

Türkiye’de Sosyal Bilimler Ve Üniversitelerin Açmazları: Pazarlama Odaklılık Bir Çözüm Olabilir mi?

Ömer Torlak *

Özet

Sosyal bilimler toplumla ve sosyal olaylarla yakın ilişkiyi gerektirir. Sosyal bilimcilerin de bu anlamda sosyal olması zorunludur. Sosyal bilimcilerin sosyal olmaları; onların toplumla ilişkilerini geliştirmeleri ve toplumsal konuları analiz ederek sosyal sorunlara çözüm getirecek yaklaşım sergilemeleri ile mümkündür. Üniversite yönetimine düşen ise, sosyal bilimlerin önünü açmak ve sosyal bilimcilerin bu anlamda sosyalleşmelerinin önündeki engelleri kaldırmak olmalıdır. Aslında bu husus, üniversitelerin olmazsa olmazlarından olan, özgür düşünme, serbest çalışma ve sonuçların toplumla paylaşılması ilkelerinin de bir gereğidir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de sosyal bilimler ile üniversitelerin bu bağlamda açmazlarını ortaya koymak ve bir çözüm önerisi olarak pazarlama odaklılığın ne anlama geldiğini tartışmaktır.

Anahtar Kelimeler : sosyal bilimler, sosyal bilimlerin açmazları, pazarlama odaklılık

Abstract

Social sciences require close relations with society and social events. Social scientists must also be social in this context. This can be achieved through developing good relations with society as well as analyzing societal issues for addressing social problems. However, it is the university administrations that should open the door for social sciences and remove the barriers for socializing of social scientists. In fact, these expectations are the necessary outcomes of freedom of thought and study along with the sharing of study findings with society, which are the undisputed attributes of universities. The purpose of this study is to present the difficulties of social sciences and universities in Turkey as well as discussing the meaning of marketing orientation as a proposition of solution for this problem.

Key Words : social sciences, difficulties of social sciences, marketing orientation

* Doç. Dr., Osmangazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi , İktisat Bölümü
E-Posta: torlak@ogu.edu.tr

Giriş

Üniversiteler, toplumu oluşturan bireylerin ufkunu açmak, toplumsal sorunların çözümüne katkıda bulunmak ve geleceğe yönelik olarak yöneticilere vizyon verebilmek için var olması gereken kurumlardır. Bu sorumlulukları yerine getirirken üniversitelerde, toplumsal kaynakların etkin ve verimli kullanılarak sonuca ulaşılmasını sağlayabilme bakımından, öncelikle kendi içinde farklı görüş ve düşüncelerin tartışılması, fikir ve görüşlerin paylaşılması ve gerçeğin ortaya konmasını teşvik edecek mekanizmaların oluşturulması olmazsa olmaz bir zorunluluktur. Öğrencileri sadece bilgiyle değil kültürle de donatması gereken üniversitelerin bu özelliklerini son yıllarda hızla kaybederek büyük ölçüde mesleki bazı bilgileri sunan kurumlar haline gelmiş olmaları ve üstelik üniversitelerde üretilen bilgilerin ilgili kesimler tarafından çok fazla itibar görmüyor olması (Yıldırım, 2000; Greenwood ve Levin, 2003), üniversiteleri asıl konularından hızla uzaklaştıran önemli bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. İşin daha da ilginç yanı ise, toplumsal sorunlara çözüm üretmesi gereken ve topluma vizyon çizmesi gereken üniversiteler, topluma aşağılayıcı bir şekilde bakışın bir ifadesi olarak toplumsal sorunların geçerli şeyler olabileceğini vurgulamanın ötesine geçmemekte (Greenwood ve Levin, 2003), “epistemik bir cemaat” olarak hakim görüş dışındaki görüşlerin ise baskı altında tutulmak suretiyle de farklı ve aykırı görüşlerin önü tıkanmaktadır (Yıldırım ve Duman, 2004). Böylesi bir durum, tam da kendi bindiği dalı kesmekten başka bir şey olmasa gerektir.

