



## **İLETİŞİM FAKÜLTELERİ ÖĞRENCİ HARÇLARI, KONTENJANLARI VE GİRİŞ PUANLARI ÜZERİNE GENEL BİR DEĞERLENDİRME**

GENERAL APPRECIATION OF COMMUNICATION FACULTIES AND THEIR STUDENT  
FEES, QUOTA AND ADMISSION POINT

**Yrd.Doç.Dr. Mehmet FİDAN**  
[fidan@selcuk.edu.tr](mailto:fidan@selcuk.edu.tr)  
Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

### **ÖZ**

İletişim Fakültelerinin sorunlarının ortak platformlarda tartışılabilmesi, etkileşimli ilişkiler kurma yönündeki çalışmalar son dönemlerde önemini iyice ortaya çıkarmıştır. Bu tür bir platformda öncelikli hale gelen fakültelerin eğitim kalitesinin artırılması ve istihdam sorunlarıdır. Bu sorunun içinde öğrenci harç miktarları kontenjanlar ve giriş puan türleri öne çıkanlardır. İletişim alanında karşımıza çıkan yeni teknolojiler ve gelişimler fakülte mezunlarının sadece kurumsal bilgilerle donatılmasının yeterli olmayacağı gerçeğini ortaya koymuştur. Uygulama içinde çok büyük maddi imkanlar gerekmektedir. Ayrıca bir de sözel puan türünden eşit puan türüne geçilmesi ile iletişim fakültelerine olan öğrenci talebi artacaktır. Bu çalışmayla iletişim fakültelerine yeni bir açılıma destek sağlanması hedeflenmiştir.

**Anahtar Sözcükler:** Eğitim, Öğrenci Harçları, Puan Türleri, İletişim, Kontenjan

### **ABSTRACT**

In the last period the works of interactive relation and the discussion in common platform of the problems about communication faculties get matter. In this platform is it privileged to increase the education quality of faculties and to compose employment cases. In this case student expenditure, the quota and entrance points goes to fare. The new technology and the developments in communication area put forward that it's not enough to deck out the graduate with institutional information. The practice needs big materials. To get form oral point to equal point will increase the request to communication faculties. With this work we aimed to support a new expansion to communication faculties

**Key Words:** Education, Student Expenditure, The Kind Of Points, Communication, Quota

## GİRİŞ

Eğitim, insanlığın doğuşundan beri daima mevcuttur. Günümüzde de uygarlık düzeyi ne olursa olsun her toplumda eğitim var olmuştur. Nüfusu sınırlı olan ilkel bir kabilede, insanoğlu bir taraftan temel ihtiyaçlarını karşılamak için kullandığı araçları geliştirmiş, bir taraftan da toplumdaki bireylere eğitim vermeye çalışmıştır. Böyle bir toplumda birey, canlı-cansız çevre ile etkileşim yoluyla eğitilmiştir. Öğrenmenin olduğu her durumda insan; davranışlarını değiştiren bir eğitim sürecinden bahsedilmektedir (Varış; 1998:6).

Eğitim kelimesinin farklı tanımlarının ortak yanı onun davranış değiştirme, davranış oluşturma amaçlı etkinlikler olmasıdır. Öğretim, öğrenme davranışının sağlanması amacıyla yapılan eğitim, öğretim etkinliklerinin büyük bölümü eğitim amacıyla kurulmuş özel çevreler olan okullar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.

Okul sağladığı eğitim ortamında öğrencinin eğitimin önceden belirlenmiş amaçları doğrultusunda, belirlenmiş davranışlara sahip olma sürecini yönlendirilmektedir. Eğitim bir değişken olarak içinde bulunduğu dünyanın bütün değişkenlerinden etkilenmektedir (Toprakçı, 2002:327).

Küreselleşme, eğitim açısından ortak bir dil, herkesçe kolayca ulaştırabilecek ortak bilgiler veya doğrular, ortak inançlar veya ortak yaşam tarzları sunabilmektedir.

Yüksek öğretimde kalite geniş kavramları içine alan milli ve ahlaki değerleri ve sürekli gelişmeyi vurgulamaktadır. Bu çerçevede yüksek öğretimde kaliteyi tanımlarsak, kalite öğrencinin şimdi ve gelecekteki okuluna ve topluma bağlılığına artıracak sosyal, psikolojik, ilmi ve ahlaki değerlerini geliştirecek sistemlerin sürekli iyileştirilmesidir.(Özcan, 1997:35).

Eğitim kurumları kendilerini değişimlere uyarlamak zorundadırlar. Günümüzde toplumlar bilgi ya da bilişim toplumları olarak adlandırılmaktadırlar. Bilgiyi üretmenin elde etmenin yaymanın ve kullanmanın önemi giderek artmaktadır. Bilgiye sahip olma en büyük zenginliklerden birisidir.

Eğitim geleceğin insanını yetiştirmektedir ve yetiştirmelidir. Bu doğrultuda eğitim kurumları gelişmeli ve yeniliklere ayak uydurmalıdır.

