılan iletişim fakültelerinin sayısının son yıllarda artış göstermesiyle birlikte mezun olan öğrencilerin sahip oldukları mesleki yeterlilikler ve medya sektörünün talep ettiği mesleki standartlar çok daha fazla gündemde yer almaya başlamıştır(Büyükaslan&Mavnacıoğlu, 2017, s. 221).

İletişim alanından mezun durumda ve yeterli pratik eğitim almamış olan öğrenciler, medya alanında çalışma imkanı bulduklarında sektöre uyum sağlama konusunda problemler yaşamaya başlamaktadırlar.Akademik dünyadaki öğretim üyeleri bu sorun üzerine son yıllarda kafa yormaya başlamışlardır(Yetkiner, 2018, s. 84).Alanın literatürünün yeni iletişim araştırmaları örnekleriyle zenginleştiği ve yapılan çalışmalarda konular itibariyle bir ayrışmanın olduğu gözlemlenmektedir.Bununla birlikte, 1990’lı yılların son yarısında iletişim

fakültelerinin artması, iletişim araştırmalarının sayısı ve niteliğinin artmasını da beraberinde getirmiştir (Tokgöz, 2000, s. 27).

Günümüzde iletişim fakültesinden mezun olan öğrencilerin medya sektörünün beklentilerini ne kadar karşılayabildikleri konusu tartışılmaktadır. Aynı zamanda medya kuruluşlarının iletişim öğrencilerini işe alım ya da staj süreçlerinde tercih edip etmedikleri de ele alınması gereken ayrı bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (U. M. Çelik, 2012, s. 61). İletişim alanında gazetecilik eğitimi dünyada ilk kez ABD’de başlamıştır. Missouri Üniversitesi’nde faaliyete geçen gazetecilik okulu bu konuda öncülük üstlenmiştir (Özarslan, 2019, s. 152).

İletişim fakültelerinde verilen eğitim, buldukları ülke ve faaliyet gösterdikleri kurumlara göre amaç ve kapsam bağlamında farklılık göstermektedir (Atabek & Atabek Şendur, 2014, s. 150). Erol Mutlu’ya göre (aktaran Kükre, 2011, s.163) iletişim eğitimi konusunda belli başlı müşterek politikaların belirlenmesi ve paylaşılması olağın bir süreci oluşturmaktadır. Ancak bu sürecin iletişim fakültelerinin özgün niteliklerini bozmaması önem taşımaktadır. Çünkü iletişim alanındaki eğitimin ilerleme göstermesi, fakültelerin kendilerine özgü yapılarının korunmasıyla mümkün olabilecektir.

İletişim fakültelerinde günümüzde öğrencilere sunulan eğitimde, birbirine benzer bir yapının bulunmadığı görülmektedir. 1980’li yılların ardından iletişim eğitimi lisansüstü düzeyde de eğitimin verilmeye başladığı bir alan olarak gelişme göstermiştir (Güz vd., 2017, s. 1550). Ülkemizde lisans ve lisansüstü seviyede iletişim eğitiminin başladığı yıllarda, Yüksek Öğretim Kurulu’nun (YÖK) kurulmasının ardından yükseköğretimin yapılandırıldığı bir süreç yaşanmıştır (Serdaroğlu & Doğan, 2022, ss. 195-196).

Lisansüstü düzeyde üretilen çalışmalar özellikle 1990’lı yıllardan itibaren Türkiye’deki iletişim çalışmalarında önemli bir birikimin oluşturulmasına katkı sağlamıştır (Tokgöz, 2000, s. 26).

Lisansüstü düzeyde doktora eğitimi gören öğrenciler kendilerini akademik dünyaya daha yakın görmektedirler. Bu bağlamda lisansüstü eğitim, akademisyen olarak üniversitede çalışmayı amaçlayan öğrenciler için önemli bir eşik noktasını oluşturmaktadır (Aydemir & Çam, 2015, s. 14). Modern dünya mesafe ve iletişim açısından küçülürken aynı zamanda hızla değiştiğçe daha karmaşık hale geldikçe, lisansüstü düzeyde ve özellikle çevresel çalışma alanlarında çok disiplinli öğrenmeye artan bir ihtiyaç ortaya çıkmaktadır (Romsdahl & Hill, 2012, s. 724). 1994 yılının başlarında Avustralya’da Melbourne Üniversitesi’nde Lisansüstü Çalışmalar Okulu’nun açılması, lisansüstü öğrencilerin önemi ve önde gelen üniversitelerin öğrencilerinin etkinliklerinin görünürlüğünü sağlamıştır. Adelaide Üniversitesi, Avustralya Ulusal Üniversitesi, Queensland Üniversitesi ve Wollongong Üniversitesi daha önce lisansüstü fakülteler ve okullar kurmuşken, Monash Üniversitesi ve Sydney’deki Teknoloji Üniversitesi bu hamleyi düşünmüştü. Holdaway’in çalışmasındaki bu bilgiler, Kanada ve diğer ülkelerde (Avustralya, Birleşik Krallık, ABD, Almanya ve İsveç) lisansüstü programların organizasyonu ve yönetimine ilişkin üç yıllık bir araştırma programı sırasında elde edilmiştir. Dünyada lisansüstü fakülteler ve okullar değerlendirildiğinde, Kuzey Amerika’da bu tür okulların diğer ülkelerde olduğundan çok daha yaygın olduğu görülmektedir (Holdaway, 1996, ss. 59-65).

Lisansüstü seviyede alınan yüksek lisans eğitimi, bu akademik sürecin başlangıç aşamalarından biridir. Bu düzeydeki eğitim öğrencilere öncelikle çalışma yapmak istedikleri alanı tanımalarına yardımcı olmaktadır (Özçakmak, 2017, s. 1608). Lisansüstü eğitim hem bir ülke için hem de üniversitelerin itibarı için gereklidir. Bu, üniversitelerin yönetim, kaynak tahsisi, kayıt tutma ve değerlendirme süreçlerini etkin bir şekilde yapmasını

gerektirmektedir. Bununla birlikte, etkili lisansüstü eğitimin özü; danışman ve lisansüstü öğrencisi arasındaki ilişkide ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, lisansüstü danışmanların doğru seçimi ve eğitimi büyük önem taşımakta ve kıdemli üniversite yöneticilerinin dikkati gerekmektedir (Holdaway, 1996, s. 72).

Disiplinlerarası eğitime yüksek lisans öğrencilerinin ilgisi güçlüdür ve aradıkları deneyimler, atölye çalışmaları ve kısa kurslardan tam teşekküllü disiplinler arası derece verme programlarına kadar uzanmaktadır. Öğretim üyeleri genellikle disiplinler arası programların “en iyi ve en parlak” öğrencileri çektiği görüşü hakkında tartışmaktadırlar. Öğrenci ilgisi yüksek ve sonuçlar olumlu görünse de, disiplinlerarası lisansüstü eğitimi daha başarılı ve sürdürülebilir hale getirmede kritik zorluklar sürmektedir (Welch-Devine vd., 2018, s. 54).

ABD’de Washington Üniversitesi, Arizona Üniversitesi ve Missouri Üniversitesi’nin de içinde bulunduğu birçok kurum, disiplinler arası programlara enstitülerinde yer vermektedir. Disiplinlerarası programlar, hem finansal hem de insan kaynakları açısından özel zorluklarla karşı karşıya bulunmaktadır. Tıpkı geleneksel disiplinlerde yer alan yüksek lisans programları gibi, disiplinler arası programlar da sürekli finansmana ihtiyaç duymaktadır (Welch-Devine vd., 2018, ss. 55-56).

Welch-Devine vd. (2018, s. 57) disiplinlerarası lisansüstü eğitimi kolaylaştırmada bir sonraki aşamaya geçmek için, yüksek öğretim kurumlarının birkaç temel ilkeyi benimsemesi gerektiğini önermektedir. Bu ilkelerden ilkinin, disiplinler arası eğitimi etkileyen üniversite politikalarının açık ve tutarlı olması oluşturmaktadır. Öğretim üyeleri ve öğrencilerin, programlara katılırken, yeni programlar oluştururken ve kariyerlerinde ilerlerken tüm seçeneklerini ve seçimlerinin etkilerini anlamaları önem taşımaktadır. İkinci olarak, üniversitelerin çok daha esnek ve rasyonel hale gelmeleri gerekmektedir. Hiçbir öğretim üyesi veya öğrenci, disiplinlerarası arayışlarında modası geçmiş uygulamalar veya politikaların program türleri arasındaki farklılıkları tanımaması ve hesaba katmaması nedeniyle engellenmemelidir. Üçüncüsü, disiplinler arası çalışma yapan öğretim üyeleri desteklendiğini ve ödüllendirildiğini hissetmelidir. Son olarak, disiplinler arası eğitimde ilerleme sağlamak için aşamalı ve istikrarlı değişim kritik öneme sahipken, disiplinler arası eğitim ortamını iyileştirmek için her düzeyde kararlı bir şekilde aksiyon alma ve liderlik sürecine ihtiyaç bulunmaktadır (Welch-Devine vd., 2018, s. 57).