Bu ve benzeri gelişmeler karşısında, dışarıdan ve içeriden gelen tepkiler de dikkate alınarak üniversite yönetimlerinin kendilerine çeki düzen verme ve gelişmelere ayak uydurma çabalarına ağırlık verdikleri gözlenmektedir. Çözüm bekleyen toplumsal sorunlar karşısında önemli kaynakları kullanan üniversitelerin kayıtsız kalamayacaklarının anlaşılması üzerine, bazı üniversite yönetimlerinin sürdürülebilir bir üniversite vizyonu oluşturma yoluna gittikleri ve bu konularda öncü rolü oynamanın önemini kavradıkları söylenebilir (Weenen, 2000). Nitekim son yıllarda çevre sorunları, sağlık ve benzeri konularla ilgili olarak üniversitelerde araştırma merkezlerinin kurulması ve sayılarının artmış olması bu durumun önemli göstergelerinden biridir.

Üniversiteler ve Sosyal Bilimlerin Açmazları (Sefaleti)

Sosyal bilimler açısından konuya bakıldığında, pozitivist paradigmanın önemli ölçüde hakimiyetini sürdürdüğü ve özellikle aykırı görüşlerin dışlandığı üniversitelerde, topluma yönelik yaklaşımların hiç de iç açıcı olmadığını söylemek mümkündür. Bu noktada, sorunlu sosyal bilimlerden söz edilebilir. Sosyal bilimler sorunlu olmasını bu bilimlerin yeni olmasına bağlamak savunmacı bir yaklaşımın ürünü olup, asıl sorunun epistemolojik ve metodolojik olmasını örtmekten başka bir şey değildir (Hira, 2000). Bu noktada, diğer pek çok kurumda olduğu gibi bilim kurumlarında da bölüm ve branş bazında üstünlüklerini öne çıkarma ve doğal olarak başkalarını arka plana itme stratejisinin itibar görmesi, bilimin bilim adamlarının meşruluk kaynağı olarak algılanması gibi hususların önemli rol oynadığı anlaşılmaktadır (Demir, 2000). Oysa, sürprizlere açık projeksiyonlar, endüstri sonrası toplumun değişen yapısı, medeniyetler çatışması, antropolojik bakış açısının yeniden gündeme gelmesi, ekonomilerin hegemonyası, biyolojik ilerlemelerin etkisi vb. sosyal bilimlere yönelik senaryolardaki gelişmeler dikkate alındığında, geçmiştekenden farklı olarak sosyal bilimlerde kural dışı pek çok değişiklik olması beklenmektedir (Bainbridge, 2003). Bu yüzden, sosyal bilimlerde aktarmacılık artık itibar görmemekte, derinlikli ve uzun soluklu araştırmalar yapma çabası içinde olan sosyal bilimci portresine ihtiyaç hızla artmaktadır (Hira, 2000).

Sosyal bilimleri fen ve sağlık bilimlerinden farklı kılan en önemli husus, çalışma konularına ilişkin değişkenlerin ölçme ve değerlemesine yönelik farklılıklardır. Fen ve sağlık bilimlerinde değişkenler ve bunlar arasındaki ilişkileri daha açık bir şekilde tanımlama ve kontrol etme şansı varken, sosyal bilimlerde değişkenler ile değişkenler arasındaki ilişkilerin tanımlanması ve ölçümü oldukça zordur. Bu nedenle, fen ve sağlık bilimlerinde sonuç odaklı ve kesin gerçekliği arama yaklaşımı ağır basarken, sosyal bilimlerde keşfetme, anlama ve yorumlama ağırlıklı yaklaşımlar ön plana çıkmaktadır. Ancak hemen belirtmek gerekir ki, pozitivistimin ve bazı ülkelerde var olan tek tip anlayışları hakim kılma yaklaşımlarının etkisiyle, sosyal bilimlerde de fen ve sağlık bilimlerine benzer sonuç odaklı kesin gerçekliğe vurgu yapıldığı görülebilmektedir. Böyle bir bakış açısının benzer şekilde üniversite yönetimlerine de yansıdığı söylenebilir. Bu noktadan hareketle, sosyal bilimler ve üniversitelerin açmazları şu şekilde sıralanabilir:

1. Ülke ve üniversite yönetimlerinin sosyal bilimlere bakışı
2. Sosyal bilimcilerin sosyal bilimlere yaklaşımı

3. Sosyal bilimcilerin toplumla ilişkileri ve sosyal olgulara karşı duyarlılıkları
4. Üniversite yönetimleri ile akademisyenlerin sosyal sorumluluk algıları

Bir toplumun geleceğinin şekillenmesinde önemli roller üstlenmeleri beklenen sosyal bilimler ile üniversitelerin bugün karşı karşıya kaldıkları sorun veya açmazları yukarıda verilen başlıklar altında kısaca irdelemekte yarar vardır.