Kaliteli eğitim farklı öğrenme metodlarını farklı öğrenci stillerine uyum sağlamayı öngörmektedir. Her üniversitenin kendi stratejisini ve gelişim çizgisini belirleyebilmesi üniversitelerarası rekabet için ortam yaratması ön şarttır. Farklılaşarak rekabet edebilen

üniversite içinde yaşadığı ortamın veya bölgenin koşul veya ihtiyaçlarını göz önünde bulundurmamak zorundadır.

Eğitim de kaliteyi sağlayabilmek için öğrenci merkezli eğitim şarttır. Bu eğitim şekli insanı çok yönlü ve çok boyutlu ele almaktadır. Öğrencileri ilgi duydukları alanda çok yönlü değerlendirmeye tabi tutar. Bilgiler değil beceriler ön plana çıkmaktadır. Önemli olan öğrenciyi üretkenliğe itmektir. Öğrencilerin değerlendirilmesinde gözlem ön plandadır. (Çakmak, 2003:169).

## 1. ÖĞRENCİ HARÇLARI

İletişim Fakültelerindeki öğrenci harçları, sosyal bilimler alanında 4 yıllık eğitim veren fakülteler arasında en düşük seviyede bulunanlardandır. Eğitim kalitesinin arttırılmasında taşıdığı önem düşünüldüğünde, öğrenci harçlarının miktarının gözden geçirilerek rasyonel ve adil bir hale getirilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Öğrenci harç miktarları, bugüne kadar tamamen belli kalıplar içinde düşünülerek, tesadüfî hesaplamalarla saptanmıştır. Örneğin söz konusu edilen hesaplamalarda her iletişim fakültesinin öğrencisine sunduğu eğitim ve öğretim olanaklarının farklı olması, alanla ilgili uygulamaların diğer fakülte ve yüksekokullara oranla çok yüksek olması gibi faktörler göz ardı edilmektedir.

Tüm iletişim fakülteleri adına sıkıntı veren bu durum kuşkusuz, ilgili kurum ve kuruluşlarca belli gerekçelere dayandırılmaktadır. Söz konusu edilen sorunu çözüme kavuşturulmasında, harçlar ile ilgili genel bilgilere sahip olmak, ilk ve önemli bir adım olarak değerlendirilmelidir.

Devlet Üniversitesi olarak adlandırılan tüm üniversitelerde 2007- 2008 Eğitim-öğretim yılı için öngörülen öğrenci harç miktarı aşağıda tablolştırılmıştır. Farklı fakülte ve yüksekokullara ait harç miktarlarının verildiği bu tablo, iletişim fakültelerinin açısından sorunun önemine dikkat çekmektedir. 2008 yılı içinde hükümet tarafından öngörülen %10 zam bu oranda ilave edilecektir.

2007-2008 öğretim yılında örgün öğretim öğrencilerinin ödedikleri katkı payları ve ikinci öğretim öğrencilerinin ödedikleri öğrenim ücretleri aşağıdaki şekildedir ([www.osym.gov.tr](http://www.osym.gov.tr)).

## Normal Öğretim

FAKÜLTE/YÜKSEKOKUL	YILLIK
Tıp Fakültesi,	508 YTL
Diş Hekimliği Fakültesi	424 YTL
Veteriner Fakültesi	331 YTL
Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Ziraat Fakültesi	332 YTL
Fen-Edeb, Tek.Eğt, İlahiyat, Eğitim, Mesleki Eğt. ve İLETİŞİM Fakültesi	244 YTL
Hukuk Fakültesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	269 YTL
Beden Eğitimi ve Spor Y.O., Sağlık Y.O. Meslek Y. Okulları	163 YTL
Güzel Sanatlar Fakültesi	272 YTL

## İkinci Öğretim

FAKÜLTE/YÜKSEKOKUL	YILLIK
Veteriner Fakültesi	1.833 YTL
Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Ziraat Fakültesi	1.314 YTL
Fen Fakültesi Fen-Edebiyat Fakültesi (Fen Programı)	1.101 YTL
Hukuk Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Fakültesi, İşletme Fakültesi Siyasal Bilgiler Fakültesi	993 YTL
Dil Tarih ve Coğrafya Fakültesi Edebiyat Fakültesi, Eğitim Fakültesi İlahiyat Fakültesi, Mesleki Eğitim Fakültesi	882 YTL
Fen-Edebiyat Fakültesi (Edebiyat ve Sosyal Programlar) İletişim Bilimleri Fakültesi, İletişim Fakültesi	828 YTL
Devlet Konservatuarı	3.666 YTL
Beden Eğitimi ve Spor Y.O. İlahiyat Meslek Y.O., Sağlık Y.O.	993 YTL
Meslek Yüksekokulları	662 YTL
Güzel Sanatlar Fakültesi.	1.655 YTL

**1.1. Harçların Hesaplanması**

YÖK ve Maliye Bakanlığının aracılığıyla Bakanlar Kuruluna sunulmakta olan öğrenci harçları, her yıl Maliye Bakanlığı'nın yetkili organlarınca çeşitli faktörler de dikkatte alınarak hesaplanmaktadır. Öğrenci Harçlarının Hesaplanması şu şekilde yapılmaktadır.

