

GEREKSSİZ KONTENJANLAR UÇTU YERİNE GÜNCELLERİ GELDİ

LİSANS PROGRAMLARI

117.606
toplam azalan
kontenjan sayısı

EN ÇOK
KONTENJAN AZALAN
PROGRAMLAR

462
programın

197
sinin
kontenjanları düşürüldü

%69 Türk Dili ve Edebiyatı
%66 Tarih
%57 Fen Bilgisi Öğretmenliği
%39 Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık

MÜHENDİSLİK FAKÜLTESİ

AZALAN
ALANLAR

%34 Gıda Mühendisliği
%31 Elektrik-Elektronik Mühendisliği
%27 İnşaat Mühendisliği
%18 Makine Mühendisliği
%11 Mekatronik Mühendisliği

ARTAN STRATEJİK
ALANLAR

%81 Nanoteknoloji Mühendisliği
%63 Yapay Zeka Mühendisliği
%49 Malzeme ve Nanoteknoloji Mühendisliği
%32 Endüstriyel Tasarım Mühendisliği
%23 Siber Güvenlik Mühendisliği

YÜKSEKÖĞRETİMDE KONTENJAN POLİTİKASI



Veriye
dayalı



Kalkınma
planlarıyla
uyumlu



İş gücü
piyasası
odaklı



Gelecek
projeksiyonlara
duyarlı

Zaman çok hızlı akıyor ama ondan hızlı ilerleyen bir şey daha var: Teknoloji. O kadar hızlı değişiyor ki teknoloji dünyanın nerdeyse tüm dengelerini bozuyor ve yeniden inşa ediyor. Sektörlerdeki dinamikler değişiyor hatta sektörlerin kendileri bile değişiyor. Bazıları yok oluyor bazıları ise radikal bir dönüşüm yaşıyor.

Teknoloji insan yaşamını değiştiren sektörlerle de sivrili dokunuşlar yapıyor. Bu aslında bir kaos yaratıyor çünkü bazı meslekler işe yaramaz hale gelirken bazı meslekler daha da değere biniyor. Bunu gören YÖK (Yüksek Öğretim Kurulu) adını "stratejik kontenjan dönüşümü" verdiği bir uygulamaya imza atarak günümüzde işlevini yitiren bazı bölümlerin kontenjanlarını azalttı.

Kontenjan azalması ile ilgili YÖK Başkanı Erol Özvar "İstihdamla alakası kalmayan programlarda ısrar etmek sadece kaynak israfıdır. Sadece mali kaynak değil insan kaynağının israfıdır" yorumunu yaptı. Bu çok doğru bir açıklama çünkü özellikle yaşanan teknolojik dönüşüm sayesinde artık istihdam şansı olmayan bir başka deyişle demode olan çok meslek dalı ortaya çıktı. Geçerliliğini kaybeden bu meslek dallarına öğrenci yetiştirmek gençlerin günahına girmekten başka bir şey değil. Bu nedenle ben de bu uygulamayı çok yerinde buldum. En basitinden bir örnek vereyim. Otuz yılı aşkın süredir radyo-televizyon programcılığı ve gazetecilik yapıyorum. Bu alan yaşanan dijital dönüşüm sayesinde çok ciddi bir değişim yaşadı. Radyolar ve televizyonlar aynı anda internet üzerinden de yayın yapıyor, gazeteler aynı anda dijital olarak da yayınlanıyor, artık internet üzerinden yayın yapan haber portalları var. Böyle bir tabloda geleneksel medyaya yönelik çok eleman yetiştirmek zaman kayıbtan başka bir şey değil. Bu gençlere geleneksel radyo ve televizyon yayıncılığının yanında dijital radyo ve televizyon yayıncılığının da eğitiminin verilmesi lazım. Bu artık bir mecburiyet. Bu sadece bir örnek nitekim YÖK bu soruna çok ciddi bir dokunuş yaparak Radyo, Televizyon ve Sinema programı kontenjanlarını 5 bin 180'den 2 bin 870'e düşürdü bu oransal olarak yüzde 44'lük bir azalma anlamına geliyor. Gazetecilik programı kontenjanları 4 bin 677'den 1866'ya düşmüş ve oransal olarak yüzde 54 azaltılmış. Geleneksel gazeteler bir eleman alıyorsa bir elemanda o gazetelerin dijital birimleri alıyor. Yani bu alanlarda dijital medya eğitimi alan gençlere ihtiyaç var. Kontenjan değişimleri çok güzel ayarlanmış. Bu düzenleme gençlerin üniversitelerden mezun olduktan sonra istihdam oranı düşük alanlara yönlendirilmesini önüne geçecek.