Ülke ve Üniversite Yönetimlerinin Sosyal Bilimlere Bakışı

Ülke ile üniversite yönetimleri, topluma yön vermek, vizyon oluşturmak gibi sorumluluklarını unutmaz, bunlar yerine tek tipleştirici bir mantıkla bazı tabuları koruma ve sürdürmenin telaşına düşerse, bu tür yerlerde sosyal bilimlerin önemli bir açmazla karşı karşıya olduğu söylenebilir. Bu durumu aşma noktasında üniversite yönetimlerinin ciddi bir gayreti söz konusu olmaz ise, orada sosyal bilimlerin sefaletinden söz etmek mümkün hale gelir. Çünkü, topluma ait herhangi bir olay, sorun yada olguya yönelik sosyal bilimcilerin bir şey üretmemesi isteniyor demektir. Bireysel olarak bir şey yapmaya çalışanlar ise, işten çıkarılma, aforoz edilme vb. sonuçlarla korkutulmaya çalışılır. Bu yüzden, demokratik standartların yeterince yerleşmemiş olduğu ülkelerde “kral çıplak” diyebilecek bir mekana ve bireylere sahip olma anlamında akademik özgürlüğün değeri takdir edilebilir(Özipek, 2004). Nitekim, “kritik düşünme motoru” olmaları gereken üniversitelerin sosyal sermaye oluşturabilen ve bunu etkili kullanabilen organizasyonlar olmaları beklenir (Duenas, 20003).

Fen ve sağlık bilimlerinin “müspet bilim” diye adlandırıldığı, sosyal bilimlere yönelik ciddi destekler bir yana aşağılayıcı bir bakışın hakim olduğu toplumlarda, sosyal bilimlerin sefaleti daha rahat anlaşılabilir. Kısırlaştırıcı, sorgulamayı engelleyen ve mevcut durumu kabullenebilen bir süreçten geçen bireylerin çoğunluğu oluşturduğu toplumlarda, her şeyden önce sosyal bilimlere eğilim düşük olur. Üniversite sınavlarında sosyal bilimlere yönelik puanların fen ve sağlık bilimlerine nispi düşüklüğü, iş bulma noktasında pek çok sosyal bilim alanının dezavantajlı olması, ülke yönetiminde uzun yıllardan beri fen ve sağlık bilimi ağırlıklı kişilerin söz sahibi olması gibi hususlar dikkate alındığında, sosyal bilimlere olan eğilimin düşük olması anlaşılabilir.

Sosyal Bilimcilerin Sosyal Bilimlere Yaklaşımı

Sosyal bilimlerin açmazı elbette sadece yönetimlere fatura edilmemesi gerekir. Bizatihi sosyal bilimcilerin kendileri de sosyal bilimlerin sefaletine yol açan yaklaşımları sergileyebilmektedir. Sosyal bilimin teorisi olmazsa olmazdır. Ancak salt tercüme veya ithal teorilerle bir toplumda sosyal bilimlerin önü açılmaz. Diemer, Gibbs (1994)'in Scientific American Dergisi'nde yayınlanan "Software's chronic crisis (Yazılımın kronik krizi)" başlıklı makalesinden esinlenerek; sosyal bilimlerin özellikle yirminci yüzyılın ikinci yarısında nicel ölçümle meşrulaştırılabileceği ve bu nedenle ne yapıldığından ziyade ne kadar akıllıca yapıldığına ağırlık verildiğine vurgu yapar. Bu bakış açısının sosyal bilimlerde ölçülebilir ve nicel olana öncelik verilmesine ve buna karşılık "fikir fukaralığına" yol açtığını belirtir (Diemer, 2003). Bu nedenle, yöntemi sosyal bilimin kendisi yapmaktansa daha az merkezi, daha eklettik ve esnek hale getirmek daha anlamlı gözükmektedir (Hollinger, 2005).