## ÖĞRENCİ CARİ MALİYETLER

FAKÜLTELER TOPLAM CARİ BÜTÇESİ	FAKÜLTELERİN TOPLAM SAYISI		FAKÜLTELERİN ORTALAMA CARİ HİZMET SAYISI			
	ÖĞRENCİ SAYISI	CARİLER TOPLAMI	FAK.ÖZEL CARİ HİZ.MAL.	REKTÖRLÜK GENEL CARİ HİZ.MAL.	CARİ MALİYET (Tek Öğrenci)	CARİ MALİYET (Toplam Öğrenci)
<b>TOPLAM</b>						

$$\text{HARÇ MİKTARI} = \frac{\text{TOPLAM FAKÜLTE ÖĞRENCİ CARİ MALİYET}}{\text{ÖĞRENCİ SAYISI}}$$



Bütçede Yatırım, Transfer ve Cari olmak üzere 3 kalem bulunmaktadır. Üniversitelerin Yatırım Giderleri makine, teçhizat, donanım inşaat ve laboratuvar giderleri gibi kalemlerden oluşmaktadır. Transfer giderleri ise; genel Borçlar, diğer kurumlara olan faiz giderleri, iç ve dış ödeme giderleri gibi kalemlerden oluşmaktadır. Transfer ve Yatırım dışındaki tüm kalemler Cari Hizmet Giderleri olarak değerlendirilmektedir. Öğrenci harçlarının hesaplanmasında temel alınan sınıflama ise Cari Hizmetlerdir.

Öğrenci Harçlarının hesaplanması 5 temel işlemde gerçekleştirilmektedir.

1. Cari Bütçeler dikkate alınarak,
  - a) Cari Hizmet Maliyet tespit edilir
  - b) Bu miktar öğrenci sayısına
  - c) Bir öğrenciye düşen Cari Hizmeti Maliyeti bulunur.
2. Cari Hizmet Maliyeti Hesabı
  - a) Genel Yönetim ve Destek Hizmetleri Programının Cari hizmet Ödenecek türündeki ödenekler
  - b) Rektörlüğe bağlı enstitü, bölüm dışındaki Cari Hizmet Ödenek türündeki ödenekler,
  - c) Araştırma, yayın ve Kütüphanecilik hizmetleri programındaki Cari Hizmet Ödenek türündeki ödenekler,
  - d) Mediko sosyal Alt Programında 3 Ödenek türü Altında Yer Alan Öğrencilerin Tedavi Giderlerine İlişkin Ödenekler

Yukarıdaki dört ödenek toplanır. Bu tutar üniversitenin toplam önlisans ve lisans sayısına bölünür. Böylece; bir öğrenciye düşen Cari Hizmet Maliyeti payı bulunmuş olur.

3. Öğrenci Cari Hizmet Maliyetleri fakülte ve programlara göre farklılık gösterebileceğinden,
  - a) Fakülte ödenekleri
  - b) Fakülte diğer giderleri hesaplanır ve o fakültede okuyan öğrenci sayısına bölünerek, Özel Cari Hizmet Maliyeti tespit edilir.
4. Öğrenci Başına Düşen Genel Cari Hizmet Maliyeti + Özel Cari Hizmet Maliyeti= Öğrenci Başına Düşen Toplam Cari Hizmet Maliyeti
5. Her üniversite için bulunan bu farklı maliyetler (Fakülte + Yüksekokul ayrımı içinde) Türkiye ortalama maliyetine çevrilmiştir.

Bu aşamalar İletişim Fakültelerine ilişkin bir örnek üzerinde açıklamak, konunun daha sağlıklı anlaşılmasına yardımcı olacaktır. Örnek üzerinde açıklamaya geçmeden önce İletişim fakülteleri öğrenci harçlarının örgün ve ikili öğretim harçları olarak farklı hesaplandığının belirtilmesi yararlı olacaktır. Burada verilecek örnek ise Örgün eğitim ile ilgilidir. Öğrenci Cari Maliyetlerinin (Harçlarının) hesaplanması ile ilgili genel tablo aşağıdaki gibidir.

Öğrenci sayısı: Her fakültenin kendi öğrenci sayısı o yıl içindeki toplam öğrenci sayısını ifade eder. Daha sonra tüm iletişim fakülteleri öğrenci sayısı toplanarak hesaplama işlemi yapılır.

Cariler Toplamı: Teorik bilgide vermiş olduğumuz cari hizmet maliyet hesabında yer alan;

- genel yönetim ve destek hizmeti giderleri,
- Rektörlüklere bağlı enstitü ve bölüm dışındaki merkez giderleri,
- Araştırma, yayın, kütüphanecilik hizmetleri giderleri,
- Mediko-Sosyal grup giderleri.

