



ÜNİVERSİTE TOPLUM İLİŞKİSİNDE POPÜLER KÜLTÜRÜN YÜKSELİŞİ

THE RISE OF POPULAR CULTURE IN UNIVERSITY SOCIETY RELATIONSHIP

Murat ÖZDEMİR¹

Öz

Bu çalışma girişimci üniversite anlayışının üniversite fikri üzerinde hegemonik hale gelmesi sonucu üniversite niteliğinin ontolojik, epistemolojik ve iletişimsel varlığının dönüşümü üzerine odaklanarak üniversitenin popüler kültür ideolojisine nasıl eklenildiğini göstermeye çalışmaktadır. Yüksek öğretim alanının neoliberal politikalar neticesinde girişimci bir ruhla kuşatılması sonucu üniversiteyi tanımlayan geleneksel kodlar dönüşüm geçirmiş ve “üniversite fikri” şirket ideolojisini taşıyan yeni bir görünüm kazanmıştır. Verimlilik, rekabet, projecilik anlayışına dayanan girişimci üniversite anlayışı üniversitenin piyasaya eklenmesi anlamına gelirken üniversitenin piyasanın taleplerine göre yapılanmasını da ifade etmektedir. Bunun yanında şirket aklının üniversitelere transfer edilmesi beraberinde nitelik kaybını yaratmış ve bir yönüyle de üniversitenin popüler kültür ile kuşatılmasına neden olmuştur. Özellikle vakıf üniversiteleri bünyesinde popüler kültür, yüksek kültür değeri olarak kucaklanmaya başlanmış ve görünürlük faaliyetleri adına popüler kültür göstergeleri üniversitenin toplumla ilişkisinde merkezi konuma yerleşmiştir. Bu çerçevede bu çalışma girişimci üniversite ekseninde yükseköğretim literatürü içinden üniversite-toplum ilişkisinin iletişim süreçlerine odaklanarak yükseköğretim alanının gittikçe popüler kültür ideolojisiyle sarmalandığını göstermeye çalışmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Girişimci Üniversite, Popüler Kültür, Neoliberal Üniversite

Abstract

This study tries to show how the university is articulated to the popular culture ideology by focusing on the transformation of the ontological, epistemological and communicative existence of the university quality as a result of the entrepreneurial university understanding becoming hegemonic over the idea of university. As a result of the encirclement of the higher education field with an entrepreneurial spirit as a result of neoliberal policies, the traditional codes that define the university have been transformed and the "idea of university" has gained a new appearance with the corporate ideology. Entrepreneurial university understanding based on efficiency, competition and project management means the articulation of the university with the market, while it also expresses the structuring of the university according to the demands of the market. In addition, the transfer of the corporate mind to the universities has created a loss of qualifications and in a way caused the university to be surrounded by popular culture. Popular culture has begun to be embraced as a high cultural value, especially within foundation universities, and popular culture indicators have become central in the university's relationship with society in the name of visibility activities. In this context, this study tries to show that the field of higher education is increasingly surrounded by popular culture ideology by focusing on the communication processes of the university-society relationship within the higher education literature on the axis of the entrepreneurial university.

Keywords: Entrepreneurial University, Popular Culture, Neoliberal University

¹ Arş.Gör., Ankara Bilim Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü, Ankara/TÜRKİYE, Orcid: 0000-0003-0371-9128- muratozdemirmurat@gmail.com

*Bu çalışma Hacettepe Üniversite Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yürütülen “Neoliberal Öznenin İnşası Olarak Türkiye’de Yükseköğretim Ekosistemi ve Akademisyenler” başlıklı doktora tezinden türetilerek yazılmıştır.

Giriş

...bilimler sermaye tarafından zenginleşmenin aracı olarak kullanıldıkları ve bu nedenle, kendileri onları geliştirenler için zenginleşme aracı haline geldikleri süreçte, bilim adamları bilimlerine pratik uygulamaları keşfetmek için birbirleriyle rekabet ederler. Dahası bizzat icadın kendisi bir meslek (metier) haline gelir. Böylelikle kapitalist üretimle birlikte, bilimsel faktör, ilk defa olarak, daha önceki çağlarda hayal edilemeyecek bir ölçekte, bilinçli olarak geliştirilir, uygulanır ve hayat bulur (Marx & Engels, 2010, s. 34)

Toplumsalın diğer kurumları gibi üniversite de tarihselliği içinde zamanın ekonomi politik koşullarına bağlı olarak belirli dönüşümler geçirmiştir. Bu sebeple üniversite alanı ele alındığında üç (3) kuşak bağlamıyla analiz edilmektedir. Birinci kuşak üniversite alanı Bologna Üniversitesi'nin kuruluşundan Berlin Üniversitesi'nin kuruluşuna değin geçen dönemi kapsayan teolojik öğretinin merkezde olduğu modern öncesi dönem olarak ifade edilen Orta Çağ üniversite anlayışıdır. Bologna Üniversitesi İtalya'da 1088 yılında kurulmuştur ve bu dönemde üniversite Hıristiyan gölgesi altında hakikat arayışı içindedir. Birinci kuşak üniversite anlayışı Orta Çağ değerlerini içinde barındıran öğretimin merkezde olduğu anlayışı sergilemekteydi. Orta Çağ'da üniversiteler bünyesinde hakikat arayışı Hıristiyanlık değerlerine sadık çerçevede yapılırken zaman içinde dünya görüşünün giderek seküler hale gelmesi, 13. yüzyıldan itibaren yükselen kent yaşamı entelektüel bir canlılığın doğuşuna yol açarak üniversiteye olan talebi artırmıştır. Böylece teoloji, sanat, hukuk alanında entelektüel çalışmaların kapsamının gelişmesi Aydınlanma fikrinin doğuşuna büyük katkı sağlamıştır (Tate, 2021). Ayrıca Avrupa coğrafyasında kentsel gelişmeyle beraber seyahat kültürünün yaygınlaşması, entelektüel şahsiyetlerin gezgin faaliyetlerinin artması Orta Çağ'da üniversite anlayışının gittikçe sekülerleşmesine katkı sağladı. Bunun yanında üretim ilişkilerinde Feodal sistemin çöküşü, mutlak monarşinin dünya sahnesine çıkması üniversitenin sekülerleşmesini hızlandırdı. Daha sonraki süreçte ulus devletlerin tarih sahnesine çıkmasıyla üniversiteler ulusallaştı. Mutlak monarşi ve ulus devletler yolu ile üniversitelerin manastır ve kiliselerden uzaklaşması teolojik öğretinin merkezde olduğu üniversite anlayışını dönüşüme uğratarak bilginin üretiminde akıl merkezli yaklaşımı hegemonik hale getirdi. Böylece üniversite gelişmenin ve yeni fikirlerin yeşerdiği kamusal mekanlara dönüştü. Üniversitenin sekülerleşmesi merkezde teoloji yerine aklın kurumsallaşması ile sonuçlandı. Aydınlanma düşüncesiyle beraber üniversite akıl kavramı ile anılır hale geldi. Bir bakıma üniversitenin ontolojik yapısı akıl merkezli bir görünüme kavuştu. Böylece üniversitenin entelektüel hedefi akıl merkezli hakikat arayışını kendinde bir amaç olarak gören bir yapıya büründü. Readings'e göre Hıristiyan gölgesinin üniversitelerden uzaklaştırılması sonucu modern üniversite anlayışı olarak tarif edilen ikinci kuşak üniversitenin doğuşu gerçekleşti ve bu anlayış Kant'ın Aydınlanmacı yaklaşımına uygun bir zeminde örgütlenerek üniversiteyi akıl kavramı ile kuşatmıştır. Daha sonraki süreçte Schiller'den Humboldt'a değin Alman idealistleri üniversite anlayışına yeni bir perspektif getirerek akıl ile üniversite fikrini milli kültür etrafında yeniden şekillendirmişlerdir. Böylece üniversite ve ulus devlet arasında güçlü bir ilişki kurularak üniversite ulusun ortak değerlerini ve bilgilerini üreten ve bunu sonraki nesillere aktaran bir kurum olarak yapılandırılmıştır. 19. yüzyılda modern ulus devletlerin güçlenmesi ile kurumsal düzlemde milli kültür ve milli vatandaşlığın yaratılması adına üniversiteler yeniden tanımlanarak ulus kültü etrafında yeniden örgütlenmiştir. Ulus devlet güdümlü modern üniversite fikri İkinci Dünya Savaşı sonrası yeniden bir dönüşüm geçirerek üçüncü kuşak olarak tarif edilen girişimci üniversite anlayışını meydana getirmiştir. Üçüncü kuşak üniversite anlayışı ulus ötesi şirketlerin küreselleşmesi, ulus devletlerin güç kaybetmesine paralel ortaya çıkan Amerikan üniversite örgütlenmesini içinde barındıran bir yapı olarak ifade edilmektedir (Readings, 2020). Küreselleşme ile ortaya çıkan "rekabet" fikrinin hegemonik hale gelmesi üniversitelerarası bir