Bugün hukuktan işletmeciliğe, sosyolojiden psikolojiye, antropolojiden pazarlamaya, ekonomiden tarihe hangi alana bakılsa, maalesef ülkemizdeki sosyal bilimcilerin pek çoğunun sosyal bilimlere bakışında, yetiştirme tarzının da bir sonucu olarak, dar bir bakış açısı ve günübürlük bir yaklaşımın hakim olduğu rahatlıkla söylenebilir. Akademik yükselme ve akademik kabul vb. gibi kaygılar, sosyal bilimlerle uğraşan pek çok bilim insanını nicel analizlere ağırlık veren ve fakat teorik katkıyı ihmal eden bir pozisyona sürüklemiştir. Bir başka deyişle, sosyal bilimcilerin birçoğunun bizzat kendileri sosyal bilimlere ya inanmamakta veya yeterince önem vermemektedir. Bu konumdaki sosyal bilimciler yaptıkları işe, geçim yada terfi aracı şeklinde yaklaşabilmektedir.

Sosyal Bilimcilerin Toplumla İlişkileri ve Sosyal Olgulara Karşı Duyarlılıkları

Topluma uzak kalma, sosyal sorunlara ilgi yerine populist bir yaklaşımla günübürlük konularla ilgilenme, medyatik çabalara ağırlık verme vb. pek çok nedenle sosyal bilimciler kendi elleriyle bu bilim dalına önemli zararlar verebilmektedir. Konusuna hakim olmadığı halde ahkam kesen, topluma tepeden bakan, ithal teorilerle topluma yön vermeye çalışan, elitist bir yaklaşımla toplumsal sorunlara yaklaşmayan ve nihayet yönetimlere yaranma adına gerçeği olduğundan farklı yansıtabilen pek çok sosyal bilimcinin var olduğu

bir toplumda sosyal bilimlerin toplumun ufkunu açması beklenemez. Glaser ve arkadaşlarının ifadesiyle; üniversiteler ve profesörler dünyanın bir parçası olmak durumundadırlar. Bunun içinse sosyal bilimcilerin sınırları belli bir öğrenme odağına (disipline) dayalı kapalı bir toplum olarak manastır olma özelliğinden uzaklaşarak, bir başka deyişle üniversitenin içine “gömülü olma” halinden sıyrılarak dış dünyaya, yani topluma açılmaları gerekir (Glaser vd., 2003).

Olanın incelenmesini konu edinen pozitif bilimin öne çıkarılması, olması gerekenin göz ardı edilmesi sonucunu getirmiştir. Bu süreç bilim ile değer arasında bir mesafenin konmasına neden olmuştur. Bilginin değerden uzaklaştırılması nedeniyle modern bilim neden olduğu olumsuz sonuçlardan ayrı gibi sunulabilmiştir (Demir, 2000). Oysa, gerek fen ve gerekse sosyal bilimlerin toplumsal ve evrensel değerlerden bağımsız değerlendirilmesi doğru değildir. Ortaya çıkan sonuçlar da olumlu yada olumsuz olsun, bilimin topluma katkısı açısından dikkatlerden uzak tutulmamalıdır.

Akademik yükselme kaygısı, iktidara yakın olma, piyasanın istekleriyle sınırlı kalma vb. gibi sınırlamaların sosyal bilimcilerin önünde aşılması gereken önemli engeller olduğunu söylemek mümkündür. Buradan hareketle; üniversitelerin geleceğinin; ortamdan öğrenmeye ve ortama tepki vermeye imkan veren, disiplinler arasında keyfi sınırlar çizilmesini engelleyen ve üzerinde durulmaya değer bulunan problemlerin toplum için pratik ve kritik öneme sahip meselelerden keyfi olarak ayrıştırılmalarını öngören bir şekilde olmaları gerektiği rahatlıkla söylenebilir (Diemer, 2003).