Bu giderler her üniversitede bütçe kalemlerinde yer almaktadır. Farklı oranlarda gerçekleşen bu giderler tabloya aktarılarak işleme devam edilmektedir.

Fakülte Özel Cari Hizmet Maliyetleri: bu kısımda tamamen fakültelere ait giderler hesaplanmaktadır. Bu kalemde daha çok;

- Personel giderleri,
- Yönetim ve destek ve eğitim hizmetleri,
- Yolluklar,
- Hizmet alımları,
- Tüketim malları,
- Malzeme alımları gibi giderler yer almaktadır.

Rektörlük Genel Cari Hizmet Maliyetleri: bu kısımda her üniversitede yıllık bir bütçe payı ayrılmaktadır. Bu bütçe payı Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde onaylandıktan sonra üniversitelere sunulduğu zaman üniversiteler bu paydan öğrencilere düşen kısmı tüm öğrencilere eşit miktarda olacak şekilde hesaplar.

Cari Maliyet: Fakülte özel cari hizmet maliyeti ile rektörlük genel cari hizmet maliyetlerinin toplanmasıyla ortaya çıkan rakamdır. Daha sonra tek öğrenci cari maliyetinin tüm fakülte öğrenci sayısı ile çarpılması sonucu toplam öğrenci cari maliyeti hesaplanır.

Son İşlem: Yukarıdaki işlemler tüm İletişim Fakültelerinin örgün eğitimi üzerine tek tek uygulanarak hesaplanır. Her kalem toplanır ve aynı olarak değerlendirilir. Bütün fakülteler bu tablo içerisine yerleştirildikten sonra,

$$\begin{array}{c} \text{Toplam iletişim fakülteleri} \\ \text{öğrenci cari maliyeti} \\ \text{Harç miktarı} = \frac{\text{Toplam iletişim fakülteleri öğrenci}}{\text{sayısı}} \end{array}$$

Bu formül içerisinde bir öğrenciye düşen harç miktarı her fakülte ayrı ayrı hesaplanarak ortaya çıkarılmaktadır. Daha sonra Türkiye şartları göz önünde bulundurularak Türkiye ortalama maliyetleri çıkartılmaktadır. Devlet üniversitelerinde her yıl harç miktarları bu işlemler sonucunda ilan edilmektedir. 2007-2008 eğitim-öğretim yılında İletişim fakülteleri harç miktarları aşağıdaki şekilde oluşmuştur.

Örgün öğretim: 244 YTL

İkili öğretim: 828 YTL

### 1.2. Öğrenci Harçlarıyla İlgili Önemli Bir Değişim

2001 yılında kararlaştırılan “Yükseköğretim Kanunu ile Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” ile 2002 yılında önemli değişiklik olmuştur.

Önlisans ve lisans düzeyindeki programlara kayıtlı Türkiye Cumhuriyeti uyruklu öğrenciler cari hizmet giderleri katkı payı ödemekle yükümlüdür. Öğrenci başına cari hizmet bütçe ödeneği, bütçe rakamları esas alınarak yükseköğretim programlarının nitelikleri, süreleri ve yükseköğretim kurumlarının özellikleri göz önünde tutulmak suretiyle Yükseköğretim Kurulu’na farklı miktarlarda tespit edilebilir.

Önlisans ve lisans düzeyindeki programlara kayıtlı Türkiye Cumhuriyeti uyruklu öğrenciler tarafından yapılacak katkı payı ödemelerinin miktarları Yükseköğretim Kurulu’na



tespit edilen öğrenci başına cari hizmet ödeneği miktarının yarısını geçmemek kaydıyla üniversite ve ileri teknoloji enstitülerinin yönetim kurullarınca tespit edilir ve her yıl Yükseköğretim Kurulu'nca yüksek öğretime giriş sınavından önce öğrencilere duyurulur. Ödeme güçlüğü içinde olduğu tespit edilen öğrencilere istekleri halinde katkı payı kredisi ve/veya öğretim kredisi verilir. Katkı payı kredisi ve öğretim kredisi miktarları ile uygulamaya ilişkin usul ve esaslar her yıl Bakanlar Kurulu'nca en geç Mart ayı içerisinde belirlenir ve Yükseköğretim Kurulu'nca yükseköğretime giriş sınavında önce öğrencilere duyurulur. Bakanlar Kurulu katkı payı kredisi miktarlarının yükseköğretim programları, öğretim kredisi miktarlarını ise coğrafi bölgelere göre farklı olarak belirlemekle yetkilidir.