yarışın ortaya çıkmasına yol açmış ve üniversite “mükemmeliyet” kavramı etrafında yeniden yapılandırılmıştır. “Mükemmeliyet” yaklaşımı Amerika merkezli ortaya çıkan, piyasanın ihtiyaç ve taleplerine göre üniversitenin örgütlendiği, teknoloji ve yenilik odaklı üniversite anlayışını ifade etmektedir. Piyasa merkezli bu anlayışın sermaye alanlarına yönelik kazandırdığı birikim gücünün zaman içinde diğer ülkelerin politika yapıcılar tarafından kucaklanıp model olarak ele alınması üniversiteleri küresel rekabet gücü olarak tasarlamıştır. Böylece modern üniversite anlayışında bilginin “kendi başına bir amaç” olma ülküsü yerinden edilerek, fayda için bilgi anlayışı hegemonik hale gelerek piyasada değer gören bilgi alanları desteklenmiş, birikim oluşturma gücü zayıf olan bilgi alanları da değerden düşürülmüştür (Ercan, 1998). Kısaca teknik temelli bilimsel alanlar teknolojik üretime dönüştürülebilirlikleri nedeniyle hem politika yapıcılar hem de sermaye tarafından destek ve teşvik görünürken, birikim oluşturma gücü zayıf sosyal bilimler ise değerden düşürülmüştür

Hıristiyan gölgesi altında faaliyet gösteren Orta Çağ üniversite anlayışının Aydınlanma ideolojisi ile dönüşüm geçirmesi ile Kant’ın rasyonel öğretisi üzerine yeniden şekillenen üniversite, akli merkeze alarak hakikat arayışı içine girmiştir. Ayrıca Aydınlanma’nın hümanist ideolojisini de içinde barındırmaya başlayan modern üniversite, hümanist öğretinin yaygınlaşması, insan merkezli bir dünya aklının gelişimine de ön ayak olmuştur. Kant’la başlayan modern üniversite anlayışına Alman idealistler tarafından *bildungs* felsefesinin eklenmesiyle modern üniversite “Kültür Üniversitesi” adını almıştır. İnsanın moral değerlerinin ve yeteneklerinin gelişimini merkeze alan, insanın gelişimini kültür dizgeleri ile düşünen *bildungs* felsefesi ulusal bilinç etrafında bireyin gelişimini ve kültürlenmesini hedeflemiştir. *Bildungs* “kişinin, mesleki öğretiminden ayrı olarak, bir bütün halinde gelişmesi anlamına gelir. Bireyin yaşamdaki amaçlarının uygarlaşmasını, duygusal tepkilerinin incelenmesini ve günümüzün en geçerli bilgilerin ışığı altında, nesne ve olayların doğası hakkındaki anlayışının olgunlaşmasını kapsar” (Rosovsky, 2017, s. 99). *Bildungs*² bir taraftan kişiliği bütünsel gelişme etrafında ele alırken aynı zamanda ulusal değerlere dayanan tinsel bir bilinç ve ruhun gelişimini de hedeflemekteydi. Kısaca *bildungs* Aydınlanma ideolojisinin yanında ulusal bir bilinç ve kültürü inşa etmeyi tasarlamaktaydı. Alman idealist felsefesinin kurucuları tarafından kökleri atılan “Kültür Üniversitesi” anlayışının kurucusu 1809 yılında Berlin Üniversitesi’ni kuran K. W. Humboldt olarak ele alınır. Alman düşünür ve siyasetçi Humboldt, üniversiteyi çağdaş bilimin merkezine koyarak araştırma ve eğitim faaliyetini üniversite çatısı altında birleştirerek bilgi arayışını kendinde bir amaç olarak tasarlamıştır. Humboldt ile başlayan “Kültür Üniversitesi” anlayışı modern dönemde zaman içinde dünya ölçeğinde model alınan bir üniversite örgütlenmesi olarak kucaklanmıştır. Humboldtçu model meşruiyetini 1970’lere kadar sürdürmüş olsa da İkinci Dünya Savaşı sonrası Amerikan üniversite anlayışının güç kazanması Humboldtçu geleneği tasfiye etmiş ve yerine üçüncü kuşak üniversite denilen “girişimci üniversite” modelini meydana getirmiştir. Üçüncü kuşak üniversite anlayışı Amerikan tipi üniversite yapılanmasını ve örgütlenmesini

²*Bildungs* ideali, bütünlüklü insana özgü sağlam bir karakter formasyonunu, *insanın kültüre dahil edilmesini ve kültür aracılığıyla kendisini tam olarak gerçekleştirmesini ifade eder*. Hatta *Bildungs* geleneğinde eğitimden neredeyse kültürel bakımdan olgunlaşma, bireyin entelektüel boyutuyla yüreğinin bütünlüklü bir yapı içinde birbiriyle ahenkli hale gelmesi anlaşılır. Bütün insani güç ve kapasitelerin tam olarak gerçekleşmesini hedefleyen ve dolayısıyla natüralist Aydınlanmanın tek yanlı entelektüalizmine karşı çıkan kültürel yaklaşım temsilcileri, 18. yüzyılda Avrupa’da ve bu arada Almanya’da gerçekleştirilen eğitim reformunu yoğun bir şekilde eleştirirler. Skolastik eğitime, onun teori merkezli, faydadan yoksun eğitim anlayışına karşı radikal bir tepkinin ifadesi olan bu bilim temelli eğitim reformu, her şeyden önce teoriyle pratiği birleştirerek toplumun ihtiyaçlarına cevap verme amacına matuf faydacı bakış açısıyla farklılaşırken, yükselen ulus devlete sadakatiyle tezahür edecek öğrencilerin yetiştirilmesini temel amaç haline getirmişti (Cevizci, 2021, s. 106)