Bowen ve William (1981, s. 42) ABD’de 1980’li yıllarda federal ve vakıf programları da dahil olmak üzere lisansüstü öğrencilere yönelik önemli destek kaynaklarının hızla azaldığını; beşeri bilimler, sanat ve ilgili sosyal bilimlerdeki doktora çalışmalarını desteklemek için temelde hiçbir federal yatırımın kalmadığını ifade etmektedir. Bowen, sonuç olarak, son yıllarda öğrencilere ve aileleri üzerindeki lisansüstü eğitimin net maliyetinin astronomik bir şekilde arttığını söylemektedir. Üniversiteler lisansüstü eğitimin karşılaştığı büyük sorunları ele almak için çok şey yapabilecek olsa da, geleceğin görünümünü önemli ölçüde hükümetler, vakıflar, şirketler ve diğer özel bağışçılar tarafından gerçekleştirilen ya da gerçekleştirilmeyen eylemlerin belirleyeceği görülmektedir (Bowen G. William, 1981, s. 43).

Kidd’egore (1974, s. 50), lisansüstü eğitimin hedefleri ve rolünün daha yoğun bir şekilde tartışılması gerekmektedir çünkü işgücü piyasasındaki uzun vadeli değişimler üniversitelerdeki fırsatları keskin bir şekilde azaltmaya başlayacaktır. Bu nedenle sadece endüstri için değil, aynı zamanda sağlık, sosyal hizmet ve kamu yönetimi dahil olmak üzere önemli sosyal hizmet kariyer alanları için uzmanların eğitime daha yüksek öncelikler verilmesi gerekmektedir. Kidd’in bu konudaki vurguları, lisansüstü eğitimin

sürdürülebilirliğini artırmada önem arz etmektedir. Bu konuda paydaşların işbirliği yapması ve çabaların sürdürülebilirlik prensiplerine uygun olarak planlanması gerekmektedir.

Üniversiteler açısından lisansüstü öğretimin önemi, akademik araştırma faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde ve nitelikli insan gücünün ortaya çıkarılması sürecinde daha da önemli hale gelmektedir (Karakütük, 1989, s. 505). Yükseköğretim isteminin artması, bazı alanlarda artık lisans derecesinin yeterli olmaması, bazı mesleklerde insan gücünün daha da uzmanlaşmasının zorunlu olması, özellikle üniversitelerdeki akademik personelin daha iyi yetiştirilmesi gereği lisansüstü öğretimin önemini artırmıştır (Karakütük, 1989, s. 507).

Lisansüstü eğitime önem verilmesini etkileyen faktörler birçok factor bulunmaktadır. Bunlar; ülke kalkınmasında yüksek nitelikli insan gücüne daha fazla ihtiyaç duyulması; ilköğretim süresinin uzaması ve çağ nüfusuna yaygınlaşması; ortaöğretimde de okullaşma oranının artmasına bağlı olarak yükseköğrenime gösterilen ilginin artması; bilgi birikimi ve teknolojik gelişmelerin hızlı gerçekleşmesi nedeniyle, yükseköğretimde kazanılan yeterliliklerin mezun olduktan sonra yeterli olmaması ve mezun olduktan sonra da eğitimi gerekli kılmaması; işverenlerin diplomaya ücret ödemesi ve lisansüstü eğitim yapmış kişilerin piyasada aranması olarak ortaya konulmaktadır (Kahraman & Tok, 2016, ss. 148-149).

Lisansüstü eğitim, bireylerin akademik ve profesyonel alanda uzmanlaşmalarını sağlayarak onlara kariyer olanakları ve kişisel gelişim imkânı tanımaktadır.

Bu eğitim düzeyinin en önemli özelliği, lisans seviyesindeki eğitimin çok üzerinde bilgi ve etkinliği öğrencilere sunmasıdır. Ayrıca ihtisas gücünün sağlanmasında lisansüstü eğitim önemli bir rol üstlenmektedir (Karaman & Bakırcı, 2010, s. 96). Bu eğitim sürecinin bir diğer önemli katkısı ise akademik düzeyde bilim insanlarının yani bir diğer deyişle nitelikli öğretim elemanlarının yetiştirilmesinde önemli bir rol oynayan eğitim aşaması olmasıdır (Kahraman & Tok, 2016, s. 149). Son yıllarda lisansüstü eğitime yönelik ilginin artmasının en önemli nedenlerinden biri ise insanların kendilerini daha fazla geliştirmek istemelerinden kaynaklanmaktadır (Bozan, 2012, s. 178). Uzmanlık alanında derinlemesine bilgi lisansüstü eğitim öğrencilerine daha derinlemesine bir bakış açısı kazandırmaktadır. Bu sayede öğrenciler, alanlarında daha yetkin hale gelmekte ve ileri düzeyde araştırmalar yapma yeteneğini kazanmaktadır.

Bilginin üretilmesi süreci yalnızca üniversitelerde gerçekleştirilen araştırma faaliyetleriyle değil aynı zamanda üretilen lisansüstü çalışmalar aracılığıyla hayata geçmektedir (Polat vd., 2022, s. 44).

Öğrencilerin lisansüstü eğitim almak istemesinde birçok etken rol oynamaktadır. Öğrencinin kendisini geliştirmek istemesinin yanı sıra araştırma gerçekleştirmek ve akademisyen olabilmek gibi faktörler lisansüstü eğitimin hedeflenmesi sonucunu ortaya çıkarmaktadır (Aydemir & Çam, 2015, s. 15).

Üniversiteler öğrencilerine sundukları lisansüstü eğitim fırsatlarıyla ihtiyaç duydukları akademik personelleri yetiştirilebilmekte ayrıca nitelikli araştırmacılardan oluşan önemli bir insan gücü potansiyelini de üretmektedirler (Günay, 2018, s. 82).

Yüksek lisans ve doktora programları, öğrencilere akademik alanlarda titiz, derinlemesine eğitim sağlamak ve onlara özgün araştırma yapmayı öğretmekle sorumludur. Bu programlardaki öğrenciler, vizyonlarını hayata geçirmek için risk almaya, fırsatları yakalamaya ve mevcut tüm kaynakları sıralamaya istekli olmaktadır. İşbirliği ve ekip çalışmasının önemini kavrayan öğrenciler, uzmanlıklarını uzun bir kariyer süreci boyunca birden fazla ortamda kullanma, sürdürme tutkusunu ve becerisine sahip olmaktadır. Bu

örnekler, Austin'deki Texas Üniversitesi Lisansüstü Okulu'ndaki Entelektüel Girişimcilik (IE) programının temelini oluşturan lisansüstü eğitim hakkında yeni bir düşünme biçiminin heyecan verici sonuçlarından sadece birkaçını oluşturmaktadır. Lisansüstü eğitimi reforme etmeye veya suçlamaya çalışan bazı çabaların aksine, "entelektüel girişimcilik" programı lisansüstü eğitimin araştırma yönelimi konusunda neyin uygun ve değerli olduğunu takdir etmektedir.1997'deki başlangıcından bu yana bu programın amacı, öğrencilerin eğitimlerini sahiplenmelerini ve eğitimlerinden sorumlu olmalarını sağlayarak lisansüstü eğitimin öğrenciler ve toplum için değerini en üst düzeye çıkarmak olarak belirlenmiştir. Entelektüel girişimcilik felsefesi, lisansüstü eğitimin yaşam boyu süren bir keşif ve öğrenme sürecini açtığını ortaya koymakta, aynı zamanda öğrencilerin akademinin içinde veya dışında profesyonel yaşamları için bir vizyon oluşturmalarına, bir araya gelmelerine, kendilerini geliştirmelerini sağlayacak araçları ve kaynakları edinmelerine ve vizyonlarını değiştirmelerine katkı sağlamaktadır(Cherwitz&Sullivan, 2002, ss. 23-24).