Katkı payı kredisi ve/veya öğretim kredisi almak isteyen öğrenciler yerleştirildikleri veya kayıtlı oldukları üniversitelere başvurur. Öğrencilerin ödeme güçlüğü içinde olup olmadıkları, bir rektör yardımcısının başkanlığında oluşturulan kredi ve burslar komitesi tarafından belgelendirilmiş beyanlar esas alınarak tespit edilir. Öğrenciler isteklerine göre kısmi kredi de talep edebilecekleri gibi, katkı payının ödenmesinde yılda dört taksiti geçmemek üzere taksitlendirme talebinde de bulunabilir. Katkı paylarının taksitlendirme talepleri üniversite yönetim kurulunun belirleyeceği esaslar çerçevesinde kredi ve burslar komitesince değerlendirilir. Öğrencilere ihtiyaç derecelerine göre işletme hesabından nakdi ve/veya aynı ek öğretim kredisi de verilebilir.

Kredi alacak her öğrencinin vergi numarası alması zorunludur. Kullanılan kredilerden doğan kişi borçları ilgili üniversitelerce dönemler itibariyle Maliye Bakanlığı'na bildirilir. Öğrencinin tabi olacağı yükümlülükler öğrenciden alınacak taahhüt senedinde ayrıca belirtilir.

## **2. ÖĞRENCİ KONTENJANLARI VE GİRİŞ PUANLARI**

İnsanlığın günümüzde yaşamakta olduğu bilgi toplumuna geçiş sürecinde yükseköğretim sisteminin başlıca ürünleri olan bilgi ve bilgili insan, ülke ekonomilerinin başlıca giderleri, rekabet gücünü belirleyen temel unsurlar ve toplumsal gelişmenin itici gücü olarak kabul edilmektedir.

Üniversitelerimizin gerek eğitim-öğretim ve gerekse araştırma-geliştirme faaliyetleri bakımından çağın gerektirdiği evrensel kalite düzeyine ulaşabilmeleri ve bilimsel, teknolojik ve sosyal-ekonomik gelişmelere göre kendilerini sürekli olarak yenileyebilmeleri için, yüksek öğretimde sağlıklı bir rekabet ortamının tesis edilmesinde yarar vardır.

Böyle bir ortamda, ülkemizdeki devlet üniversiteleri ile vakıf yükseköğretim kurumları birbirleri, yurtdışındaki yükseköğretim kurumları ve de ideal üniversite kavramı ile rekabet etme durumundadır.

İletişim fakültelerindeki öğrenci kontenjanları fakülteleri zor durumda bırakabilmektedir. Öğrenci kontenjanlarının belirlenmesinde fiziki durum, öğretim kadrosu, teknik altyapı ve uygulama imkanlarının değerlendirmeye alınması, eğitim kalitesinin artırılması açısından önem taşımaktadır. Bu nedenle en ideal kontenjanın ne olabileceğini, bu durumu genel bir sonuca bağlayarak, konuyla ilgili yetkili organları bilgilendirmek gerekmektedir. Bu doğrultuda öncelikle 2008 yılı iletişim fakültelerinin öğrenci sayısı, puan türü en küçük puanları gösteren tablonun incelenmesi faydalı olacaktır.

Sıra	Üniversite/Bölüm	Öğrenci Sayısı	Puan Türü	En Küçük Puan
1	Akdeniz/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım	50	Söz-2	311
2	Akdeniz/ Radyo, Sinema ve Televizyon	35	Söz-2	306
3	Anadolu/ Basın ve Yayın	70	Söz-2	307
4	Anadolu/ Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	60	Söz-2	324
5	Anadolu/ İletişim	70	Söz-2	313
6	Anadolu/ Sinema ve Televizyon	40	Söz-2	313
7	Ankara/ Gazetecilik	80	Söz-2	307
8	Ankara/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım	80	Söz-2	314
9	Ankara/ Radyo, Sinema ve Televizyon	70	Söz-2	310
10	Atatürk/ Gazetecilik	50	Söz-2	303
11	Atatürk/ Radyo, Sinema ve Televizyon	50	Söz-2	302
12	Bahçeşehir/ Gazetecilik	25	Söz-2	-
13	Bahçeşehir/ Halkla İlişkiler	50	Söz-2	265
14	Bahçeşehir/ Reklamcılık	50	Söz-2	-
15	Bahçeşehir/ Sinema ve Televizyon	40	Söz-2	258
16	Başkent/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım	37	Söz-2	269
17	Başkent/ İletişim ve Tasarım	37	Söz-2	263
18	Başkent/ Radyo, Televizyon ve Sinema	37	Söz-2	273
19	Ege/ Gazetecilik	70	Söz-2	307
20	Ege/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım	70	Söz-2	315
21	Ege/ Radyo, Sinema ve Televizyon	70	Söz-2	310
22	Erciyes/ Gazetecilik	70	Söz-2	304
23	Erciyes/ Gazetecilik (İÖ)	70	Söz-2	302
24	Erciyes/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım	40	Söz-2	-
25	Erciyes/ Radyo, Sinema ve Televizyon	60	Söz-2	303
26	Fırat/ Radyo, Sinema ve Televizyon	40	Söz-2	302
27	Galatasaray/ İletişim	20	Söz-2	343
28	Gazi/ Gazetecilik	70	Söz-2	306
29	Gazi/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım	60	Söz-2	312
30	Gazi/ Radyo, Sinema ve Televizyon	70	Söz-2	308
31	İstanbul Arel/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım	40	Söz-2	-
32	İstanbul Arel/ Radyo, Sinema ve Televizyon	40	Söz-2	-