Üniversite Yönetimleri ile Akademisyenlerin Sosyal Sorumluluk Algıları

Üniversite yönetimlerinin önemli görevlerinden biri de toplumsal ve sosyal sorunların çözümü ve topluma yön verilmesi olduğu halde, farklı nedenlerle bu görevlerin yerine getirilmesinde ciddi aksamalar yaşanabilmektedir. Bu ikilemin ortaya çıkmasında, üniversitelerin iktidara meşruiyet kazandırma işlevi ile onun meşruiyetini sorgulama işlevini yerine getirmek durumunda olan bir kurum olarak gelişmesinin etkili olduğu söylenebilir (Yıldırım, 2000). Bir üniversite yönetiminin içinde bulunduğu yerel ve ulusal kamuoyunu ilgilendiren sosyal olaylara duyarsız kalmaması gerekir. Ancak pratiğe bakıldığında, üniversite yönetimlerinin kişi, kurum ve kuruluşlarla iç içe olmadığı ve onlardan yeterince geribildirim alamadığı için plan ve programlarını geliştirip güncelleyemediği gözlenmektedir. Bunun sonucunda ise, sosyal sorunların çözümüne

katkı bir tarafa, işsizler ordusuna katkı veren bir üniversite görüntüsü karşımıza çıkmaktadır. Bu durum ise üniversitelerin sürdürülebilir bir gelecek için sorgulanabilir konuma sürüklenmelerini beraberinde getirmektedir (Weenen, 2000). Nitekim, işletmecilik eğitiminde kısa vadeli kârı azamileştirme anlayışının baskın olması ve bunu aşma yolunda ciddi bir yaklaşım olmadığı sürece sosyal sorumluluk bilincine olumlu katkı yapacak bir sonuca ulaşamayacağı söylenebilir (McKenna ve Brueckner, 2003).

Üniversiteler ve sosyal bilimleri böylesine içinden çıkılması güç açmazlara yönelten ve hatta sefaletle sürükleyen böylesi bir anlayıştan kurtulmanın yolu ise sosyal bilimciler ile üniversite yönetimlerinin pazarlama odaklı olmalarından geçmektedir. Pazarlama odaklı yada bir diğer ifadeyle çözüm odaklı olmak demek, sosyal bilimcilerin kendi alanlarında kendi toplumlarına ve elbette dünyadaki sosyal sorunlara çözümler öneren uygulanabilir teoriler geliştirme çabası içinde olmaları demektir. Üniversite yönetimlerinin konumuz bağlamında pazarlama veya çözüm odaklı olmaları ise, sosyal bilimlere pozitif yaklaşım sergilemeleri, toplumsal sorunlara duyarlı olmaları ve bu anlamda toplumla iç içe olmaktan çekinmemelerinden geçmektedir.

Üniversitelerde Sosyal Bilimlerin Açmazları (Sefaleti) Karşısında Bir Çözüm Önerisi: Pazarlama Odaklılık

Bir üniversite yada sosyal bilimcinin pazarlama odaklı olması, onun konusuyla ilgili olarak öncelikle toplumun ihtiyaçlarını iyi analiz etmesi ve yapacağı çalışmalarda bu ihtiyacı gidermeye yönelik davranmasını gerektirir. Örneğin, bir işletmecinin global rekabet ortamında farklı kültürlere ait işletmeler ile kendi işletme yönetim kültürü ve işletmelerin rekabet özelliklerini doğru analiz ederek bu kültüre ve rekabet yapısına uygun rekabet stratejilerinin neler olabileceğini tartışmak, işletmecilikle uğraşan sosyal bilimcilerin kaçınamayacakları önemli konulardandır. Uygulamaya bakıldığında ise çoğunlukla, “başarılı olan işletmeler ne yapıyorsa siz de onu uygulayın başarılı olursunuz” şeklinde yaklaşım ortaya koyan bir sosyal bilim mantığı ile karşılaşılmaktadır. Kendi toplumunu tanıma zahmetine katlanmaksızın antropolojik, sosyolojik, psikolojik, tarihi, kültürel, ekonomik vb. pek çok konuda analizler yapan, çözüm önerileri sunan sosyal bilimcilerin dünya çapında neden kendilerine yer bulamadıklarının özü bu noktada yatmaktadır.