1970-1982 arası dönemde lisansüstü eğitimde ABD model alınarak lisansüstü eğitim master (yüksek lisans) ve doktora olarak kademelendirilmiş ve tez hazırlama şartı getirilmiştir. 1982 sonrası dönemde ise yüksek lisans ve doktora eğitimi için enstitüler kurulmuş, enstitülerle birlikte yüksek lisans ve doktora çalışmaları lisansüstü eğitim-öğretim yönetmeliğine bağlanmıştır(Bozan, 2012, ss. 180-181).

Türkiye'de lisansüstü düzeyde iletişim eğitiminin başlangıcının lisans eğitiminde olduğu gibi İstanbul'daki üniversitelerle başladığı dikkat çekmektedir.Lisansüstü eğitimin başlamasında öncülüğü İstanbul ve Marmara Üniversiteleri yapmış, daha sonraki yıllarda Gazi, Ankara ve Ege Üniversiteleri'nde benzer iletişim yüksek lisans ve doktora programları devreye girmiştir(Tokgöz, 2003, ss. 25-26).

Gelişmiş ülkelerde günümüzde lisans programlarının sürelerinin kısaltılması velisansüstüprogramlarını yaygınlaştırılmasında kamusal kaynakların azaltılması konusunun yanı sıra lisansüstü düzeyde eğitim gören öğrencilerin sanayi alanındaki araştırma çalışmalarına yönlendirilmesi ve üniversite ortamının ötesinde yetiştirilmeleri başlıklarında girişimlerde bulunulduğu dikkat çekmektedir(İbiş, 2014, s. 118).

Amerika Birleşik Devletleri'nde kitle iletişiminde lisansüstü eğitimin doğası ve tarihinin açıklanmasında önemli olan iki tarihsel gerçek yer almaktadır.Bunlardan birincisi, birkaç dikkate değer istisna dışında, bu tür programların söylem ve gazetecilik bölümlerinde yerleşik olarak bulunduğu veya bu bölümlere yerleştirildiği;bunun da ötesinde bu tür bölümlerin normalde liberal sanatlara dayalı kolejlerde yer aldığı şeklindedir.Bu durum, benzer programların edebiyat ve sosyal bilimlerden türediği Avrupa'daki örneklerinden farklı olarak ortaya çıkmaktadır.Chicago Üniversitesi,1950'li yılların başlarında kitle iletişiminde ilk doktora programlarından birini kurmuştur ve bu programın kökleri, sosyolojiye ve Kütüphane Bilimleri Enstitüsü'ne dayanan disiplinler arası bir komite tarafından şekillendirilmiştir(Carey, 1979, s. 282).

Kitle iletişimiyle ilgili temel literatürün çoğunu edebiyat ve sosyal bilimlerdeki akademisyenler yaratmış olsa da, bu literatür yalnızca söylem ve gazetecilik içinde bir alan haline getirilmiştir.Pensilvanya ve Güney Kaliforniya üniversitelerindeki Annenberg okulları, bu kuralın istisnasını oluşturmaktadır.Amerika Birleşik Devletleri'ndeki kitle iletişim eğitimi tarihiyle ilgili ikinci önemli gerçek, bu eğitim sürecinin II.Dünya Savaşı'ndan sonraki yıllarda etkin olan güçlerin bir ürünü olarak ortaya çıkmasıdır. Savaştan sonraki dönemde "kitle iletişimi" ifadesi popüler hale gelmiş ve bu tür olguları incelemek için organize ve genel bir çaba ortaya çıkmıştır. Örneğin Britanya'daki kitle iletişim çalışmaları, Amerika Birleşik Devletleri'ndekinden oldukça farklılık göstermektedir.İngiliz araştırma geleneği, teorik ve

politik dünyada oldukça farklı entelektüel akımların hakim olduğu 1960'lı yılların bir ürünüdür. Gazetecilik, 20. yüzyılın başlarında İngilizce bölümlerindeki öğrencilerin yazım biçimlerinde ustalaşabilecekleri bir süreç içinde öğretilirken; gazetecilik bölümleri, gazetecilik yazarlığı konusunda ders veren öğretmenler ile kamusal basın dernekleri arasında biçimlenen bir ortaklığı sonucunda kurulmuştur (Carey, 1979, s. 283).

Kitle iletişiminde yüksek lisans eğitiminin savaş sonrası yılların bir ürünü olması, birbiriyle bağlantılı iki nedenden dolayı önem taşımaktadır. İlk olarak, savaş sırasında bilimlerin, hatta sosyal bilimlerin etkileyici başarıları, bilimin ve bilim adamlarının statüsünü önemli ölçüde yükseltmiştir. Ancak daha da önemlisi, üniversitenin temel organizasyon modelinin, bilimlerin en prestijlisi tarafından sağlanan modellerin etrafında inşa edilmesi gerektiğini açık hale getirmesidir (Carey, 1979, s. 284).

Kitle iletişimiyle ilgili ilk büyük bilimsel çalışmalar II. Dünya Savaşı'nın sonunda yayınlanmış ve savaşın kendisi, "iletişim teorisi" olarak bilinen yeni bir alanda ilerleme sağlamıştır. The People's Choice (Halkın Seçimi) çalışması, 1940'ta yapılan bir araştırmaya dayanmasına karşın, 1944'e kadar ortaya çıkmamıştır. Kitle iletişimindeki önemli üçüncü cilt raporlama deneylerini içeren "İkinci Dünya Savaşı'nda Sosyal Psikoloji Çalışmaları" ise 1949'da yayınlanmıştır. Yale'de Carl Hovland yönetiminde kısmen yeniden düzenlenen bu çalışmalar, belki de iletişim araştırmalarının ikinci merkezini oluşturmuştur. İlki, Paul Lazarsfeld'in Columbia'daki Uygulamalı Sosyal Araştırma Bürosu'na dönüştürülen Radyo Araştırma Ofisi, Savaş Enformasyon Bürosu ve ticari kuruluşlar için araştırmaların ana yüklenicilerinden birini oluşturmuş ve kitle iletişim araştırmalarını ana odak noktası haline getirmeye devam etmiştir. Kısacası, "iletişim araştırmaları" ve "kitle iletişimi" kavramları, savaş sonrası yıllarda yeterli bir kimlik kazanarak sözlüklerde yer almaya başlamıştır (Carey, 1979, s. 285).

İstisnalar olsa da ABD'de 1940'larda ortaya çıkan yeni fırsatlardan ilk yararlananlar gazetecilik bölümleri olmuştur. İletişim ve kitle iletişimindeki ilk doktora programları 1947'den 1950'ye kadar olan dönemde, büyük orantıda devlet üniversitelerinin gazetecilik okullarında düzenlenmiştir. Kitle iletişiminde eğitim, kitle iletişim araştırmalarının başladığı Chicago Üniversitesi'nde başlamıştır. Yüzyılın başlangıcından hemen önce, kitle iletişimi üzerine ilk sistematik çalışma John Dewey tarafından yapılmış ve daha sonra G. H. Mead, Robert Park, W. I. Thomas, Franklin Giddings, Herbert Blumer gibi seçkin bir filozof ve sosyolog grubu tarafından sürdürülmüştür. Şaşırtıcı olmayan bir şekilde, iletişim alanındaki ilk doktora programlarından biri Chicago Üniversitesi'nde, bu geleneğin mirasçılarının ortak bir girişimi olarak formüle edilmiştir (Carey, 1979, ss. 286-289).

İbiş'e göre (2014, s. 122) Türkiye'nin, kalkınması ve gelişmiş ülkeler düzeyine ulaşması açısından önemli bir yere sahip olan lisansüstü öğretim ve özellikle doktora eğitiminin karşı karşıya bulunduğu sorunları gerçekçi biçimde ele alması gerekmektedir. Lisansüstü eğitimin olmazsa olmaz koşulundan birisi lisansüstü düzeydeki öğretim üyelerinin kendi alanlarıyla ilgili bilimsel gelişmeleri yakından izlemeleri ve öğrencileriyle paylaşarak bir bakış açısı kazandırmalarıdır.

2. Yeni Medya Çağında Eğitim ve Ders İçeriklerinin Dijitalleşmesi

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin 1970'li yılların sonundan itibaren medya alanındaki kullanılmaya başlanmasıyla ortaya çıkan "yeni medya" kavramı; gazete, dergi, radyo, televizyon gibi geleneksel iletişim araçlarındaki sunulan içeriklerin dijital olarak farklı mecralardaki kullanılmaya başlanması, etkileşimli ve yöndeş bir medya yapısı olarak tanımlanabilmektedir.