Sıra	Üniversite/Bölüm	Öğrenci Sayısı	Puan Türü	En Küçük Puan
33	İstanbul Aydın/ Gazetecilik	60	Söz-2	-
34	İstanbul Aydın/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım	60	Söz-2	-
35	İstanbul Aydın/ Radyo, Sinema ve Televizyon	60	Söz-2	-
36	İstanbul Bilgi/ Halkla İlişkiler	110	Söz-2	221
37	İstanbul Bilgi/ Kültür Yönetimi	30	Söz-2	-
38	İstanbul Bilgi/ Medya ve İletişim Sistemleri	90	Söz-2	-
39	İstanbul Bilgi/ Reklamcılık	110	Söz-2	-
40	İstanbul Bilgi/ Sanat Yönetimi	30	Söz-2	-
41	İstanbul Bilgi/Sinema ve Televizyon	50	Söz-2	252
42	İstanbul Bilgi/ Televizyon Haberciliği ve Prog.	55	Söz-2	-
43	İstanbul Ticaret/ Halkla İlişkiler	60	Söz-2	276
44	İstanbul Ticaret/ Medya ve İletişim sistemler	50	Söz-2	274
45	İstanbul/ Gazetecilik	100	Söz-2	308
46	İstanbul/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım	90	Söz-2	317
47	İstanbul/ Radyo, Sinema ve Televizyon	70	Söz-2	317
48	İzmir Ekonomi/ Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	90	Söz-2	272
49	İzmir Ekonomi/ Medya ve İletişim	90	Söz-2	217
50	Kadir Has/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım	30	Söz-2	271
51	Kadir Has/ İletişim Tasarımı	25	Söz-2	255
52	Kadir Has/ Radyo, Sinema ve Televizyon	40	Söz-2	259
53	Kadir Has/ Reklamcılık	30	Söz-2	-
54	KTÜ/ Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	50	Söz-2	317
55	Kocaeli/ Gazetecilik	70	Söz-2	305
56	Kocaeli/ Gazetecilik (İÖ)	70	Söz-2	304
57	Kocaeli/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım	70	Söz-2	311
58	Kocaeli/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İÖ)	70	Söz-2	308
59	Kocaeli/ Radyo, Sinema ve Televizyon	60	Söz-2	306
60	Kocaeli/ Radyo, Sinema ve Televizyon (İÖ)	60	Söz-2	305
61	Kocaeli/ Reklamcılık	30	Söz-2	-
62	Maltepe/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım	45	Söz-2	210
63	Maltepe/ Radyo, Sinema ve Televizyon	30	Söz-2	297
64	Marmara/ Gazetecilik	100	Söz-2	310
65	Marmara/ Gazetecilik (İÖ)	100	Söz-2	306
66	Marmara/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım	90	Söz-2	320
67	Marmara/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İÖ)	90	Söz-2	312
68	Marmara/ Radyo, Sinema ve Televizyon	90	Söz-2	314
69	Marmara/ Radyo, Sinema ve Televizyon (İÖ)	90	Söz-2	308
70	Mersin/ Radyo, Sinema ve Televizyon	40	Söz-2	305
71	Selçuk/ Gazetecilik	70	Söz-2	304
72	Selçuk/ Gazetecilik (İÖ)	70	Söz-2	303
73	Selçuk/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım	70	Söz-2	310
74	Selçuk/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İÖ)	70	Söz-2	307
75	Selçuk/ Radyo, Sinema ve Televizyon	70	Söz-2	304
76	Selçuk/ Radyo, Sinema ve Televizyon (İÖ)	70	Söz-2	303
77	Yaşar/ Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	60	Söz-2	260
78	Yaşar/ Sinema ve Televizyon	40	Söz-2	211
79	Yeditepe/ Gazetecilik	40	Söz-2	257
80	Yeditepe/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım	120	Söz-2	211
81	Yeditepe/ Reklam Tasarımı ve İletişim	60	Söz-2	-
82	Yeditepe/ Radyo, Sinema ve Televizyon	60	Söz-2	-
83	Doğu Akdeniz/ Gazetecilik	30	Söz-2	-