YAKINDA ORTALIK PSİKOLOG KAYNAYACAK

YÖK yaptığı kontenjan ayarlamaları ile ilgili "başta hukuk, psikoloji, eczacılık, diş hekimliği ve mimarlık olmak üzere bazı programların kontenjanlarını vakıf üniversitelerinde de değişen oranlarda azaltılacaktır" açıklamasını yaptı. Bugün genç-



Prof. Dr. Michael KUYUCU

2023-2025 DÖNEMİ TOPLAM KONTENJAN DEĞİŞİMİ



2023-2025 döneminde toplam kontenjan 1.090.014'ten 843.547'ye düşürülmüştür. Yani toplam 246.467 kontenjan azaltılmıştır. Oransal olarak gerçekleşen düşüş %23'tür. Bu kontenjanların 107.552'si ikinci öğretim kontenjanlarıdır.

lerde bir "psikoloji" eğitimi alma merakı var. Bunda biraz medyanın da rolü var. Psikoloji gençlere sempatik gelen bir meslek artık neredeyse her önüne gelen psikoloji eğitimi almaya başladı. Özellikle vakıf üniversitelerinin yüksek kontenjanları sayesinde üniversiteler bir psikoloji mezarlığına dönüştü. Böyle giderse 2030 yılında binlerce işsiz psikolog olacak. Olacak çünkü böyle bir piyasa yok. Böyle bir istihdam alanı yok. Herkesin bir klinik açacağını farz edelim, diyelim ki klinik psikoloji yüksek lisansı yaptılar bir yerlerden parayı buldular ve klinik açtılar. Bu çocuklar kliniklerini açtıktan sonra her sokakta bir psikolog olacak. Peki bu kliniklere gidebilecek bu kadar müşteri olacak mı? Benzer bir durum eczacılık, diş hekimliği gibi bölümlerde de var. Üniversitelerde inanılmaz yüksek kontenjanlar var. Bu diş hekimleri nerede çalışacak? Bu eczacıların hepsi eczane mi açacak? Hadi diyelim ki açtılar yaşanacak yoğun rekabette ayakta kalabilecekler mi? Bu konuda aslında daha yapılacak epey iş var. Vakıf üniversiteleri öğrencileri müşteri olarak gördükleri için onların umurunda olmaz bırakmaz eczacılık bölümüne bin öğrenci de alırlar yeter ki müşteri gelsin para gelsin. Birilerinin buna dur demesi lazımdı ve YÖK buna dur diyerek kontenjanların günümüzün reel şartlarına göre düzen-

ledi. Böylece gelecekte olası yaşanacak işsizliğin de önüne geçti.

YAPAY ZEKA VE DİJİTAL BÖLÜM KONTENJANLARI ARTTI

YÖK Başkanı kapatılan bölümlerin yerine yeni bölümlerin açıldığını açıkladı ve yapay zeka ile dijitalleşmeye vurgu yaptı. Erol Özvar bu konu ile ilgili "Kapatılan veya kontenjanı azaltılan programların yerine son iki yılda yapay zeka ve dijital tabanlı alanlarda çok önemli adımlar atıldı. Bugün 100'ü aşkın üniversitemizde yapay zeka, büyük veri, siber güvenlik, dijital teknolojiler ve benzeri alanlarda çok sayıda yeni program açılmıştır. Bu programlar öğrencilerimizden büyük ilgi görmekte ve yüksek doluluk oranlarıyla tercih edilmektedir. Bu tablo, gençlerimizin geleceğin mesleklerine ne kadar bilinçli bir şekilde yöneldiğini açıkça göstermektedir." diyor. We Social 2025 dijital medya kullanım raporu göre dünyada yapay zekayı en çok kullanan ülkelerden biri Türkiye. Ülkemiz insan yapay zekayı sevdi o zaman bırakalım çocuklar yapay zeka eğitimi alsın, bırakalım çocuklarımız dijital dönüşümün ortaya çıkarttığı ve çıkaracağı mesleklerin eğitimini yani işlerine yarayacak eğitimi alsınlar.

ÜNİVERSİTELERİN REKLAMLARI NE KADAR ADİL?