“Dijitalleşme”, “etkileşim” ve “yöndeşme”; “yeni medya”nın “yeni” olarak kavramsallaştırılmasına sağlayantemel bileşenleri oluşturmaktadır. Yeni medya çağında, “0” ve “1” ile tanımlanan dijital olanı sayısal veriler farklı iletişim araçlarında dolaşımını getiren teknolojik kazanımlardır. “Etkileşim” özelliği, kitle iletişim araçlarının etkileşimli formasyonunun sunucusu okuyucuları, izleyicileri ve 1990’lı yılların ortasından itibaren yoğun olarak İnternet kullanıcılarını da dahiletmıştır. “Yöndeşme” kavramı ise bir çok farklı iletişim aracının sunduğu yeteneklerini yalnızca bir iletişim aracını kullanarak gerçekleştirildiği (örneğin akıllı cep telefonları) “bütünleşik” bir yapıyı ortaya çıkarmaktadır.

“Yeni medya” iletişim teknolojilerinde yaşanan değişim ve aynı zamanda dönüşüm süreciyle bağlantılı bir kavram olarak “medya çalışmaları” alanına dahil olmuştur. “Yeni Medya” ve “Web Teknolojileri Tarihi” kendi içinde çeşitli dönemlere ayrılmaktadır. “Web 1.0” olarak tanımlanan dönem, HTML diliyle oluşturulan sayfaların sunulduğu, tek taraflı ve etkileşimsiz bir süreci nitelendirmektedir. Okuyucuların aktif olmadıkları bu dönem içinde gazeteler kağıda basılı ortamdaki içeriklerinin birebir aynısını kendi İnternet sitelerine aktarma yoluna gitmişlerdir. Diğer gazetelerin bir kısmı ise basılı mecradaki içeriklerin görüntüsünü tarayarak sayısal ortama yüklemişlerdir (T. Çelik, 2020, s. 1826). “Web 2.0” olarak ifade edilen dönem ise World Wide Web (www) teknolojik altyapısının ortaya çıktığı ve İnternet kullanıcılarına daha interaktif yani etkileşimli bir ortam sunan bir dijital iletişim sürecini beraberinde getirmiştir. Böylece İnternet, kullanıcıların sadece kendilerine sunulan haber ya da diğer enformasyon içeriklerini tükettikleri bir ortam olmaktan çıkmıştır. Web teknolojilerindeki bir sonraki süreci ise “semantik web” olarak da tanımlanan “Web 3.0” aşaması oluşturmaktadır. İnternet kullanıcılarına anlambilimsel temelli arama sonuçlarını sunan bir “web teknolojisi” şeklinde değerlendirilmektedir.

“Yeni medya”nın sahip olduğu teknolojik özellikler arasında “multimedya” yani “çoklu ortam”, “multi-etkileşim” yani “çoklu etkileşim” ve “hipermetinsellik” yer almaktadır. Hipermetinsellik özelliği hem metinlerin birbirleriyle olan bağlantılarını gösterdiği hem de bu metinlere kolaylıkla ulaşma imkanı sunduğu için önem kazanmıştır (Şahin & Şahin, 2016, s. 53).

Sosyal medyanın sunduğu iletişim araçları sayesinde günümüzde kullanıcılar istedikleri zaman istedikleri ortamdan paylaşım yapabilmektedirler. Aynı zamanda bu paylaşımlarıyla ilgili olarak anında geri bildirim alabilmektedirler (Şahin & Şahin, 2016, s. 55). Yeni medya çağında iletişim araçlarının daha verimli olarak kullanılabilmesi için eğitim düzeyi yüksek, nitelikli insana gereksinim her geçen gün daha da artmaktadır. Bu nedenle iletişim teknolojilerini kullanabilecek, yeni medya çağına uygun eğitim sunan lisansüstü eğitim veren üniversitelere ihtiyaç artış göstermektedir (Ergüney, 2017, s. 1477).

İletişim teknolojilerinin hayatımızda önemli bir yer taşıdığı günümüzde, teknolojik imkanlara ulaşma konusundaki eksikliklerin azalması, staj ve kurs gibi fırsatlarla mesleki deneyimin önündeki engellerin kalkmasıyla birlikte iletişim fakülteleri ve medya sektörü arasında yaşanan sorunların eğitim programları konusunda ortaya çıktığı görülmektedir (Güz vd., 2017, s. 1550).

“Yeni medya” olarak adlandırılan dönemde medya alanında ortaya çıkan “yeni” durum, dijital yani sayılara dönüştürülmüş ve bu nedenle bilgisayar programlarının işleyebildiği bir medya türünün ortaya çıkması olmuştur (Bayer & Özek Bulut, 2021, s. 129).

Literatürde yeni medya ve eğitimle ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, teknolojinin eğitime entegrasyonu ve dijital dönüşüm bağlamında yeni medya araçlarının kullanımı gibi konuların ön planda yer aldığı görülmektedir (Bayer & Özek Bulut, 2021, s. 133). Yeni medya kavramı, hızla gelişen dijital teknolojilerin etkisiyle ortaya çıkarak iletişim çalışmalarında önemli değişimler gerçekleştirmektedir. Bu alanda lisansüstü eğitim programları, uzmanlaşmak isteyen öğrencilere gerekli bilgi, beceri ve deneyimleri kazandırmak açısından önemli bir rol oynamaktadır.

Yükseköğretim Kurumu Bilgi Yönetim Sistemi'nde yer alan veriler çerçevesinde, Türkiye'de lisans düzeyinde "Yeni Medya" ve "Yeni Medya ve İletişim" adıyla farklı fakülteler bünyesinde 20'si devlet, 23'ü vakıf üniversitesi olmak üzere toplam 43 bölüm halinde aktif olarak eğitim ve öğretim faaliyetleri sürdürmektedir. "Yeni Medya" bölümünün ilk olarak 1999 yılında İstanbul'da Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi bünyesinde açıldığı görülmektedir. "Yeni Medya" ve "Yeni Medya ve İletişim" adlarıyla 2020 yılından itibaren açılan 15 bölümün 11'i devlet, yalnızca 4'ü vakıf üniversitelerinde faaliyet başlatılmış olup bu veri, devlet üniversitelerinin son yıllarda "yeni medya" kavramı üzerinde önem göstermektedir.

Sayısal teknolojilerin ortaya çıkardığı akademik ortam üniversiteleri daha rekabetçi bir sürecin içine girmeye zorlamaktadır. Eğitimde uluslararası anlamda kalite standartlarına ulaşılması yönünde üniversiteler çaba göstermekte ve bu bağlamda uluslararası akreditasyona sahip olma konusu bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır (Elpeze Ergeç, 2014, s. 9). Yeni medya üzerine lisansüstü eğitim, öğrencilere bir yandan içerik üretimi, yönetimi ve bunları analiz etme becerisi kazandırırken aynı zamanda teknolojiyi kullanarak etkileşim sağlama, araştırma yapabilme ve uluslararası yenilikleri takip edebilme imkanını da edindirmektedir (Posos Devrani & Kesici, 2020). Lisansüstü eğitimin sürdürülebilirliği açısından çok yönlü ve kapsamlı bir araştırma alanı olarak yeni medya, gelişime açık ve dinamik bir yapıya sahiptir.

3. Çalışmanın Metodolojisi

3.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Çalışma kapsamında, Türkiye'de lisansüstü düzeyde "yeni medya" kavramı bağlamında hazırlanan lisansüstü akademik çalışmaların bir profilinin çıkarılması amaçlanmıştır. Yaklaşık 25 yıllık süreçte "yeni medya" konusuyla ilgili yapılan tüm lisansüstü çalışmaların ayrıntılı bir analizini yansıtan bir çalışmanın olması bu çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

3.2. Çalışmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı'nın (YÖK) Ulusal Tez Merkezi veritabanında, 1999 ile 2023 yılları arasında (Ağustos ayına kadar) "yeni medya" konu başlığının geçtiği lisansüstü tez çalışmalarının tamamı çalışma kapsamında incelenmiştir. Veritabanındaki tez konusu arama bölümüne "yeni medya" ifadesi girilerek bu konuyla ilgili yapılmış tüm lisansüstü çalışmalar listelenmiştir. Yalnızca "yeni medya" ifadesi geçen lisansüstü çalışmalar araştırmaya dahil edilmiş, veritabanında yeni medya kavramıyla ilişkili olduğu düşünülebilecek başka bir kavram üzerinde arama yapılmamış ve çalışmaya dahil edilmemiştir. Ayrıca çalışmanın sınırlılığı bağlamında; ilgili veritabanında 1999 yılından önceki lisansüstü çalışmaları yer almadığından bu yıldan önceki çalışmalar ile 1 Ağustos 2023 tarihinden sonra veritabanına eklenmiş olan lisansüstü araştırmalar çalışmaya dahil edilmemiştir.