Üniversitelerde sosyal bilimler öğretiminin pratik karşılığının olması beklenir. Bu beklenti sosyal bilimcileri üniversite ortamının dışında olan bitenle ilişkilendirir. Bu noktada akademisyenlerin sorgulayıcı ve aykırı konulara ilgisinin azalabileceği yönünde eleştiriler getirilebilir. Bu eleştirilere karşılık sosyal bilimcilerin aykırı görüşlerinin tam da hayata ve toplumsal konularla ilişkili olması gerektiği cevabı verilebilir. Hızla değişen rekabet çevresinde öğretim politikalarının iş hayatının ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde yeniden düzenlenmesi ve bu amaçla teori-uygulama kolaylığı sağlayacak şirket üniversiteleri bu konuyla ilgili olarak son yıllarda yaygınlaşan bir uygulamadır. Şirketler üniversitelerle işbirliğine gitmek suretiyle belirsizliği yönetebilecek yetenek ve sorumluluk bilincine sahip mezunlara sahip olabilmeyi arzu etmektedirler (Davies, 2003). Böyle bir durum, tersinden bakıldığında, üniversiteler ile sosyal bilimcilerin de pazarlama (çözüm) odaklı olmalarını zorunlu kılmaktadır.

Üniversite yönetimlerinin pazarlama odaklı olmaları çoğu zaman yanlış anlaşılabilen ve örneğin “öğrenciye de müşteri gözüyle mi bakacağız?” şeklindeki sığ yorumlara konu olabilmektedir. Öğretim elemanına, öğrencisine ve sorunu olan kişi ve kuruluşlara müşteri gözüyle bakabilmesi, üniversite yönetimlerini pazarlama (çözüm) odaklılığa yönlendirir. Bu şekilde, üniversite öğretim elemanının ihtiyaç duyduğu destekleri verir ve onu toplumun sorunlarının çözümüne katkı sağlayacak çalışmalara yöneltir ve destekler. Öğrencileri günün ve geleceğin koşullarına hazırlıklı hale getirecek çabalar içerisinde olur. Öğretim elemanları ve öğrenci etkileşimini artırmaya çalışır. Birey, kişi, kuruluş ve işletmelerle öğretim elemanı ve öğrencilerin etkileşimini artıracak girişimleri destekler ve bu tür platformları çoğaltmaya çalışır. Bu etkileşim sonucunda ise, her tarafı tatmin edecek çalışmalara imza atılmış olur. Özellikle sosyal bilimlerde müşterisi olan ve karşılık bulan çalışmalar gerçekleştirilmiş olur.

Pazarlama veya çözüm odaklı olmak; üniversitelerin önemli hedef kitleleri olarak işletmelerle daha yakın ilişki kurmalarını kaçınılmaz kılar. Tersinden hareketle, işletmeler de üniversitelerle ilişkilerini sıkılaştırmaya önem vermekteler. Bunun bir sonucu olarak; sosyal bilimler ile üniversitelerin öğrenmeye odaklanmasını, sürekli öğrenme ortamının oluşturulmasını, öğrenilen bilginin kurum içinde ve dışında paylaşılmasını, bilgi üretme ve üretilen bilginin günlük hayatına aktarılmasını ve bilgiyle gelişmenin özendirilmesini beraberinde getirir (Jansink vd., 2005). Bu aşamada, üniversiteler ile sosyal bilimcilerin iktidar yerine piyasa güçlerine teslim olabileceği ve üniversitelerin “parayı verenin düdüğü çalacağı” bir kurum olarak

piyasa sansürüne girebileceği eleştirileri (Yıldırım, 2000) gündeme gelebilmektedir. Bu durum, bir başka açıdan, bilgi/enformasyon toplumunda üniversitelerin bilimsel bilgi üretebilmeleri bakımından entelektüel sermaye ile siyasal veya iktisadi sermayenin devamlı mücadele alanı haline gelmiş olmaları ve son yıllarda ticarileşmenin üniversitelerde daha belirgin bir karakter olarak görülmesi şeklinde de gündeme getirilebilmektedir (Akşit, 2004). Bu ve benzeri eleştirilere yönelik olarak ise, üniversiteler ile akademisyenlerin kendilerini ispat etme ve kendi “akademik namuslarını” korumanın zaten kaçınamayacakları asli sorumluluklarından biri olduğunu belirtmek gerekir.