model almıştır. Faydacı ideolojinin ereklerine dayanan piyasa aklını ve şirket örgütlenmesini içinde barındıran üçüncü kuşak üniversite Amerika’da doğmuş ve zaman içinde özellikle küreselleşmeyle beraber dünya ölçeğinde hegemonik bir modele dönüşmüştür. Üçüncü kuşak üniversite anlayışında bilgi üretim süreçleri Pazar koşulları ekseninde şekillenmekte ve değer görmektedir. Post-Fordist bir üretim aklı etrafından inovasyon, verimlilik, rekabet ve esneklik üniversitenin mali, idari ve akademik yapısını belirlemektedir. İkinci Dünya Savaşı sonrası güçlenmeye başlayan Amerikan tipi girişimci üniversite anlayışı 1970’lerden sonra küresel ölçekte uygulanmaya sokulan neoliberal politikalar ile hız kazanmış ve 1990’lar sonrası ise küreselleşme tartışmaları etrafında güçlü bir meşruiyet gücü elde etmiştir. Girişimci üniversitenin hegemonik hale gelmesi, üniversitenin tarihsel süreçte elde ettiği birikim ve değerlerin tasfiye edilerek yerine neoliberal ideolojinin rekabet aklını barındıran yeni bir anlayışın yerleştirilmesi ile sonuçlanmıştır. Bu yeni üniversite fikri, üniversiteyi piyasanın bir paydaşı olarak ele almaktadır. Üniversitenin piyasaya eklenmesi üniversitenin kavramsal gücünü oluşturan tarihsel süreçte inşa ettiği ontoloji, epistemoloji ve iletişimsel vardığını farklı bir zemine oturmaktadır. Özellikle akademik alan girişimci söylemsel yapılarla sınırlandırılmakta, istatistiksel veriler üzerinden rekabet ideolojisi ile şirket gibi yönetilmektedir (Barnett, 2008, s. 118). Üniversitenin piyasanın bir paydaşı olarak hareket etmesi, üniversite-toplum ilişkisini de yeni iletişimsel alanlara kaydırmıştır. Eleştirelilik yerine toplumsal dinamiklerin verili kabul edildiği girişimci üniversite modeli özümsemiş, üniversite kendini popüler kültür ile sunmaya başlamış ve popüler kültür ideolojisi üniversiteyi vasat değerler dizgesi çerçevesinde toplumla buluşturmuştur (Değirmencioglu, 2015).

1. Neoliberalizm Ekseninde Girişimci Üniversite

Modern üniversitenin tarihselliği içinde Humboldtçu gelenek ile başlayan üniversite misyonu üzerine yapılan çalışmalar üniversitenin eğitim ve bilgi üretim süreçlerine, üniversitenin kamusalılığı ve özerkliğine eğilerek üniversite-toplum ve üniversite-birey ilişkisine odaklanarak üniversite fikrini ontolojik, epistemolojik ve iletişimsel temellere oturtmaya çalışmışlardır (Kurtoglu, 2019). Özellikle H. Newman, I. Kant, K. Jaspers, A. Humboldt, J. Derrida, J. F. Lyotard, J. Habermas, Jose Ortega Y Gasset’in üniversite fikri üzerine yaptıkları çalışmalar Avrupa kıtasının modern üniversite felsefesini oluşturmuştur. Avrupa kıtasının düşünce tarihinin birikimine dayanan üniversite anlayışı “bilginin kendi başına bir amaç olduğu” (Pelikan, 2015, s. 25) hedefiyle hareket etmiştir. Bunun yanında üniversite kişilik eğitiminin, hümanist öğretinin merkezi olarak ele alınmış, kamu yararı güden toplumsal zekanın serpilip geliştiği mekanlar olarak düşünülmüştür. Bir yönüyle “yükseköğretime gitmek kendini tetkik etme, öz disiplin ve şahsi fedakârlık konusunda talim yapmak demektir” (Delbanco, 2020, s. 84). Amerika’da ise İkinci Dünya Savaşı sonrası üniversite fikri teknikleşme ve ticarileşme aklıyla kuşatılmış ve üniversite faydacı ideolojinin ereklerine göre yapılandırılarak piyasanın bir bileşeni olarak ele alınmıştır. İkinci Dünya Savaşı sırasında teknik gelişmeye yönelik üniversitelerin askeri sanayi adına Amerikan hükümeti tarafından desteklenmesi teknolojik temelli üniversitelerin gelişmesine neden oldu. İkinci Dünya Savaşı sonrası da Soğuk Savaş’ın başlaması üniversiteleri askeri yarışta politik ekonominin merkezine oturttu. Üniversite bilgi ve inovasyonun merkezi olarak ele alındı. Üniversitenin ülkelerin ekonomisi, refahı ve savunması adına önemli hale gelmesi üniversitenin piyasa, orduyla ve devletle karmaşık ilişkilere girişmesine yol açtı.

İkinci Dünya Savaşı sonrası refah devleti politikalarının da yürürlüğe girmesi yükseköğretime olan talebi arttırdı ve yükseköğretimde bir kitleselleşme meydana geldi. Böylece üniversitenin yeni sürecine yönelik yeni arayışlar ortaya konuldu. “ABD’de bu kitleselleşme sürecinin nasıl yönetileceğine dair tartışmalar Kaliforniya Master Plan olarak bilinen, oldukça kapsamlı bir yükseköğretim sistemi tasarımını ortaya çıkardı. Bu plan

çerçevesindeki tartışmalar yükseköğretim araştırmalarında birçok çalışma alanı için temel oluşturdu. Plan, artan talebi karşılamak üzere, kurumsal çeşitliliğe dayalı olarak araştırma üniversiteleri, eğitim odaklı üniversiteler, mesleki eğitim odaklı kolejler ve liberal sanatlar kolejleri gibi kuramlardan oluşan net bir sınıflandırma öneriyordu” (Kurtoğlu, 2019, s. 18). Çok boyutlu bu üniversite fikri University of California rektörü olan Clark Kerr (1963) başkanlığında dile getirildi ve yükseköğretimde çok boyutlu anlayışı sergileyen “multiversite” adıyla ifade edilen “araştırmada mükemmeliyet” felsefesine dayanan yeni bir model oluşturuldu. “Homojen bir yapıdan ziyade çoğulcu bir görünüme sahip olan multiversite, tek bir vizyonu veya amacı temsil etmemektedir. Bu yapı farklı çıkarları, amaçları, yöntemleri ve etiği olan, dolayısıyla da zaman zaman çatışan gruplardan oluşmaktadır. Multiversiteyi benzersiz kılan da farklı grupların farklı taleplerine yanıt verebilen çok işlevli, esnek bir yapıya sahip olmasıdır” (Gürsoy, 2018, s. 63). 1970’li yıllarda dünyanın yaşamaya başladığı bunalımlar ve bunalımlardan çıkarken yaşadığı, bu yazının başında durduğumuz dönüşümler, multiversitenin yeni dönüşümler yaşamasına neden oldu ve 1968 hareketlerinin üniversiteye yüklemeye çalıştığı işlevleri büyük ölçüde yerine getiremez hale geldi. Günümüzde *artık multiversitelerde bir elitist eğitim değil kitle eğitimi yapılmaktadır*. Bu dönüşüm dünyanın sanayi toplumundan bilgi toplumuna, Fordist üretimden esnek üretime geçmesiyle yakından ilişkilidir. Üretimde hünersiz emek değil iyi yetişmiş insan gücü kullanılmaya başlanmıştır. İnsan sermayesi, gelişmenin en önemli faktörü haline gelmiştir (Tekeli, 2003, s. 132-133). Bu modelin ABD’de başarıya ulaşması ve örgütlenme yapısı nedeniyle bilim-teknik alanında ABD’yi güçlü kılması küreselleşmeyle beraber tüm dünyada model alınan bir görünüm kazanmıştır.