3.3. Çalışmanın Araştırma Soruları

Çalışmada geliştirilen araştırma soruları ise şunlardan oluşmaktadır:

- 1- YÖK Ulusal Tez Merkezi'nde yer alan "yeni medya" konulu lisansüstü tezler ağırlıklı olarak hangi araştırma alanlarında üretilmiştir?
- 2- "Yeni Medya" konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerinin sayısı hangi yıllarda yoğunluk göstermektedir?
- 3- "Yeni Medya" konusu bağlamında yapılan lisansüstü tezlerde Türkiye'de hangi üniversiteler ön plana çıkmaktadır?

3.4. Çalışmanın Yöntemi

Çalışmada, "bibliyometrik analiz" yöntemi kullanılarak Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı'nın (YÖK) Ulusal Tez Merkezi veritabanında "yeni medya" konu başlığının geçtiği lisansüstü tez çalışmalarına yönelik elde edilen veriler nicel olarak incelenmiştir. Buna göre, "yeni medya" kavramının geçtiği yayımlanan lisansüstü tez sayıları, lisansüstü tezlerin dilleri, yıllara göre yayımlanan lisansüstü tez sayıları, lisansüstü tezlerin hangi üniversitelerde yapıldığı ve lisansüstü tezlerin konuları kategorilerinde elde edilen veriler excel tabloda biraraya getirilerek incelenmiştir.

Becerikli'ye(2013, s. 29)göre, bibliyometrik analiz tezlerin ve akademik bir alandaki kaynakların analizinde kullanılan en elverişli yöntemlerden bir tanesi olarak değerlendirilmektedir.Bu yöntem aynı zamanda bilimsel dergilerin atıf analizinde de kullanılmaktadır.

Bibliyometrik analizin, üretilen lisansüstü tezler başta olmak üzere akademik yayınların genel profilini yansıtan bilimsel araştırma yöntemlerinden biri olduğunu dile getiren Okmeydan(Bitirim Okmeydan, 2020, s. 586) ise bibliyometrik analiz yönteminin, belirli bir alana yönelik üretilen bilimsel yayınların profilini çıkardığını ifade etmekte ve akademisyenler için geçmişten geleceğe doğru objektif bir bakış açısı sağladığını dile getirmektedir.

3.5. Elde Edilen Bulguların Değerlendirilmesi

Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı'nın (YÖK) Ulusal Tez Merkezi veritabanında 1999 ile 2023 yılları (ağustos ayına kadar) arasında "yeni medya" kavramının yer aldığı toplam bin 413 lisansüstü tez çalışmasının üretildiği görülmektedir. Bu lisansüstü tez çalışmaları türlerine göre ele alındığında; çalışmaların bin 99'unun yüksek lisans tezi, 287'sinin doktora tezi, 26'sinin sanatta yeterlik, yalnızca bir tanesinin ise tıpta uzmanlık olduğu görülmektedir."Yeni medya" konusunda lisansüstü düzeyde ağırlıklı olarak yüksek lisans tezinde üretim yapıldığı, onu da azımsanmayacak sayıda doktora tezinin izlediği dikkat çekmektedir.

Yayımlanan lisansüstü tezlerin hangi dillerde yazıldığı incelendiğinde, bin 279 adet tezin Türkçe, 129 adet tezin İngilizce, 3 adet tezin Almanca, birer adet tezin Arapça ve Kırgızca olarak yazıldıkları görülmektedir.Konuyla ilgili yayımlanan ilk yüksek lisans tezi 1999 yılında yazılırken, ilk doktora tezinin de 2000 yılı itibarıyla hazırlandığı görülmektedir.

Tablo 1. "Yeni Medya" Konu Başlıklı Tez Sayılarının Yıllara Göre Dağılımı

Yıl	Yayımlanan Tez Adedi
1999	1

2000	4
2001	0
2002	2
2003	2
2004	2
2005	1
2006	4
2007	6
2008	9
2009	12
2010	9
2011	20
2012	34
2013	36
2014	52
2015	70
2016	67
2017	94
2018	133
2019	251
2020	186
2021	192
2022	163
2023 (Ağustos)	63

Yıllara göre yayımlanan tez sayılarına bakıldığında en çok lisansüstü tez çalışmasının 2019 yılında 251 adetle yapıldığı ortaya çıkmaktadır. Bu sayıyı 2021 yılında 192, 2020’de 186, 2022’de 163, 2018 yılında yapılan 133 tez çalışması izlemektedir. 2001 yılında “yeni medya” konusuyla ilgili hiç tez çalışması yapılmadığı; 1999 ve 2005 yıllarında yalnızca birer, 2002, 2003 ve 2004 yıllarında ise ikişer adet tez çalışması üretildiği dikkat çekmektedir.

Tablo 2. “Yeni Medya” Konu Başlıklı Lisansüstü Tez Sayılarının Üniversitelere Göre Dağılımı

Üniversite	Yayınlanan Tez Adedi
Marmara Üniversitesi	192
İstanbul Üniversitesi	136
Ege Üniversitesi	61
Ankara Üniversitesi	55
Anadolu Üniversitesi	54
Selçuk Üniversitesi	53
Kocaeli Üniversitesi	48

Hacettepe Üniversitesi	41
İstanbul Aydın Üniversitesi	40
Atatürk Üniversitesi	39

Türkiye’de hangi üniversiteler bünyesinde “yeni medya” konu başlığını taşıyan lisansüstü tez çalışmalarının yapıldığı değerlendirildiğinde, ilk 10’luk listenin içinde adet olarak İstanbul’daki iki üniversitenin ilk iki sırada yer aldığı görülmektedir. İlk sırada yer alan Marmara Üniversitesi’nde toplam 192 adet tez çalışması yayımlanırken, onu 136 adet tez çalışmasıyla İstanbul Üniversitesi izlemektedir. Listede Ege Üniversitesi 61 adet teze üçüncü sırada yer alırken, bu üniversiteyi 55 adet çalışmayla Ankara Üniversitesi, 54 çalışmayla Anadolu Üniversitesi, 53 çalışmayla Selçuk Üniversitesi, 48 çalışmayla Kocaeli Üniversitesi, 41 çalışmayla Hacettepe Üniversitesi, 40 çalışmayla İstanbul Aydın Üniversitesi, 39 çalışmayla ise Atatürk Üniversitesi izlemektedir. Adnan Menderes Üniversitesi, Amasya Üniversitesi, Ardahan Üniversitesi, Avrasya Üniversitesi, Çağ Üniversitesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Doğu Akdeniz, Düzce Üniversitesi, Eskişehir Teknik Üniversitesi, Gedik Üniversitesi, Harp Akademileri Komutanlığı, Işık Üniversitesi, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul Şehir Üniversitesi, İstanbul Topkapı Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, İzmir Ekonomi Üniversitesi, Kafkas Üniversitesi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Milli Savunma Üniversitesi, Munzur Üniversitesi, Mustafa Kemal Üniversitesi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nişantaşı Üniversitesi, Özyeğin Üniversitesi, Queen Mary University of London, Sabancı Üniversitesi, Sinop Üniversitesi, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Trakya Üniversitesi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Ufuk Üniversitesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Yeni Yüzyıl Üniversitesi ve Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi’nde ise yalnızca birer çalışma yapıldığı görülmektedir.