Üniversiteler ile sosyal bilimcilerin pazarlama veya çözüm odaklı olmaları, üniversitelerin değişen rekabet ve sosyal şartlara uygun tavır almalarını, araştırmaların buna göre tasarlanmasını ve öğretim programlarının değişen ve çeşitlenen ihtiyaca uygun hale getirilmesini gerektirir. Çünkü, üniversitelerin hedef kitleleri olarak işletmeler ve diğer kurumlar mezunlardan, öğrenciler ve aileleri de bireysel yada baskı grupları olarak üniversitelerden olan beklentilerini bu değişime paralel olarak ortaya koyacaklardır. Talebin bu yönde ortaya çıkmasıyla üniversiteler de sosyal bilimlerle uğraşan akademisyenlerden beklentileri dışlamayan çözümler bekleyecektir. Burada tekrar etmek gerekirse, böyle bir süreç üniversiteler ve sosyal bilimcilerin kısıtlanması şeklinde anlaşılmalı, tam tersine, kendi sınırlı dünyasında kariyer ispatlama çabalarından hayatın gerçeğine teoriler geliştiren bir dünyaya açılım olarak değerlendirilmelidir.

Pazarlama (çözüm) odaklı olmanın üniversitelerin performansı üzerinde de olumlu etkileri olması beklenir. Nitekim, Avustralya ve Yeni Zelanda'daki üniversitelerde üniversite yöneticileri, öğretim üyeleri ve öğrencilere yönelik gerçekleştirilen bir araştırmada, üniversitelerin büyük ölçüde pazarlama odaklı bir yaklaşım sergiledikleri ve pazarlama odaklı olma ile üniversitelerin performansları arasında pozitif bir ilişki olduğu saptanmıştır (Caruana vd., 1998). Bu sonuçlar, diğer ülkelerde de test edilebilir. Konuyla ilgili yapılacak çalışmalarda, üniversitede yapılan yayın, yayınların katma değere dönüşümü olarak patent, lisans vb. haklar, teknoloji dönüşümleri yanında, atıf endekslerinin de dikkate alınması ve bunlarla üniversitelerin pazar odaklılıkları arasındaki ilişkilere bakılmasında yarar olacağı açıktır. Tüm bu yönlerden ülkemizdeki kamu, vakıf ve özel sektör bağlantılı üniversitelerin özellikle sosyal bilimlerdeki performanslarının ortaya konulması konunun önemini daha net olarak ortaya çıkaracaktır.

Sonuç Yerine

Bilimi araç olarak kullanabilen ve toplumsal sorunlara çözüm üretebilen kişi ve kurumlara olan ihtiyacın her geçen arttığı günümüz dünyasında, akademik çevrenin içe kapanma eğilimlerinin dün olduğu gibi bugün de sürdüğü gözlenmektedir. Zaman zaman bazı açılımlar olsa da gerek fen bilimleri gerekse sosyal bilimlerde topluma tepeden bakan kendi varlığını meşrulaştırma aracı olarak bilimi kullanan bir “bilim cemaati” her zaman var olagelmıştır. Ülkemizdeki sosyal bilimler ve üniversitelerin bugünkü konumu bu açıdan hiç de iç açıcı gözükmemektedir. Bu noktada, ülke ve üniversite yönetimlerinin olumsuz bakış açıları ve etkileri yanında sosyal bilimcilerin kısır yaklaşımlarının rolüne vurgu yapılmalıdır.

Sosyal bilimler ve bu bilimlerle uğraşan bilim insanlarının misyonlarını yeniden tanımlarına ve buna uygun yeni vizyon belirlemelerine kesinlikle ihtiyaç olduğu açıktır. Bu aşamada, üniversite yönetimlerine de önemli sorumluluklar düşmektedir. Bunlar yapılırken çıkış noktası olarak bilimin ve üniversitelerin hedef kitleleri olarak genelde toplumun ihtiyaç ve beklentilerinin dikkate alınmış olmasıdır. Bu ise pazarlama bakış açısına sahip olmayı gerektirir. Bu şekilde sosyal bilimler ile üniversitelerin açmazları (aslında sefaleti demek daha uygun olabilir) na daha doğru, hızlı ve gerçekçi çözümler üretilebilir. O zaman üniversiteler ve sosyal bilimciler gerek kendi toplumunda gerekse dünyada arzu edilen saygın konumuna yükselir. Çünkü, bu anlayışla yapılacak çalışmalar ve ortaya konacak eserler mutlaka bilim dünyasında karşılık bulacaktır. Mevcut anlayışlarla gerçekleştirilen pek çok çalışmanın bugün alıcı bulamamış olmasını, bu çalışmaların hedef kitlelerin beklenti ve ihtiyaçlarından yola çıkılmadan yapılmış olmasıyla açıklamak sanırım yanlış olmasa gerektir. “Müşterisiz mal zayıdır” deyişi boşa söylenmemiş olsa gerek!