1970’li yıllarda kapitalizmin içine girdiği krize karşı neoliberal ekonomi politik bir dönüşüm geçiren sermaye aklı yaşamın hemen hemen tüm sahalarını, toplumsal ilişkileri yeniden tanımlama sürecini başlatmıştır. Bu süreçle beraber kapitalizmin tarihinde daha önce meta değeri olarak ifade edilemeyen sosyal ilişkilerin meta ilişkilerine dönüştürülmesi ve bireysel sermaye ekseninde bilginin ve rekabetin ön plana çıkmasıdır (Ercan, 1998, s. 10-11). Bilgi temelli ekonominin gelişmesi, bilginin önemini arttırmış ve bilgi yoğun endüstriyel üretim nedeniyle bilgi ekonomileri ön plana çıkmıştır. Bilgi yoğun ekonominin varlığı eğitim sisteminde faydacı bilginin değer görmesine neden olmuş ve bütünsel bir gelişmeyi işaret eden eleştirel-varoluşsal düşünce sistemleri ise faydacı ideoloji ile dışlanmıştır. “Bu bilgi anlayışı bilimi ve düşüncüyü bütünüyle ekonomik aklın emrine tahsis ederek yararsız gördüğü bilimsel uğraşları dışlarken, soyut bilgileri değersizleştirerek pratik üzerine yoğunlaşmayı nitelikli olmanın bir göstergesi olarak sunmaktadır. Objektif bir bilgi üretmek yerine iş çevrelerinin ve yöneticilerin beklentilerine ve değerlerine uygun somut reçeteler sunmayı esas alan sübjektif bir bilgi üretimini esas alan ve kolay anlaşılacak için basitleştirici olmayı ilke edinen ve bilimsel uğraşları kamusalıktan ve evrensellikten ve argümantasyon süreçlerinden uzaklaştırarak iş ve yönetim alanlarında ikamete mecbur bırakan ve sonuç olarak bilimsel, entelektüel ve politik çabaları pratikte yararsız ve hatta zararlı olarak görüp aşağılayarak tümüyle pratik yarara odaklanmamızı salık veren bu yaklaşım biçimlerinin bilgi toplumu olma iddiaları da ironiktir” (Özdemir, 2021, s. 108). Faydacı bilgi anlayışı etrafından ekonomik değer ölçüsüyle bilgi üretim süreçlerinin hegemonik hale gelmesi aslında küresel bir vasatlaşma kültürünü de oluşturmuştur. Bir yönüyle faydacı ideolojinin üniversite mecrasına sirayet etmesi, yüksek kültür mekânı olarak üniversitenin giderek piyasayla bütünleşmesi ve üniversitenin piyasa gözüyle dünyaya bakması anlamına gelmektedir. Ayrıca ekonomik ölçütler ekseninde üniversitenin yeniden tanımlanması türdeş bir üniversite örgütlenmesini ve akademik yapıyı meydana getirmektedir.

Faydacı ideoloji bilgi üretim sürecini mülkiyet çerçevesinden düşündüğünden üniversite üzerinde faydacı bir yönetim ve akademik örgütlenmeyi talep etmektedir. 1970’lerde ekonomi

politığın dönüşümü ile başlayan post-Fordist üretim, rekabet, bilgi toplumu tartışmaları çerçevesinde yükseköğretimin yeniden şekillendirilmeye çalışılması, bilgi üretim süreçlerinde üniversitelerin nasıl bir politika geliştirmeleri gerektiğini ortaya koymuştur. Bu eksenle piyasanın taleplerine ve birikim yaratma süreçlerine uygun bir yapılanma ortaya çıkmaya başlamış “üniversitenin toplumun bilişsel yapısının koruyucusu olma rolü” (Delanty, 2019, s. 44-45) aşınmış ve refah devletinin çöküşü nedeniyle güvencesiz kalan bireyler rekabetçi kültürle kuşatılarak rekabetçi bir “homo economicus” öznesi hegemonik hale getirilmeye çalışılmıştır. Bu sebeple, “bilgiyi özneliğinin düşünsel filtrelerinden geçirerek değil, daha çok uluslararası bütünleşik pazarın süregitmesi için kesintisiz kodlanan, ideolojik göndermeleri önceden tanımlanmış malûmat kırıntılarıyla özdeşleştiren bir insan tipi geliştirme görevi, bugün büyük ölçüde üniversitelere düşmektedir” (Ergur, 2003, s. 196). Bu açıdan, bilgi üretim süreçlerinin faydacı bir kültürün varlığı çerçevesinde tasarlanması, toplumsal yarar yerine bilginin ticari çıkarlar adına metalaştığı, değer gördüğü bir akli içerimlerken “eğitimin birey açısından bir yetkinleşme, kendini aşma ve özerkleşme süreci olarak” (Ünal, 2011, s. 98) ele alınmasını yadsımaktadır. “Örneğin üniversiteler, “nitelikli emek gücü”nü (farklı bir ifadeyle “bilgi işçileri”ni) en düşük birim maliyetle yetiştirmeli, bilgiyi biriktirerek bilişim teknolojisi ile esnek üretime aktarmalıdır. İş yaşamı pratikleriyle sıkı bir bağ içinde çalıştıkça, üniversiteler, bilişim teknolojisi yardımıyla becerileri yeniden tanımlayabilir ve bunların eğitimini yeniden yapılandırabilir. Üniversitelerden beklenen de eğitim programlarını iş yaşamının ihtiyaçlarına uygun olarak yönlendirmeleri ve kendileri de verimli çalışarak, emek gücünün yeniden üretimim olabilen en düşük maliyetle gerçekleştirmeleridir. Bunun dışında, üniversitelerden, teorik bilgileri basit uygulanabilir “paketler” haline getirerek, onları bilgisayar yardımıyla kolayca uygulanabilecek prosedürlere dönüştürmeleri de beklenmektedir” (Ünal, 2011, s. 109). Kısaca bilginin metalaşması, bireyin bilgiyle kurulan ilişkisini tekniksel olana indirgemekte, varoluşsal bilgiyi değersiz görerek bütüncül, eleştirel bir bakışın birey açısından gelişmesine ket vurmaktadır. Oysa bilgiyle kurulan ilişki teknik bir ilişkinin ötesinde varoluşsal bir ilişkiyi-eleştiriye tanımlamakta, toplumu güç ve iktidar merkezli okumanın yasalarını ifade etmektedir.

Kar güdüsü anlayışının üniversite örgütlenmesi üzerinde meydana getirdiği dönüşümün karar verme süreçlerinde piyasanın talepleri ile paralel hareket etmesi, eğitim ve araştırmanın kendinde bir hedef olma ülküsünden uzaklaşmakta, bazı pratik hedeflerden indirgenerek araçsal bir görünüm kazanmaktadır. Piyasayla bütünleşme anlayışı nitelik kaybına yol açarken, üniversitenin entelektüel hedefleri ve toplumsal söz hakkı geleneği de yerinden edinmektedir (Bok, 2007). Görevi toplum adına bilgi üretmek ve sunmak olan (Göktürk, 2011, s. 227) ‘üniversite’, akıl, hakikat, bilgi, iletişim, anlayış, açıklık, eleştiri ve özgürlük gibi pek çok şemsiye kavramla bağlantılıdır (Barnett, 2008, s. 60). Üniversitenin uzun bir geleneğin birikimi üzerine kurduğu değerlerin salt ekonomik hedefler doğrultusunda “girişimci” bir ruhla dar bir anlayışa hapsedilmesi üniversitenin geleneksel değerlerinden koparılması anlamına gelmektedir. Geleneksel değer olarak toplumun düşünmesi için kaynak aktardığı üniversite mecrasının piyasanın bir bileşeni olarak hareket etmesi gerektiğini ileri süren eğilimler açısından üniversitenin ontolojik, epistemolojik, iletişimsel ve kamu yararı değerleri göz ardı edilmektedir. Oysa toplumsal sosyalizasyon süreçlerinde iyi bir yurttaşın yetiştirilmesi, dünyayla olan ilişkide rasyonel değerler çerçevesinde dünyayla bağın kurulması, estetik değerlerin geliştirilmesi temelleri üzerine kendini topluma kabullendiren üniversite anlayışının güç ve iktidar yapılarından azade verimlilik, rekabet, girişimcilik anlayışıyla yeniden yapılandırılmaya çalışılması eleştirel düşüncenin de gerilemesine yol açmakta ve piyasanın taleplerine uygun yeni bir akademik kültürün hegemonik hale gelmesine neden olmaktadır. Nalbantoğlu'nun ifadesiyle fayda eksenli anlayışın üniversiteye sirayet etmesi “fikirlerle yaşamak” geleneğinin karşısına “ne işe yarar” anlayışının yerleştirilmesi anlamına gelmektedir:

Günümüz kitle üniversitesi'ne özgü sözümona demokrasi altında eski *universitas scholarum* ve *universitas literarum* ile Von Humboldt'un despotik ulus-devlet boyunduruğunda da olsa hayata geçirilmesinde büyük rol oynadığı üniversite idealinin vazgeçilmez unsuru "fikirlerle yaşamak" (Gadamer) neredeyse çökerken, pazara indeksli yetkinlik sayılamayacak dar 'uzmanlaşma' ve pratik 'ne işe yarar' (*cui bono*) düşüncesinin 'yükselen değerler' oluşturmamasından sorumlu yeni koşullar üniversiteleri de pençesine almaya başladı. Yeni yetişen fikir işçilerinden giderek beklenen de onların bağımsız düşünmesi değil, çerçeveleri tanımlı ve çoğu zaman hem ulusal hem de uluslararası devlet ve özel teşebbüs çıkarlarına güdümlü araştırmaları gerçekleştiren insan-makineler ordusu saflarında yer alarak, sınırlı becerilerini bu ulvî amaçlar doğrultusunda seferber etmeleri. "Beyaz yakalı işçi"ler ordusundan söz ediyorum; o mükemmel oturan Amerikanca deyişle, üniversitede bilim çalışmanı bile olsa, zorunlu bir yanılısamayla kendini daha yüksekte konuma bile yerleştirirse, gene de "*white-collar worker*"(Nalbantoğlu H. , 2009, s. 59-60).

Neoliberal ideolojinin erekleri çerçevesinde üniversitenin girişimci bir anlayışla yapılandırılması eğitimin niteliği üzerine tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Neoliberal ideoloji ile eğitimin bütünsel bir anlayışla sermayenin hizmetine sokulduğu, eğitim süzgecinden geçen bireylerin neoliberal rekabetçi yurttaşlara dönüştüğü, girişimci ve kariyer odaklı müfredatların oluşturulduğu dile getirilmektedir (Evans, 2007). Diğer açıdan eğitimin kötü etkilerine karşı eğitimi bağımsız yargı gücünün geliştirilmesi çerçevesinde değerlendirilenler açısından hümanist öğretilerin merkezde olduğu, kişilik eğitiminin öncelendiği bir eğitim anlayışının gerekliliği öne sürülmektedir (Russell, 1999). Eğitim anlayışını erdemlerin geliştirilmesi üzerine düşünen Russell, eğitim anlayışında pratik bilgiyi ve mesleki öğretiyi dışlamamasına karşın eğitimde kültür dizgelerini ve hümanist öğretileri merkeze alarak eğitim fikrini ele alır. Belli bir dereceye kadar pratik öğretiyi savunan Russel, "eğitimde, beyni doğrudan pratik yararı olan bilgi ile doldurmayı mı amaçlamamız gerekir, yoksa çocuklarımıza kendi içinde iyi olan zihinsel edinimler mi vermeye çalışmalıyız? (Russell, 1999, s. 18) Sorusuyla eğitim anlayışında pratik bilgi ile kişiliğin gelişimini hedefleyen bilgi türlerini karşılaştırarak eğitim mecrasına eleştirel bakılmasının gerekliliğini öne sürer. Belirli bilgi dizgelerinin ortalama herkeste bulunması gerekliliğini savunan Russell eğitimi "çağın düzeyinde yaşamak" (Gasset, 1998, s. 39) anlayışıyla düşünür ve kültür eğitimini ve hümanist öğretileri eğitimin merkezine alır. Gasset de "Üniversite Misyonu" (1998) çalışmasında üniversite anlayışının gittikçe birbiriyle öykünerek türdeş bir görünüm kazandığını ileri sürerken pratik bilgi ile kültür dizgeleri üzerine fikirlerini dile getirir. Gasset'e göre pratik bilgi yolu ile insan kültür edinemez; sadece bilgi sahibi olabilir. Kişinin çağın düzeyinde yaşamayı olanaklı kılabilen, yaşadığı çağla sağlıklı ilişki kurabilecek eğitim anlayışı ancak kültür eğitimi ile mümkün olacaktır. Ancak pratik bilginin yükselişi kültürel eğitimle ters oranlı bir yarışa girmiştir. Mesleki bilgiyle donatılmış ancak kültürel bilgi dizgelerinden yoksun yeni eğitim anlayışı "...her zamankinden daha bilgili, ama her zamankinden daha kültür fukarası bir mühendis, doktor, avukat, bilim (Gasset, 1998, s. 40) adamı yetiştirmektedir.

Üniversite ekosisteminde faydacı ideolojinin neoliberal politikalar ve küreselleşme ile 1990 sonrası gittikçe hegemonik hale gelmesi üniversite fikri üzerine tartışmaların yoğunluğunu arttırmıştır. Özellikle üniversitenin kapitalist üretimin bir bileşeni olmaya doğru itildiği 1990'ların başında üniversite "akademik kapitalizm" şemsiyesi altında eleştirilmeye başlandı. Yükseköğretimin kapitalizmin ihtiyaçlarına yönelik olarak yeniden yapılandırılması "akademik kapitalizm" (Slaughter & Rhoades, 2000, s. 74) tartışmalarını gündeme getirdi ve üniversite çağdaş kapitalizmin önemli bir bileşeni olarak "edu factory" tanımlamasıyla anılır hale geldi.

2. Yükseköğretimde Nitelik Kaybı

Refah devleti uygulamalarına değin üniversite anlayışının elitist bir kimliğe sahip olması 1960 sonrası toplumsal taleplerin artışı ile üniversite anlayışında zamanla kitleselleşmeyi meydana getirmişti. Üniversite anlayışının kitleselleşmesine paralel kapitalist üretim süreçlerine eklemlenmesiyle de üniversitenin yüksek kültürün mekânı olarak anılmasını aşındırmıştır (Aslan: 2015, Değirmencioglu: 2015, Önen: 2015, Nalbantoğlu: 2003, Bok: 2007, Dağtaş: 2011, Delbanco: 2020, Dönmez: 2011, Ercan: 1998, Ünal: 2011, Uzunyayla ve Ercan: 2011, Özüğurlu: 2011, Özgün: 2011, Bacevic: 2017, Giroux: 2017, Bennet: 2017, Kurtoğlu: 2017, Gür: 2016, Kavas: 2021, Tetchler: 2019, Delanty: 2019). Küresel sermayeye eklemlenme ve küresel rekabet piyasasında rekabetçi girişimci özneleri yetiştirme müfredatlarının yürürlüğe girmesi yükseköğretimin muhalif kimliğini aşındırmakla kalmamış, üniversiteyi özel bir mal üreten işletmeye dönüştürmüştür (Woodman, 2016, s. 41). Oysa modern üniversite anlayışında üniversite özerk kimliği ile hakikatin peşinde koşan, bilgiyi kendinde bir amaç olarak gören misyonuyla hareket etmekteydi. Derrida modern üniversite anlayışını şu şekilde özetlemektedir:

Üniversite *hakikati söylemek için*, yargı vermek ve terimin en titiz anlamıyla eleştirmeyi doğru ile yanlış arasında ayırım yapmak ve karar vermek için oradadır; ve aynı zamanda adil olan ile olmayan, ahlaki olan ve olmayan arasında karar verme hakkına da sahip olduğunda ise bu akıl ve yargı verme özgürlüğü de ima edildiği ölçüdedir” (2017, s. 34-35).