Tablo 3. “Yeni Medya” Konu Başlıklı Lisansüstü Tezlerin Konulara Göre Dağılımı

Konu	Yayınlanan Tez Adedi
İletişim Bilimleri	719
Gazetecilik	324
Radyo-Televizyon	198
Halkla İlişkiler	175
Sosyoloji	140
Güzel Sanatlar	111
Reklamcılık	84
Siyasal Bilimler	83
İşletme	77
Sahne ve Görüntü Sanatları	57
Eğitim ve Öğretim	37
Bilim ve Teknoloji	22

Kamu Yönetimi	21
Uluslararası İlişkiler	21
Mimarlık	19
Sanat Tarihi	18
Müzik	16
Spor	15
Psikoloji	14
Din	12
Müzecilik	8
Bilgisayar Mühendisliği Bilimleri- Bilgisayar ve Kontrol	6
Hukuk	6
Felsefe	5
Halk Bilimi (Folklor)	5
Sağlık Kurumları Yönetimi	5
Alman Dili ve Edebiyatı	4
Bilgi ve Belge Yönetimi	4
İç Mimari ve Dekorasyon	4
Turizm	4
Ekonomi	3
Endüstri Ürünleri Tasarımı	3
Antropoloji	2
Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri	2
Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları	2
Dilbilim	2
Halk Sağlığı	2
Mütercim-Tercümanlık	2
Sağlık Eğitimi	2
Şehircilik ve Bölge Planlama	2
Tarih	2
Türk Dili ve Edebiyatı	2
Adli Tıp	1
Amerikan Kültürü ve Edebiyatı	1
Arkeoloji	1
Arşiv	1

Bale ve Dans	1
Beslenme ve Diyetetik	1
Bibliyografya	1
Coğrafya	1
Çevre Mühendisliği	1
Demografi	1
Doğu Dilleri ve Edebiyatı	1
Dokümantasyon ve Enformasyon	1
Ekonometri	1
Giyim Endüstrisi	1
Hastaneler	1
İstatistik	1
Karşılaştırmalı Edebiyat	1
Matbaacılık	1
Sosyal Hizmet	1
Sosyal Hizmetler	1
Tekstil ve Tekstil Mühendisliği	1
Yönetim Bilişim Sistemleri	1

Yayımlanan lisansüstü tezlerin konulara göre dağılımı ele alındığında, “İletişim Bilimleri” konusunda 719, “Gazetecilik” konusunda 324, “Radyo Televizyon” konusunda ise 198 adet konu başlığının lisansüstü tezlere tanımlandığı dikkat çekmektedir. Bu tez çalışmalarını “Halkla İlişkiler” konusunda üretilen 175, “Sosyoloji” de yapılan 140, “Güzel Sanatlar” da üretilen 111, “Reklamcılık”ta yapılan 84 adet tez çalışması izlemektedir. Adli Tıp, Amerikan Kültürü ve Edebiyatı, Arkeoloji, Arşiv, Bale ve Dans, Beslenme ve Diyetetik, Bibliyografya, Coğrafya, Çevre Mühendisliği, Demografi, Doğu Dilleri ve Edebiyatı, Dokümantasyon ve Enformasyon, Ekonometri, Giyim Endüstrisi, Hastaneler, İstatistik, Karşılaştırmalı Edebiyat, Matbaacılık, Sosyal Hizmet, Sosyal Hizmetler, Tekstil ve Tekstil Mühendisliği ve Yönetim Bilişim Sistemleri gibi konu başlıklarında ise sadece birer adet tez çalışmasının yapıldığı görülmektedir.

Sonuç

Türkiye’de lisans ve lisansüstü düzeyde verilen, genel ifadeyle iletişim ve medya alanındaki derslerin niteliği ve niceliğinde son yıllarda önemli değişimlerin yaşandığı görülmektedir. 1940’ların sonu ve 1950’li yılların başında İstanbul’da açılan gazetecilik okulları ve enstitüleriyle başlayan iletişim eğitiminin yolculuğunun Ankara’ya uzanması 1960’lı yılların ortasını bulmuştur. Siyasal Bilgiler Fakültesi bünyesinde açılan Basın Yayın Yüksek Okulu ve sonrasında İzmir’de açılan gazetecilik yüksekokuluyla birlikte Türkiye’de iletişim eğitiminin öncelikli olarak “basın-yayın” ve “gazetecilik” alanlarında verilmeye başlandığı dikkati çekmektedir. İletişim araştırmalarına yönelik çalışmaların artış göstermeye

başladığı 1970’li yıllarda “özel okul” niteliğinde olan iletişim eğitimi veren kurumların resmileştirilerek İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi’ne dahil edildikleri görülmektedir. Bu gelişmenin ardından öğretim süresinin de dört yıla çıkarıldığı ve bir anlamda günümüzde iletişim fakültelerinde verilen eğitim süresine yaklaşık 50 yıl öncesinden ulaşıldığı görülmektedir.1980’li yıllarda Yüksek Öğretim Kurulu’nun (YÖK) kurulmasıyla iletişim eğitiminin daha standart ve “Basın Yayın Yüksekokulu” kapsamında verilmeye başlandığı bir dönem başlamıştır.Aynı zamanda lisansüstü programlar da 1980’li yıllarda açılmaya başlanmış, iletişim ve medya alanında üretilen akademik bilimsel çalışmaların önü açılmıştır.1992 yılına gelindiğinde ise çıkarılan yasa ile “Basın Yayın Yüksekokulları”, “İletişim Fakültesi” adını alarak dönüşüme uğramıştır. Bilindiği üzere 1990’lı yıllar aynı zamanda Türkiye’de özel radyo ve televizyon yayıncılığının başladığı bir döneme denk gelmektedir.Sektörün yetişmiş iletişim ve medya çalışanlarına olan ihtiyacını daha da artıran bu gelişme, iletişim fakültelerinin sayısının artışına katkıda bulunmuştur. Yeni açılan iletişim fakültelerinde açılan “Gazetecilik”, “Halkla İlişkiler ve Tanıtım” ile “Radyo, Televizyon ve Sinema” bölümleri, iletişim ve medya eğitiminin verildiği temel alanları da ortaya çıkarmıştır.

Çalışma kapsamında son yıllarda Türkiye’de, özellikle iletişim fakültelerindeki öğretim üyeleri tarafından üzerinde yoğun olarak akademik çalışma gerçekleştirilen “yeni medya” konusunda lisansüstü düzeyde yapılan tez çalışmalarının niceliksel durumunun ortaya konulması amaçlanmıştır. Her ne kadar “yeni medya” kavramı uluslararası literatürde 1970’li yılların sonuna doğru kullanılmaya başlandıysa da, Türkiye’de “yeni medya” ve bubağlamda “iletişimteknolojileri”, “dijitalleşme” gibi kavramlar kapsamında göreceli olarak son 15-20 yıl içinde yapılan çalışmalarda artış yaşandığı görülmektedir. Bu nedenle çalışmada, son yıllarda iletişim alanında yaygın olarak kullanılan “yeni medya” kavramı, bibliyometrik analiz yönteminden yararlanılan bu çalışmada anahtar kelime olarak seçilmiş ve niceliksel olarak elde edilen veriler analize tabi tutulmuştur.

2000’li yılların başından günümüze doğru Türkiye’de iletişim eğitiminin gelişim sürecine baktığımızda, öncelikli olarak yaşanan ekonomik, sosyolojik ve teknolojik gelişmelerin bu süreçlerde önemli bir etkisinin olduğu görülmektedir. Geleneksel iletişim mecralarının yanı sıra dijital teknolojilerin medya alanına dahil olduğu ve onlarla birlikte var olduğu “yeni medya” olarak adlandırılan süreç, medya sektörünün iletişim fakültelerinden beklentilerini farklılaştırmaya başlamıştır. Devlet, özel ve vakıf iletişim fakülteleri lisans düzeyinde verdikleri eğitimle medya sektörüne yetkin iletişim çalışanları yetiştirmeyi amaçlarken aynı zamanda sundukları lisansüstü eğitim çerçevesinde çağın gereklerine uygun bilimsel araştırmaları gerçekleştirebilecek akademisyenleri iletişim alanına kazandırmayı sağlamaktadırlar.Bu nedenle 2000’li yıllarda iletişim fakültelerinde yeni bölümler ve sosyal bilimler enstitülerinde iletişim bilimleri ile ilgili yeni anabilim dalı ve programların açılmaya başlandığı görülmektedir. “Görsel İletişim Tasarımı”, “İletişim Tasarımı”, “Reklamcılık”, “Medya Çalışmaları”, “Yeni Medya”, “Dijital İletişim”, “Dijital Oyun Kültürü”, “Çizgi Film ve Grafik Animasyon” vb. bölüm ve programların yaygınlık göstermeye başladığı dikkat çekmektedir.

Türkiye’deki iletişim eğitiminin lisans ve lisansüstü düzeyde tarihsel gelişiminin literatür (alanyazın) taraması yapılarak inşa edildiği ve lisansüstü düzeyde “yeni medya” kavramı bağlamında üretilen tez çalışmalarının incelendiği ve bu çalışmaların bir profilinin çıkarılmasının amaçlandığı bu çalışmada üç farklı araştırma sorusuna yanıt aranmıştır.

Çalışmanın ilk araştırma sorusu, “YÖK Ulusal Tez Merkezi’nde yer alan ‘yeni medya’ konulu lisansüstü tezler ağırlıklı olarak hangi araştırma alanlarında üretilmiştir?” olarak belirlenmiştir.