Sıra	Üniversite/Bölüm	Öğrenci Sayısı	Puan Türü	En Küçük Puan
84	Doğu Akdeniz/ Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	80	Söz-2	-
85	Doğu Akdeniz/ Radyo, Sinema ve Televizyon	40	Söz-2	-
86	Girne Amerikan/ Basın yayın	120	Söz-2	-
87	Girne Amerikan/ Halkla İlişkiler	150	Söz-2	-
88	Girne Amerikan/ Radyo, Sinema ve TV	70	Söz-2	-
89	Lefke Avrupa/ Gazetecilik	100	Söz-2	-
90	Lefke Avrupa/ Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	100	Söz-2	-
91	Lefke Avrupa/ Radyo, Sinema ve Televizyon	100	Söz-2	-
92	Uluslararası Kıbrıs/ Gazetecilik	70	Söz-2	-
93	Uluslararası Kıbrıs/ Radyo ve Sinema	90	Söz-2	-
94	Uluslararası Kıbrıs/ Reklamcılık ve Halkla İlişkiler	110	Söz-2	-
95	Yakındoğu/ Gazetecilik	100	Söz-2	-
96	Yakındoğu/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım	150	Söz-2	-
97	Yakındoğu/ Radyo, Sinema ve Televizyon	100	Söz-2	-
98	Kırgız Türkiye Manas/ Gazetecilik	5	Söz-2	296
99	Kırgız Türkiye Manas/ Halkla İlişkiler	5	Söz-2	300
100	Kırgız Türkiye Manas/ Radyo, Televizyon ve Sinema	5	Söz-2	295

## 2.1. İletişim Fakültelerine Bağlı Bölümler

Genel tabloyu ifade ettikten sonra ortaya çıkan durum şu şekilde değerlendirilebilmektedir.

Bölüm Adı	Bölüm Fakülte Sayısı	Toplam Öğrenci Sayısı
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	18	1300
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	8	590
Halkla İlişkiler	5	375
Reklamcılık	3	190
Reklam Tasarımı ve İletişim	1	60
İletişim	2	90
İletişim Tasarımı	2	65
Gazetecilik	21	1420
Basın ve Yayın	2	210
Medya ve İletişim Sistemleri	3	230
Televizyon Haberciliği ve Programcılığı	1	60
Radyo, Sinema ve Televizyon	27	1550
Sinema ve Televizyon	5	260
Kültür Yönetimi	1	30
Sanat Yönetimi	1	30
TOPLAM	100	6480

Bölümlerdeki farklı isimler veya başka bir ifadeyle aynı meslek grubu içerisinde yer alabilecek isimlerin farklı kullanılması sonucu 15 farklı bölüm grubu oluşmaktadır. İletişim

fakültelerine 6500 civarında öğrenci alınmakta ve her geçen gün bu sayı artmaktadır. 2001 yılında 3500 civarında olan bu sayı neredeyse ikiye katlanmıştır. Dolayısıyla bir istihdam sorunu ortaya çıkmaktadır. Çünkü aynı paralellikte istihdam artmamıştır. Tablodan da görülen bir diğer sorun bölümlerin bu kadar farklı isimlerde gözlemlenmesidir. Bir başka fakülte adında bu farklılıklar bu kadar olmamaktadır. Bunun getirdiği sorunlarda hem eğitim sürecinde hem de istihdam da ortaya çıkmaktadır. Halkla ilişkiler ve tanıtım adının daha çok özel üniversitelerde halkla ilişkiler ve reklamcılık olarak ortaya çıkması ve halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümlerinin birbirinden ayrılması gerektiği düşünceleri son dönemlerde çok sık gündeme gelmekte ve iletişim fakültesi dekanlarının yaptıkları toplantılarda önemli bir madde olarak tartışılmaktadır.

## **2.2. Puan Türü**

İletişim fakültelerinde daha önceki puan türündeki karmaşıklık bu yıl tüm fakültelerin bölümlerinin sözel 2' ile giderildiği görülmüştür. Ancak sözel 2 puanlamasıyla ilgili olarak bu puan türündeki öğrenci profilinde sorun ortaya çıkmaktadır. İletişim fakültelerin eşit ağırlıklı puan türünden tercih edilmesi eğitim kalitesinin artması açısından daha yararlı olacaktır. Sözel 2'den tercih yapma imkanının az olması ve daha kısıtlı imkanlardan oluşan bu puan türünden başarılı öğrenciler kaçmaktadır. Eşit ağırlıklı (EA) puan türünde iletişim fakülteleri öğrenci alımına girmesi için gerekli girişimler hem dekanlar toplantısında hem de bilimsel toplantılarda değerlendirilmelidir.

## **2.3. Genel Kontenjan**

2008 kontenjanlarına bakıldığı zaman iletişim fakültelerine 2007 ÖSYM puanlarının sonucunda en yüksek puan olarak 345 (SÖZ-2) puan, en düşük olarak da 2007'deki ÖSYM'nin belirlediği barajı geçme notunu alan öğrenciler tercih etmiştir. Bazı kontenjanlar ise boş kalmıştır.

Türkiye genel dağılımında ÖSYM puanlarının dağılımında Sözel 2 puan türüne en yüksek yaklaşık 47.000 sırayı almış öğrenci arasında iletişim fakültelerine öğrenci alınmıştır.