Kaynaklar

- [1] Akşit, B. (2004), “Bilgi Toplumu ve Üniversiteler”, *Nasıl Bir Üniversite?*, Ed. C. C. Aktan, İstanbul: Değişim Yayınları, 121-158.
- [2] Bainbridge, W. S. (2003), “The Future in the Social Sciences”, *Futures*, 35, 633-650.
- [3] Caruana, A., B. Ramaseshan ve M. T. Ewing (1998), “Do Universities That are More Market Oriented Perform Better?”, *International Journal of Public Sector Management*, 11(1), 55-70.
- [4] Davies, A. (2003), “Şirket-Üniversite Partnerliği ve Örgütsel & Ömür Boyu Öğrenim Konusunda Yeni Bir Paradigmanın Ortaya Çıkması”, *Eğitimin Geleceği – Üniversitelerin ve Eğitimin Değişen Paradigması*, Ed. O. N. Babüroğlu, İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları, 105-119.

- [5] Demir, Ö. (2000), Bilim Felsefesi, 2. Baskı, Ankara: Vadi Yayınları.
- [6] Diemer, J. A. (2003), “Alet Kutusundan Çıkan: Bilgi Üretiminin İkilemi”, Eğitim Geleceği – Üniversitelerin ve Eğitimin Değişen Paradigması, Ed. O. N. Babüroğlu, İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları, 321-332.
- [7] Duenas, G. (2003), “Sosyal Sermaye Yaratıcıları Olarak Üniversiteler”, Eğitim Geleceği – Üniversitelerin ve Eğitimin Değişen Paradigması, Ed. O. N. Babüroğlu, İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları, 143-154.
- [8] Glaser, S., M. I. Halliday ve G. R. Eliot (2003), “Üniversite mi, Çeşitlilik mi? Bilgideki Önemli İlerlemeler Üniversitenin İçinde mi, Yoksa Dışında mı Gerçekleşiyor?”, Eğitim Geleceği – Üniversitelerin ve Eğitimin Değişen Paradigması, Ed. O. N. Babüroğlu, İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları, 167-178.
- [9] Greenwood, D. J. ve M. Levin (2003), “Üniversite-Toplum İlişkilerinin Yeniden Yaratılması: Eylem-Araştırma/Akademik Taylorizm”, Eğitim Geleceği – Üniversitelerin ve Eğitimin Değişen Paradigması, Ed. O. N. Babüroğlu, İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları, 75-89.
- [10] Hira, İ. (2000), “Sosyal Bilimler: Yasa Koyucu Tasarımdan Yorumcu tasarıma”, Bilgi, 2(3), 81-96.
- [11] Hollnger, R. (2005), Postmodernizm ve Sosyal Bilimler – Tematik Bir Yaklaşım, Çev. A. Cevizci, İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- [12] Jansink, F., K. Kwakman ve J. Streumer (2005), “The Knowledge-Productive Corporate University”, Journal of European Industrial Training, 29(1), 40-57.
- [13] McKENNA, R. J. ve M. Brueckner (2003), “Yönetim Eğitiminde İşbirliğinin Önündeki Güçlükler”, Eğitim Geleceği – Üniversitelerin ve Eğitimin Değişen Paradigması, Ed. O. N. Babüroğlu, İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları, 287-300.
- [14] Özipek, B. B. (2004), “Akademik Özgürlük”, Nasıl Bir Üniversite?, Ed. C. C. Aktan, İstanbul: Değişim Yayınları, 23-48.
- [15] Weenen, H. Van (2000), “Towards A Vision of A Sustainable University”, International Journal of Sustainability in Higher Education, 1(1), 20-34.
- [16] Yıldırım, E. (2000), “İktidar, Üniversite ve Aydınlar”, Bilgi, 1(2), 1-11.
- [17] Yıldırım, E. ve M. Duman (2004), “Akademik Özgürlük ve Üniversite Özerkliği”, Nasıl Bir Üniversite? , Ed. C. C. Aktan, İstanbul: Değişim Yayınları, 75-86.