Elde edilen bulgulara göre, yayımlanan lisansüstü tezlerin 719 adetle en çok “İletişim Bilimleri” konusunda üretildiği görülmektedir. Bu konuyu “Gazetecilik” 324, “Radyo Televizyon” ise 198 adet çalışmayla izlemektedir. Bunun yanı sıra “Halkla İlişkiler” konusunda üretilen 175, “Sosyoloji”de yapılan 140, “Güzel Sanatlar” da üretilen 111, “Reklamcılık”ta yapılan 84 adet tez çalışması belirlenmiştir. İletişim ve medya çalışmalarının dışında yer alan diğer alanlarda yapılan tezlerin sayısının daha az olduğu görülmektedir.

Çalışmanın ikinci araştırma sorusu ise “Yeni medya’ konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin sayısı hangi yıllarda yoğunluk göstermektedir?” şeklinde oluşturulmuştur. Bulgulara göre, en çok lisansüstü tez çalışmasının 2019 yılında 251 adetle yapıldığı görülmektedir. Bu sayıyı 2021 yılında 192, 2020’de 186, 2022’de 163, 2018 yılında yapılan 133 tez çalışması izlemektedir. 2001 yılında “yeni medya” konusuyla ilgili hiç tez çalışması yapılmadığı; 1999 ve 2005 yıllarında yalnızca birer, 2002, 2003 ve 2004 yıllarında ise ikişer adet tez çalışması üretildiği dikkat çekmektedir.

Çalışmanın üçüncü ve son araştırma sorusu “Yeni medya’ konusu bağlamında yapılan lisansüstü tezlerde Türkiye’de hangi üniversiteler ön plana çıkmaktadır?” olarak geliştirilmiştir. Buna göre elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, ilk 10 sıradaki üniversite listesi içinde İstanbul’daki iki üniversitenin yapılan tez çalışması sayısında ilk iki sırada yer aldığı görülmektedir. İlk sırada yer alan Marmara Üniversitesi’nde toplam 192 adet tez çalışması yayımlanırken, onu 136 adet tez çalışmasıyla İstanbul Üniversitesi takip etmektedir. Listede Ege Üniversitesi 61 adet teze üçüncü sırada yer alırken, bu üniversiteyi 55 adet çalışmayla Ankara Üniversitesi, 54 çalışmayla Anadolu Üniversitesi, 53 çalışmayla Selçuk Üniversitesi, 48 çalışmayla Kocaeli Üniversitesi, 41 çalışmayla Hacettepe Üniversitesi, 40 çalışmayla İstanbul Aydın Üniversitesi, 39 çalışmayla ise Atatürk Üniversitesi izlemektedir.

“Yeni medya” kavramı çerçevesinde üretilen akademik makaleler, düzenlenen sempozyum ve kongrelerde sunulan bildiriler çalışmaya dahil edilmemiştir. Bu bağlamda, ileriki yıllarda bu konuyla ilgili olarak “yeni medya” kavramı çerçevesinde Türkiye’deki iletişim fakülteleri öğretim üyeleri tarafından yazılan makaleler ya da sempozyum ve kongrelerde sunulan bildirilerin çalışma örneğine dahil edildiği akademik çalışmalar gerçekleştirilebilir. Bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak elde edilecek veriler, iletişim fakültelerinde akademik düzeyde “yeni medya” konusu bağlamında yapılmış çalışmaların bir panoramasını yansıtmış olacaktır. Ayrıca lisans düzeyinde eğitim gören iletişim fakültesi öğrencilerinin mezun olabilmeleri için başarılı olmaları gereken “bitirme projesi” ya da “bitirme tezi” başlıklı dersler için hazırladıkları tez çalışmaları da yapılacak akademik makalelerin araştırma içeriğinde kullanılabilir.

21. yüzyılın ilk çeyreğini geride bırakmaya hazırlandığımız bir medya çağında, dijitalleşme ve yapay zeka teknolojilerinin bizleri nasıl bir geleceğe doğru sürükleyeceğini önümüzdeki yıllar gösterecektir. Hiç kuşkusuz yaşanacak değişim süreci, Türkiye’de ve dünyada iletişim eğitimini lisans ve lisansüstü düzeyde önemli ölçüde etkileyecek ve üniversitelerin öğrencilerine sunacakları yeni ders içerikleriyle birlikte yeni bir “iletişimci”, “medya çalışanı” ve aynı zamanda “iletişim akademisyeni” nesli ortaya çıkacaktır.

Açıklamalar

**Etik Kurul Onayı*: Etik kurul onayı gerektiren bir çalışma değildir.

**Yazar Katkı Oranı*: Her iki yazarın da çalışmaya katkı oranı %50’dir.

**Akademik Finansal Destek*: Çalışma için herhangi bir kurum veya kuruluştan akademik finansal destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması*: Çalışma yazarlarının herhangi bir kurum veya kuruluşla çıkar çatışması bulunmamaktadır.

**Yazar Beyanı*: Çalışma bir tezden üretilmemiştir; sempozyum/kongre gibi herhangi bir akademik toplantıda sunulan bildiriden üretilmemiştir; herhangi bir akademik proje kapsamında değildir.

Structured Extended Abstract

Research Background & Problem

In recent years, there has been an increase in academic studies on "new media" in the communication literature in Türkiye. In fact, the concept of "new media" reflects a historical process dating back to the 1970s when the technological infrastructure offered by communication technologies began to be used in mass media. With the widespread use of the Internet, one of the most important outlets of new media, in the early 1990s, the level of academic interest in topics such as "communication technologies", "new media", "Internet journalism and publishing" has increased even more. With the increase in the number of academic publications over the years, many undergraduate and graduate programs in Türkiye, especially faculties of communication, have started to add courses on "Internet" and "new media" to their curriculum. In this context, this study aims to reveal the distribution and profile of theses on "new media" written by students in graduate programs in Türkiye.

Research Methodology

In this study, by using the "bibliometric analysis" method, the data obtained from the National Thesis Center database of the Council of Higher Education (YÖK) for the postgraduate theses in which the topic "new media" was mentioned were quantitatively analyzed. Accordingly, the data obtained in the categories of the number of published postgraduate theses containing the concept of "new media", the languages of the postgraduate theses, the number of postgraduate theses published according to years, the universities in which the postgraduate theses were conducted, and the subjects of the postgraduate theses were examined by bringing them together in an exceltable. Only the postgraduate studies containing the term "new media" were included in the study, and no other concept that could be considered to be related to the concept of new media was searched in the database and not included in the study.

Research Results

In this study, in which the historical development of communication education in Turkey at the undergraduate and graduate levels is constructed through a literature review and the thesis studies produced in the context of the concept of "new media" at the graduate level are examined, answers to three different research questions are sought. The first research question of the study was determined as "In which research areas were the postgraduate theses on 'new media' in the YÖK National Thesis Center mainly produced?". According to the findings, it is seen that most of the published postgraduate theses are on the subject of "Communication Sciences" with 719 theses. This is followed by "Journalism" with 324 theses and "Radio and Television" with 198 theses. In addition, there are 175 theses on "Public Relations", 140 on "Sociology", 111 on "Fine Arts" and 84 on "Advertising". It is seen that the

number of theses in other fields other than communication and media studies is lower. These cond research question of the study is "In which years does the number of postgraduate theses on 'new media' intensify?". According to the findings, it is seen that the highest number of postgraduate thesis studies was 251 in 2019. This number is followed by 192 theses in 2021, 186 in 2020, 163 in 2022, and 133 in 2018. In 2001, it is note worthy that there were no thesis studies on the subject of "new media"; only one thesis study was produced in 1999 and 2005, and two thesis studies were produced in 2002, 2003 and 2004. The third and final research question of the study was developed as "Which universities in Türkiye stand out in the postgraduate theses on 'new media'?". When the findings obtained accordingly are evaluated, it is seen that two universities in Istanbul are in the first two places in the list of the top 10 universities in terms of the number of thesis studies. Marmara University, which ranks first, published a total of 192 thesis studies, followed by Istanbul University with 136 thesis studies. Ege University ranks third with 61 theses, followed by Ankara University with 55, Anadolu University with 54, Selçuk University with 53, Kocaeli University with 48, Hacettepe University with 41, Istanbul Aydın University with 40 and Atatürk University with 39.

Conclusion & Discussion

As the 21st century prepares to leave behind its first quarter, the coming years will show what kind of future digitalization and artificial intelligence technologies will drag us towards. Undoubtedly, the process of change will significantly affect communication education at the undergraduate and graduate levels in Türkiye and the world, and a new generation of "communicators", "media workers" and "communication academics" will emerge with the new course contents that universities will offer to their students. This study contributes to the field of communication education by presenting a profile of the postgraduate thesis studies on the concept of "new media" in Turkey.