Modern anlayışta üniversite fikri özgürlük ve yurttaşlık hakkı temelinde ele alınmaktaydı. Alman *bildung* felsefesi üzerine kurulan üniversite insanın özgürlükle ilişkisi bağlamıyla düşünülüyordu. Kısaca üniversite eğitimi, insanın uygarlıkla ilişkisi üzerinden değerlendirilmekteydi. Stuart Mill de üniversiteyi özgür spekülasyon yeri olarak görmekte ve üniversite eğitimini teknik bilginin ötesinde uygarlaşma bağlamıyla ele almaktaydı:

Bir üniversitenin ulusal eğitimdeki özel işlevi, oldukça iyi anlaşılmalıdır. En azından, bir üniversitenin ne olmadığı konusunda oldukça geniş tabanlı bir uzlaşma bulunmaktadır. Burası, bir mesleki eğitim yeri değildir. Üniversite, insanlara belli başlı iş kollarında geçimlerini kazanabilmeleri için gerekli olan bilgileri öğretmeyi amaç edinmez. Üniversitelerin amacı, becerikli avukatlar, hekimler ya da mühendisler ortaya çıkarmak değildir, yetenekli ve kültürlü insanlar ortaya çıkarmaktır. Evet, meslek öğrenimi için kamu kurumlarının bulunması pek yerinde olur. Hukuk ve tıp okullarının bulunması çok iyidir. Mühendisliğe ve endüstriyel sanatlara yönelik okullar olsaydı çok iyi olurdu. Bu tür okulların bulunduğu ülkeler, öteki ülkelere büyük ölçüde daha iyi durumdadır. Kurallara uygun bir biçimde eğitime adanmış kurulların aynı yörede bulunmaları ve aynı genel denetim ve gözetimin altında olmalarının yararı ile ilgili pek çok söz söylenebilir. Ancak bunlar, uygarlığın ve onun değerinin altında yatan, her kuşağın bir sonraki kuşağa borçlu olduğu şeyin bir parçası değildir (Mill, 2021, s. 35)

Üniversitenin özgür spekülasyon merkezi olarak düşünüldüğü, muhalif ve entelektüel kültürün kendini sergilediği, hakikat arayışının kendinde bir amaç olarak düşünüldüğü yaklaşımının girişimci üniversite anlayışı ile tasfiye edilmeye çalışılması üniversite mecrasını kapitalist ilişkiler sisteminin çerçevesi içinden yeniden ele almaya neden olmuştur. Bu bağlamda Derek Bok, üniversitenin piyasa ortamındaki sürecine odaklanırken yükseköğretim alanında ticari faaliyetlerin artışı ve üniversitenin piyasaya eklemlenmesini analiz ettiği “Piyasa Ortamında Üniversiteler” (2007) çalışmasında piyasaya eklemlenmenin miladını 1980 sonrası neoliberal politikalar dönemine dayandırır. Piyasanın bilgi talebine yönelik Amerikan üniversite anlayışının kendini yeniden kurgulayarak ticari değeri olan çalışmalara fon sağlama ve ekonomik büyümeye yönelik olarak beşerî sermaye anlayışının yaygınlık kazanması üniversitenin girişimci misyonla dönüştürülmesine neden olmuştur. Ayrıca piyasanın rekabet ve esneklik talebinin sürekli bir eğitimi zorunlu kılması da üniversitenin piyasanın değişen doğasına yönelik olarak sertifika programları hazırlamasına, eğitim programlarının piyasanın talebine göre sık sık yenilenmesine yol açmıştır. Dolayısıyla eğitim

programlarının hazırlanması toplumun meşru çıkarlarına göre değil piyasanın çıkarına göre şekillenmektedir. Yükseköğretimdeki ticarileşmeyi Bok (2007) şu kaygılarla dile getirmektedir:

Ticarileşme, akademik camiadaki meslektaşlık ilişkisinin ve güvenin altını oyup, önceden mevcut olmayan bölünme ve gerilimler yaratabilir. Geleneksel akademik görevler için büyük çaba sarf eden hocalar, yeni bir iş kuran ya da zamanının büyük kısmını danışmanlığa ayıran meslektaşlarına öfke duyacaktır. Beşerî bilimciler kendilerine yeterince değer verilmediğini düşünecektir. Akademik kadroyla idare arasında, patent gelirlerinin paylaşımı ya da bir hocanın kurduğu ama kısmen okulun fonladığı bir şirketin idaresi konularında çatışmalar baş gösterecektir. Üstlerini kendi fikirlerini çalıp, çıkar uğruna bir şirkete satmakla suçlayan lisansüstü öğrencileri çıkabilir. Bir şirketin sponsor olduğu bir bölümde, gizlilik kuralları dayatan bir meslektaşlarını suçlayan bilim adamları olabilir (Bok, 2007, s. 112)

Üniversitenin girişimci ideolojinin ereklerine göre yeniden yapılandırılması üniversitenin entelektüel hedeflerinin ne olduğu tartışmalarını da beraberinde getirir. Ulus devlet öncesi bir kurum olarak üniversite “modern kamusalığın en önemli kuramlarından biridir” (Dellaloğlu, 2020, s. 109). Avrupa’da üniversitenin genetiğinde sivilizm vardır, sokak vardır. Hatta üniversite var olabildiği için ulus-devlet mümkün olabilmıştır. Çünkü üniversitenin kültürel olarak inşa ettiği kamusallıkla pişen bireyi daha sonra ulus-devlet kendisine yurttaş edinecektir. Bu nedenle ulus-devlet üniversiteyi tanır ve onu baş tacı eder. Modernleşme toplumlarında ise üniversiteler mecliste yasayla kurulurlar. Yani aslında soykütükte, fitratta bir sorun vardır. Üniversiteler, önce sivil alanda kurulur sonra devlet onu tanır, yani önünde eğilir. Modernleşme toplumlarında ise, üniversiteler iktidarın önünde eğilirler. Orta çağda üniversite, suç işlemiş öğrencisini ve hocasını kendi yargılayabiliyordu (Dellaloğlu, 2020, s. 109). Üniversite tarihsel süreçte mücadele sonucu elde ettiği özerklik gücü ile itibar ve güven noktasında güçlü bir gelenek oluşturmuştur. Lakin çağdaş dünyada üniversitenin piyasaya eklemlenmesi üniversitenin politik söz söyleme hakkını da yerinden etmiştir. Bugün üniversiteler itibar ve güven şoku yaşamaktadırlar. Üniversite iş birliği yerine rekabet ile birbiriyle yarıştırmakta ticari kaygılar çerçevesinde idari ve akademik örgütlenmeyi gerçekleştirmektedirler. “Kâr güdüsü bir şekilde bu çıkmazın aşılmasını ve daha üst kalitede eğitime ulaşılmasını sağlayabilir mi? Pek sayılmaz. Kâr güçlü bir saik olsa da her zaman en kaliteli sonucu veren bir saik değildir. Kâr müşteri ne istiyorsa onu verir. Oysa bu iki sonuç her zaman örtüşmeyebilir. Kâr güdüsünün, mümkün olan en iyi eğitimi sağlaması için, üç koşul karşılanmalıdır. Öğrenciler gerçekten neye ihtiyaç duyduklarını bilmelidir. Mevcut alternatifleri değerlendirebilmeli ve doğru seçimler yapabilmelidirler. Nihayet, onların tercihleri toplumun ihtiyaçlarıyla oldukça makul bir biçimde örtüşmelidir; çünkü eğitimin önemli amaçlarından biri insanları toplumun ortak refahına etkili bir katkı sunacak hale getirmektir” (Bok, 2007, s. 159). Oysa bugün üniversite müfredatları rekabetçi girişimci neoliberal bir kültürün hegemonik hale gelmesi çerçevesinde yapılandırılmaktadır. Güçlü ve kurnaz olanın ayakta kaldığı, piyasanın talepleri dışında kalanların ise ıskartaya çıkarıldığı yeni bir ahlaklaştırılmış özne tipolojisi yetiştirilmektedir. Bourdieu (2017) sosyal-Darwinizm ideolojisine dayanan bu rekabet ortamını şöyle özetlemektedir:

Neoliberal ideolojinin gücü aslında bir çeşit sosyal-Darwinciliğe yaslanmasından geliyor: Harvard’da da dendiği gibi "en iyi ve en parlak" olanlar kazanır (Nobel İktisat Ödülü sahibi Becker, iktisat dünyasının temsilcilerine yakıştırdığı rasyonel hesaplama yetisinin temelinde Darwincilik olduğu düşüncesini geliştirdi). Egemenler enternasyonalinin küresel bakış açısının temelinde bir yeteneklilik felsefesi yatıyor: En yetenekliler yönetir ve iş sahibi olur, dolayısıyla iş sahibi olmayanlar yetenekli değildir. *Kazananlar ve kaybedenler* vardır; devlet soyluları olarak adlandırdığım bir soylu sınıfı var: Ortaçağ’daki anlamıyla soyluluğun bütün ayrıcalıklarına sahip olan ve nüfuzlarını eğitime, yani onlara göre zekâya, Tanrı’nın bir lütfu olarak düşünülen fakat bildiğimiz üzere gerçekte toplum tarafından toplumsal birer eşitsizlik olarak dağıtılmış zekâya borçlu olan insanlar bunlar. Yetenek ideolojisi, efendi ile köle arasındakine az çok benzeyen bir karşıtlığı meşrulaştırmaya son derece uygun: Bir tarafta, az rastlanır ve yüksek ücretli faali yet ve

becerileri olup işverenini seçebilecek (diğerleri ise en iyi ihtimalle işverenleri tarafından seçilir) ve uluslararası iş piyasasında çok yüksek kazançlar elde edebilecek konumda bulunan fazlasıyla meşgul kadınlar ve erkekler (bir değil dört ömürde bile harca- yamayacakları akla hayale sığmaz gelirler elde eden, bir uçaktan diğerine atlayarak dünyayı kateden bu üst düzey çiftler üzerine çok iyi bir İngilizce inceleme okudum); diğer tarafta da geçici işlere veya işsizliğe mahkûm edilmiş yığınlar (Bourdieu, 2017, s. 55-56)

Bu yığınlar, prekarya ordusunun tehlikeli sınıfını oluşturmaktadır. Prekaryalaşmak, güvencesiz bir varoluş içinde yaşamaya neden olan baskılara maruz kalmak ve bu deneyimlerin içinden geçmek demektir ve iş ya da hayat tarzı ile elde edilen güvenli bir kimlik ya da gelişme hissi yoktur (Standing, 2015, s. 36). Güvencesiz çalışma kültürünün gelişmesi neoliberal ideolojinin yaygınlık kazanmasıyla beraber küresel ölçekte zaman içinde hegemonik hale gelerek risk toplumu anlayışının meşrulaştırılmasına sebep olmuştur. Prekarya çalışma kültürü “gig economy” olarak tarif edilen parça başı, esnek çalışmaya dayanan üretim ilişkilerinin de yaygınlaşması anlamına gelmektedir. “Aydınlanma'nın derslerinden birisi ise insanın kaderini Tanrı ya da doğal güçlerin değil, insanın kendisinin kontrol etmesi gerektiğini söyler. Prekaryaya da piyasa güçlerine cevap vermesi ve sürekli olarak değişen koşullara ayak uydurması gerektiği anlatılıyor” (Standing, 2015, s. 48). Özellikle prekarya emek piyasasına yönelik, üniversite kamu malı olarak bilgi üretme yerine piyasa malı olarak bilgi üretim süreçlerine girmekte, prekarya ideolojisini yeniden ürettiği mekanlara dönüşmektedir (Tekeli, 2011, s. 145). Üniversitenin neoliberal değerler sistemi ile yeniden yapılandırılması üniversitelerde türdeşmeye yol açarken. “bu süreç *üniversitelerin MacDonalddlaştırılması* olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Bundan kastedilen, üniversitenin en kötü Fordist fabrika vb. haline gelmesidir. Bu amaçla öğretim kadroları ve öğrencilere insani olmayan ilişkiler biçilmektedir” (Tekeli, 2011, s. 153). Üniversiteler istatistiklere dayalı olarak birbirleriyle karşı karşıya getirilir (Barnett, 2008, s. 119). Üniversite örgütlenmesi rekabetçi neoliberal piyasanın kavramları çerçevesinde yapılandırılırken, öğrenciler müşteri, akademisyenler ise temsil hakkı ve özerklik gücünden yoksun pasif bilim insanlarına dönüştürülüyor. Ortak payda iş birliği ve dayanışma kültürü yerine, sosyal Darwinizmin ideolojisine dayanan, rekabet yüceltilerek müfredatlara girişimcilik kültürü güç ve iktidar odaklarından bağımsız bir şekilde müfredatlarda yer alıyor. “Hırsla, hayatın temelde tüketime, etkinlikleri kâr getiren amaçlara “yönlendirmek”le elde edilmek istenen sonuçların bedellerini ödemekle ilgili olduğuna ilişkin kavrayışa karşı olumlu bir tavır besler. Akademi giderek hem böyle “insani” nitelikli, hem de ticaret, sanayi ve teknoloji dünyasının istediği türden pazarlanabilir mallar üretmeye teşvik edilmektedir (Evans, 2007, s. 104). Hoca-öğrenci ilişkisinin yeni şirket hiyerarşileri altında ‘müşteri’ hizmetlerine dönüştüğü, bilimlerin disiplin duvarları arkasına çekilerek yekdiğeriyle iletişimsizlik içine düştüğü ve ‘uzmanlaşma’yla birlikte gelen ‘ne işe yarar’ın Von Humboldt’un üniversite idealinin (‘fikirlerle yaşamak’) yerine konduğu yeni cesur dünyada. Kısacası Gadamer’in modern üniversitede üç tür yabancılaşma olarak gördüğü Universitas scholarum’un ve Universitas literarum’un çöküşleri, buna karşın *cui bono*’nun (neye yarar) yükselişi (Nalbantoğlu H. , 2009, s. 89). Dolayısıyla girişimci üniversite modelinin demokratik ve eşitlikçi bir kamusallığa hizmet edip etmediği büyük bir soru işaretidir. Bunun yanında, “...iş dünyası üniversiteleri, kendi araştırma ve geliştirme etkinliklerini doğrudan uygulayacak entelektüel kaynaklara sahip odaklar olarak görmektedir. Daha uzun vadede ise, devlet araştırmayı ülkenin bilgi ekonomisindeki konumunu yükseltecek kilit bir unsur olarak görmektedir” (Barnett, 2008, s. 225). Üniversitenin iş kültürünün bir ileri karakoluna indirgenmesiyle yaşayabilir her kamusal alanın eşzamanlı yitimi, öğretim görevlilerini ya da -demokrasinin kaderiyle ilgilenmeseler de- yükseköğrenimin amacı ve anlamıyla ilgilenenleri etkilemesi gereken ciddi bir siyasi ve pedagojik kaygıyı temsil ediyor (Giroux, 2016, s. 120).

ARAŞTIRMANIN AMACI

Ekonomi politik bir proje olarak neoliberalizmin küresel ölçekte yaygınlık kazanmasıyla beraber üniversite örgütlenmesi de yaşanan dönüşüme kayıtsız kalmadı. Anglo-Amerikan bir örgütlenmeyi tarif eden girişimci üniversite modeli neoliberal akılsallık çerçevesinde neoliberal politikalara uyumlu bir görünüm kazanarak küresel ölçekte zaman içinde hegemonik hale geldi. Üniversitenin girişimci bir ruhla kuşatılarak neoliberal erklere uyumlu bir dönüşüm geçirmesi üniversitenin geleneksel değerlerden uzaklaşmasına da yol açtı. Ontolojik olarak akıl, epistemolojik olarak da “hakikat arayışı” üzerine kurulan modern üniversitenin akademik, idari ve mali örgütlenmesinin girişimci ideolojinin ereklerine göre yeniden yapılandırılması üniversitenin şirket ideolojisini taşıyan bir görünüm kazanmasına yol açmıştır. Performans, verimlilik, rekabet ve projecilik anlayışına dayanan girişimci üniversite örgütlenmesinde piyasanın ihtiyaç ve talepleri üniversitenin nasıl bir pozisyon alacağını belirlerken üniversite-toplum ilişkisi de yeni bir zemine oturmuştur. Modern üniversite anlayışına karşın girişimci üniversite anlayışında sermaye ile kurulan ilişki neticesinde üniversite piyasanın gözüyle dünyaya bakmakta, piyasanın değerleri ile akademik niteliğini belirlemektedir. Bir bakıma üniversitenin iletişimsel dili piyasanın dili çerçevesinde kurulmakta, yüksek kültür yerine popüler kültür aklı üniversiteye egemen olmaya başlamaktadır. Üniversitenin yüksek kültür yerine piyasa diliyle toplumla buluşması üniversitenin nitelik kaybı yaşamasına da neden olmakta böylece üniversite yaratıcı, eleştirel kültürün merkezi konumundan uzaklaştırılmaktadır. Çünkü tarihsel süreçte üniversite toplumsal zekanın gelişmesi ve demokrasi kültürünün yaygınlaştırılması misyonuyla meşruluk zemini elde etmişti. Öyle ki hümanist öğretiler üzerine kurulan modern üniversite anlayışı yurttaş bilincinin geliştirilmesi, hak ve sorumluluk duygusunun toplumsal alanda yaygınlaştırılması hedefiyle örgütlenmişti.