Türkiye'de reklam kurulu ve rekabet kurulunun çok net kuralları var. Bir ürün veya hizmet satan bir işletme veya markanın "ben bir numarayım" tarzı reklamlar vermesi yasak. Yine bir marka veya işletmenin rakipleriyle kıyas yapan reklam ve tanıtımlar yapması yasak. Bu konuyu ben kendi sektörümden çok iyi biliyorum. Mesela ben kendi radyo kanalımın bir numarada olduğunu iddia edemem, bir numarada olsa bile bunu ifade edemem çünkü rekabet kurulu bu tür reklamları yıllar önce yasakladı. Buraya nerden geldim? Son birkaç aydır özellikle vakıf üniversitelerinin yaptığı reklam ve tanıtımlarda rekabet kurallarının biraz aşıldığını görüyorum. Geçtiğimiz hafta arabamla bir yere gidiyorum bir baktım bir üst geçidin altında kocaman bir billboard. Bir üniversite yanlış hatırlıyorsa Ostim Teknik Üniversitesi bir reklam yapmış "... 1 Numarayız..." araba ile geçtiğim için anlık gördüğüm bu reklam billboardunda detayı okuyamadım ama bir numarayız bölümünü okuyabildim çünkü kocaman yazılmıştı.

Yine geçen hafta sosyal medyada gezinirken karşıma Nişantaşı Üniversitesi'nin bir Instagram iletişi çıktı. Bu iletilerde kocaman bir "1 Numarayız" yazıyordu. Altında da Scopus verilerine göre Türkiye'de %1'lik en yüksek etki diliminde bulunan yayın oranlarında yer alıyoruz" açıklaması vardı. Bu iki örnek ve diğer son zamanlarda karşımıza çıkan üniversite reklamlarında sık sık karşımıza kocaman harflerle "1 Numarayız" ibaresi çıkıyor. Herkesin bir "1 Numara" olma derdi var ve bunu hazırladıkları grafiklerle ustaca gösteriyorlar. Kocaman bir "1 Numarayız" yaz, sonrasında küçük harflerle bir şeyler ekle. O küçük harflerle yazılan bilgileri zaten kimse okumuyor "1 Numarayız"ı görüp geçiyor.

NE KADAR ETİK?

Bence bu tür reklamların yapılması ne kadar etik konusunun tartışılması lazım. Eğitim ve sağlık çok hassas iki alan. İnsanın hayatına direkt etki eden doküman iki alan. Özelleşme ile birlikte bir liberal piyasa oluştu. Bu piyasadaki oyuncunun çok dikkatli olması lazım. Bir hasta ve öğrencinin müşteri olarak görülmesi için ne sosyal yönüne uygun ne de kamusal yönüne uygun. Sağlık kuruluşları ve özellikle hastanelerin reklam yapması konusunda rekabet kurullarının çok ciddi kısıtlamaları var. Bu son birkaç ayda bu sağlıkçılara da yansıtıldı. Mesela bir doktor çıkıp sosyal medyada reklam vererek en iyi doktor olduğunu veya yaptığı ameliyatları anlatması yasak. Bu konuda kurallar çok hassas. Ben benzer bir hassasiyeti eğitim kurumları için de görmek istiyorum. Özellikle üniversitelerin son birkaç aydır yaptığı bu tür "1 Numarayız" başlıklı kimisi aldatıcı kimisi gerçek ama kaynak içermeyen bilgileri içeren reklamların yasaklanması gerektiğini düşünüyorum.

Bu tür reklamlar tüketiciyi yanıltıcı işleve sahip olabiliyor. O afiş veya grafikte gözüken kocaman fontlarla yazılan "1 Numarayız" başlığı bana hiç adil ve etik gelmiyor. Mesela X bir üniversite böyle bir reklam yapıyor altına da küçük fontlarla bir küçük açıklama yapıyor ama o iddiası ile ilgili bir kaynak dahi belirtmiyor. Sen hangi kaynağa göre bu konuda bir numarasın diye sorarlar. Mesaj bombardmanı altında yaşadığımız bir dönemde ben eğitim kurumları ve dolayısıyla üniversitelerin reklamlarında bu tür ibareleri kullanmasının haksız rekabet oluşturduğunu düşünüyorum ve hem YÖK hem de rekabet kurulunun bu konuya bazı kısıtlamalar getirmesini talep ediyorum. Bana sorarsanız üniversitelerinin



de sağlık kuruluşları gibi reklam yapmasının yasaklanması gerektiğini düşünüyorum ama bu ne kadar ciddiye alınır bilmiyorum. Ancak bildiğim bir şey de var Türkiye'de sadece yüksek bütçeli reklam kampanyaları yaparak "çok iyi bir üniversite" olduğunun algısını oluşturan ve haksız rekabete neden olan en az yirmi tane üniversite var. Gençlerimiz yazık, onları aldatmıyoruz. Bu vakıf üniversiteleri birer ticari işletme gibi reklam vermek yerine o tanıtım bütçelerini ARG'ye kaydırırsınlar ya da eğitime yatırımlarını böylece nicel değil nitel bir büyüme de sağlamış olurlar diyeceğim ama kime neyi anlatıyorsunuz...