Bu durum fakültelerin bölümlerine göre ise şöyledir:

<b>Bölüm Adı</b>	<b>En yüksek</b>	<b>En düşük</b>
Halkla ilişkiler ve Tanıtım	325	Barajı geçebilen herkes
Halkla ilişkiler ve Reklamcılık	330	“
Halkla ilişkiler	300	“
Reklamcılık	310	“
İletişim	345	313
İletişim Tasarımı	280	255
Gazetecilik	312	Barajı geçebilen herkes
Basın ve Yayın	310	255
Medya ve İletişim sistemleri	290	Barajı geçebilen herkes
Radyo, Sinema ve Televizyon	320	“
Sinema ve Televizyon	315	“

## SONUÇ

İletişim Fakültelerinde harçlarla ilgili olarak cari hizmet maliyetlerinde fakülte öğrencilerine düşen gider payı tamamen üniversiteleri bağlar. Bu miktara müdahale etmek söz konusu olmamaktadır. Özel cari hizmet maliyetinde ise müdahale edilebilir yani fakülte ödenekleri, fakülte diğer giderleri gibi kalemlere müdahale edilebilmektedir. Bu yollarla fakülteler ilave bir gelir elde etmiş olur. Zaten özel cari hizmet maliyetinin hesabı hem gerçeği yansıtmamakta hem de müdahale şart olmaktadır. Öğrenci başına düşen toplam cari hizmet maliyeti ve Türkiye ortalama maliyetini yansıtmaktadır. Her fakülte bu anlamda kendi fakültelerindeki öğrenci maliyetlerini hesaplayarak ortak bir karar altında iletişim fakültelerinin rakamlarını tespit etmelidir.

Maliye Bakanlığı harç miktarlarını ortalama bir miktar olarak her aynı özellikteki fakülteleri bir çatı altında toplamaktadır. Bunu yaparken de daha önceden bahsettiğimiz üzere ortak bir gelir-gider cetveli oluşturmaktadır. Bu ortalama, Türkiye’deki şartların değişmesine rağmen pek göz önünde tutulmamaktadır. Hâlbuki iletişim fakülteleri hem çok genç hem de hızla ilerleyen teknolojilere ve yapılara ayak uydurmak zorundadır. Daha önceki yıllardaki ortalama hesaplamalarıyla bugünkü ortalamaları ayrı tutmak gerekir.

İletişim fakülteleri içerisinde yer alan bölümlerin karmaşıklığından ve aynı uzman sahasında bile farklı isimlerle bölüm adlarının oluşturulması sıkıntı yaratmaktadır. Bölüm isimlerinin birleştirilmesi gerekmektedir. Özellikle özel ve vakıf üniversitelerin buna daha çok dikkat etmeleri gerekmektedir.

Puan türleriyle ilgili olarak 2008 yılında tüm bölümlerin Sözel 2 olarak tek daldan alınması olumlu bir yaklaşımdır. Ama bu özellikle son dönemlerde sınava giren öğrenci profillerine de bakılınca İletişim fakültelerinin Sözel 2’den değil Eşit Ağırlıktan alınması daha faydalı olacaktır. İletişim fakültelerinin genel kontenjanlarının dolması halinde 2008-2009 yılında 6500 öğrencinin gelmesiyle bir takım sorunlar da beraberinde gelecektir. 2002 yılında 3.000 civarında olan bu sayının 6 yıl sonra ikiye katlamasına ve her yıl sürekli artıyor olmasına rağmen aynı sorunların hala devam ediyor olması önemli bir ayrıntıdır.

Son olarak üniversitelerin iletişim fakülteleri, ilgili üniversitelerin hedeflerine açılan vitrinlerdir. Üstlendikleri sorumluluk çok büyüktür ve bu sorumluluğu yerine getirmek de büyük beceri ve koordinasyon gerektirmektedir. Daha iyi ve kaliteli iletişim fakülteleri için bu olgunun bilinci ile hareket edilmeli ve herkes üzerine düşen görevleri en iyi biçimde yapmalıdır.

#### **KAYNAKÇA**

Çakmak, O.; (2003). **Bilgi Çağında Eğitim ve Üniversite**, İstanbul: Nesil Yayınları.

Özcan, K. (1997). “Yüksek Öğretimde Kalite”, **Yüksek Öğretimde Sürekli Kalite İyileştirme Sempozyumu**, 2. Mayıs 1997, Ankara.

Toprakçı, E. (Ed.). (2002). **Eğitim Üzerine**, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Varış, F. (1998). **Eğitim Bilimine Giriş**, İstanbul: Alkım Yayınları.

Varol, A. ve Çetin, D. (2004). **İletişim Fakülteleri Dekanlar Toplantısı**, Fırat Üniversitesi Yayınları, Yayın No:5, Elazığ.

[www.osym.gov.tr](http://www.osym.gov.tr)

[www.maliye.gov.tr](http://www.maliye.gov.tr)