Kaynakça

- Akgül, M., & Akdağ, M. (2017). Türkiye’de Yeni Medya Eğitimi Üzerine Niceliksel Bir Betimleme. *Erciyes İletişim Dergisi "akademia"*, 5(1), 210-220.
- Atabek, Ü., & Atabek Şendur, G. (2014). İletişim Eğitiminde Farklı Perspektifler: Öğrenciler, Akademisyenler ve Meslek Mensuplarının İletişim Eğitimi Hakkındaki Tutumları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 38, 148-163.
- Aydemir, S., & Çam, Ş. S. (2015). Lisansüstü öğrencilerinin lisansüstü eğitim almaya ilişkin görüşleri. *Turkish Journal of Education*, 4(4), 4-16. <https://doi.org/10.19128/turje.00354>
- Aziz, A. (2006). Dünyada ve Türkiye’de İletişim Araştırmaları. *Kültür ve İletişim*, 9(1), 9-31.
- Bayer, H., & Özek Bulut, M. (2021). Yeni Medya Eğitimi ve Önemi. *Journal of Communication Science Researches*, 1(2), 127-138.
- Bitirim Okmeydan, S. (2020). Kültürlerarası İletişim Alanındaki Eğilimler: ‘Kültürlerarası İletişim’ Başlıklı Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *TRT Akademi*, 5(10), 578-611.
- Bowen G. William. (1981). Graduate Education in the Arts and Sciences: Prospects for the Future. *Change: The Magazine of Higher Learning*, 13(5), 40-44.
- Bozan, M. (2012). Lisansüstü Eğitimde Nitelik Arayışları. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(2), 177-187.

- Büyükaslan, A., & Mavnacıoğlu, K. (2017). İletişim Fakültesi Ders Müfredatlarının Sektörün Nitelikli İşgücü Talebine Uyumu. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 3(2), 219-233.
- Can, S. (2018). İletişim Eğitiminde Akademi ve Sektör Beklentileri Üzerine Bir Araştırma. *Humanities Sciences*, 13(2), 57-73. <https://doi.org/10.12739/NWSA.2018.13.3.4C0225>. Can
- Carey, J. W. (1979). Graduate education in mass communication. *Communication Education*, 28(4), 282-293. <https://doi.org/10.1080/03634527909378368>
- Cherwitz, R. A., & Sullivan, C. A. (2002). Intellectual Entrepreneurship A Vision for Graduate Education. *Change: The Magazine of Higher Learning*, 34(6), 22-27. <https://doi.org/10.1080/00091380209605565>
- Çelik, T. (2020). İletişim Fakültelerindeki Yeni Medya ve Gazetecilik Pratiklerine Yönelik Derslerin İncelenmesi. *Turkish Studies - Social Science*, 15(4), 1823-1836.
- Çelik, U. M. (2012). Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü Özelinde İletişim Fakültelerindeki Eğitimi İlişkin Bir İnceleme. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 60-65.
- Elpeze Ergeç, N. (2014). Uluslararası Yüksek Öğrenim Trendleri Bağlamında İletişim Eğitimi Yeniden Düşünmek. *Selçuk İletişim*, 8(2), 5-31.
- Ergüney, M. (2017). İletişimin Dijitalleşmesi ve İletişim Fakültelerinde Yeni Medya Eğitimi. *Ulakbilge Dergisi*, 5(15), 1475-1486. <https://doi.org/10.7816/ulakbilge-05-15-05>
- Ezber, B., & Sayar, T. E. (2016). Türkiye’de Akademi Dışı Medya ve İletişim Eğitimi. *Marmara İletişim Dergisi*, 26, 71-83. <https://doi.org/10.17829/midr.2017.45>
- Günay, D. (2018). Türkiye’de Lisansüstü Eğitim ve Lisansüstü Eğitime Felsefi Bir Bakış. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 71-88. <https://doi.org/10.32329/uad.450965>
- Güz, N., Yanık, H., & Yegen, C. (2017). İletişim Fakülteleri Eğitim Sistemine Yönelik Yeni Bir Yaklaşım. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(5), 1546-1560.
- Holdaway, E. A. (1996). Current Issues in Graduate Education. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 18(1), 59-74. <https://doi.org/10.1080/1360080960180106>
- İbiş, E. (2014). Lisansüstü Eğitim Sorunları. *Yüksek Öğretim Dergisi*, 4(3), 117-123. <https://doi.org/10.2399/yod.14.019>
- Kahraman, Ü., & Tok, T. N. (2016). Eğitim Yönetimi Denetimi Planlaması ve Ekonomisi Lisansüstü Öğrencilerinin Aldıkları Eğitim Hakkındaki Görüşleri. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 2016, 9(1), 147-164.
- Karakütük, K. (1989). Türkiye Lisansüstü Öğretim, Sorunları ve Çözüm Önerileri. İçinde *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi* (ss. 505-528). https://doi.org/10.1501/egifak_0000000881
- Karaman, S., & Bakırcı, F. (2010). Türkiye’de Lisansüstü Eğitim: Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *The Journal of Social Sciences Research*, 5(2), 94-114.
- Kidd, C. V. (1974). Graduate Education: The New Debate. *Change: The Magazine of Higher Learning*, 6(4), 43-50. <https://doi.org/10.1080/00091383.1974.10568679>
- Kükreler, Ö. (2011). Erol Mutlu’nun İletişim Eğitimi Üzerine Düşünceleri ve Katkıları. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 15, 161-163.
- Özarslan, Z. (2019). Türkiye’de Lisans Düzeyindeki Yeni Medya Eğitimi ve Sektör Beklentileri Üzerine Bir Değerlendirme. *Moment Dergi Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 6(1), 150-175.

- Özçakmak, H. (2017). TürkçeEğitimiLisansüstüAraştırmalarında Yeni Yönelimler (2011-2015). *UluslararasıTürkçeEdebiyatKültürEğitimDergisi*, 6(3), 1607-1618.
- Polat, M., Polat, H., Süren, S., Saldüz, İ., Polat, İ., Polat, M., Kılıç Öter, D., & Kılıç, B. (2022). LisansüstüÖğrencilerinLisansüstüEğitimelişkinGörüşleri. *The Journal of International Lingual Social and Educational Sciences*, 8(1), 42-57. <https://doi.org/10.34137/jilses.1093081>
- Posos Devrani, A. E., & Kesici, İ. (2020). Yeni Medya AraştırmalarındaYöntemler ve Araçlar Ne KadarYeni? Türkiye'dekiLisansüstüTezlere Dair Bir Meta Analiz Çalışması. *Selçuk İletişim*, 13(1), 273-293.
- Romsdahl, R. J., & Hill, M. J. (2012). Applying the learning community model to graduate education: linking research and teaching between core courses. *Teaching in Higher Education*, 17(6), 722-734. <https://doi.org/10.1080/13562517.2012.678325>
- Serdaroğlu, N. S., & Doğan, B. Ö. (2022). 1980-1992 YıllarıArasıHalklalişkiler ve ReklamLisansüstü Tez ÇalışmalarınınTeorik ve. *Türkiye AraştırmalarıLiteratürDergisi*, 20(39), 191-208.
- Şahin, M., & Şahin, G. (2016). GelenekselMedyanın Yeni Rakibi: Yeni Medya ve CanlıYayınlar. *Yeni Medya*, 1, 50-63. <https://dergipark.org.tr/en/pub/yenimedya/issue/55557/760554>
- Tokgöz, O. (2000). Türkiye'deİletişimAraştırması: NeredenNereye. *Kültür ve İletişim*, 3(2), 11-30.
- Tokgöz, O. (2003). Türkiye'deİletişimEğitimi: Elli Yıllık Bir GeçmişinDeğerlendirmesi. *Kültür ve İletişim*, 6(1), 9-32.
- Welch-Devine, M., Shaw, A., Coffield, J., & Heynen, N. (2018). Facilitating Interdisciplinary Graduate Education: Barriers, Solutions, and Needed Innovations. *Change: The Magazine of Higher Learning*, 50(5), 53-59. <https://doi.org/10.1080/00091383.2018.1510268>
- Yetkiner, B. (2018). Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümlerinde Sinemayla İlgili Verilen Ders İçeriklerinin Araştırılması. *İNİF E-Dergi*, 3(1), 83-99. <http://dergipark.gov.tr/inifedergi/issue/37518/401562>
- Yıldırım Becerekli, S. (2013). Türkiye'de Sağlık İletişimi Üzerine Yazılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi: Eleştirel Bir Bakış. *Ankara Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 12(2), 25-36. https://doi.org/10.1501/ashd_0000000089