Şirket bilincini içinde barındıran Anglo-Amerikan modeli olarak dile getirilen girişimci üniversite, sermayenin çıkarlarına yönelik yapılandırılırken, üniversiteyi araçsal bir konuma getirerek daha demokratik bir kültürün inşasında üniversitenin sahip olduğu gücü zayıflatarak, toplumsal ve evrensel yararı, etik sorumluluk duygusunu da aşındırmaktadır. Üniversitenin toplum adına yerine getirdiği işlevlerin zayıflaması, rekabetçi kültürü hegemonik hale getirirken, akademik camia açısından piyasa koşullarına eklemlenme zorunlu bir performans baskısını da dayatmaktadır. Üniversiteye sağlanan devlet finansmanının azalması, yükseköğretimi piyasa ile bütünleşmeye yönlendirmekte, performansın da piyasanın gerçekliğiyle örtüşmesine neden olmaktadır. Bu çerçevede piyasanın ihtiyaçları ve taleplerine yönelik eğitim içerikleri hazırlanmakta ve akademik performans piyasanın aklıyla kendini kurgulamaktadır. Performans kolektiviteleri de zayıflatırken, akademik kültürün dayanışmacı ruhuna da ket vurmaktadır. Şirket ve yönetim ideolojisi değerleriyle üniversite varlığının kuşatılması, standartlaşmış programları, benzer akademik yapılanmayı oluşturmada, farklılık yerine yükseköğretimde birbiriyle öykünen, homojenleşen bir üniversite kültürünü çoğaltarak kültürel alanın standardize edilmesine neden olmaktadır. Özellikle üniversitenin prestij ve tanınırlık adına yürüttüğü reklam stratejilerinin kendini popüler kültür ideolojisi ile sunması üniversiteyi eleştirel kültürel kamusal alan misyonundan uzaklaştırmaktadır.

Türkiye yükseköğretim alanı da yaşanan girişimci üniversite modeline vakıf üniversitelerinin kurulumuyla eklemlenme sürecine girmiştir. Vakıf üniversitelerinin varlığının zaman içinde yükseköğretim alanında hacimsel olarak önemli bir konuma gelmesi Türkiye üniversite-toplum ilişkisinin boyutunu da değiştirmiştir. Üniversite geleneğinin rekabet ve girişimci ideolojinin ereklerine uygun yeniden yapılandırılması üniversite anlayışının kitleselleşmesine ve üniversite misyonunun salt ekonomik erekler çerçevesinden yeniden örgütlenmesine neden olmuştur. Yükseköğretimde kitleselleşme beraberinde üniversitenin iletişimsel dilinin de dönüşüme uğramasına yol açmıştır. Üniversitenin ticari

saiklerle toplumla kurduğu iletişimin niteliği geleneksel değerlerin aksine imaj ve görünürlük adına popüler kültürden faydalanmaya yol açmıştır. Bir bakıma üniversiteler özellikle de sermaye tarafından yönetilen vakıf üniversiteleri reklam ve tanıtım kampanyalarını ticari bir faaliyet stratejisi olarak ele almakta ve üniversitenin görünürlük değerini bir şirket gibi yöneterek popüler kültür ideolojisi çerçevesinde tanıtım faaliyetlerini yürütmektedirler. Görünürlük ve prestij adına üniversitenin kitlenin diliyle toplumla iletişim kurması popüler kültür göstergelerinin akademik değerlerin önüne geçmesine neden olmaktadır. Şöyle ki üniversite toplumla ilişkisinde akademik değerler yerine popüler kültür sembolleri kullanarak üniversite kimliğini toplumla buluşturmayı hedeflemektedir. Özellikle girişimci üniversite ideolojisinin en yoğun yaşandığı vakıf üniversitelerinde süregelen örgütlenme yapısı üniversite anlayışını bir şirket modeli olarak düşünmekte ve üniversiteyi piyasanın bir paydaşı olarak yönetmektedir. Bu bakımdan vakıf üniversiteleri iletişim kampanyalarını oluştururken en sık başvurdukları yöntem popüler kültür ideolojisidir. Üniversitenin geleneksel değerleri ve birikimiyle hiç bağdaşmayan şahısların üniversiteye getirilerek medya yoluyla reklam stratejileri oluşturmaları verilebilecek en sık örneklerdir. Üniversitenin popüler kültüre eklenmesi üniversitenin popüler kültür mekânı olarak da dönüşüm geçirmesine yol açmıştır. Herhangi bir akademik vasa ya da entelektüel yeteneğe haiz olmayan kişilerin sırf toplum tarafından popüler olarak kabul edilmesi nedeniyle üniversitelere davet edilip onlara konferanslar verdirilmesi üniversiteyi özelde de vakıf üniversitelerini popüler ideolojinin hizmetine sokmuştur. Bir bakıma üniversite meşruiyetini evrensel akıl yerine popüler kültür ideolojisine dayandırmaktadır. Fikirlerle yaşamak, dünyayı daha hakiki hale getirmek misyonu ile tarihsel süreçte meşruiyet elde eden üniversitenin gittikçe kamusal yarar ereğinden uzaklaşması daha demokratik bir toplumun inşasına yönelik üniversitenin misyonunu sarsmaktadır. Neticede üniversite toplumsal çelişkilerin en şiddetli şekilde ele alındığı ve toplumsal alanın güç ve iktidar merkezli okunduğu eleştirel kamusal bir mecra olarak düşünülmekteydi. Oysa üniversitenin bugün belirtilen geleneksel misyonunda uzaklaştırılması üniversitenin toplumsallık adına oynadığı işlevi de sorgulanır hale getirmektedir. Üniversitenin eleştirel kimliğinin popüler kültür ideolojisi ile kuşatılması toplumsal çelişkilere karşı bütüncül ve tutarlı itirazların zayıflamasına yol açmaktadır. Bir bakıma üniversitenin popüler kültür değerleriyle görünürlük kazanması toplumsal alanın çelişkili yapısının pekiştirilmesi anlamına gelmektedir. Bu çerçevede bu çalışma üniversite anlayışının girişimci ideolojiyle değişen ontolojik ve iletişimsel varlığına odaklanarak vakıf üniversitelerinin popüler kültür mekanları olarak işlevsel yönünü ele almaktadır. Girişimci üniversite anlayışı ile yükseköğretimde yaşanan nitelik kaybını popüler kültür ideolojisi ile göstermeye çalışan bu çalışma çağdaş dünyada üniversite anlayışının geleneksel kodlarından uzaklaştırılarak bir kimlik krizi ile karşı karşıya geldiğini ifade etmekte, demokratik kültürün yaygınlaştırılması adına üniversitenin geleneksel değerlerinin korunması gerektiğini savunmaktadır.

YÖNTEM

Araştırma Yöntemi

Bu araştırma üniversite toplum ilişkisinde popüler kültürün yükselişini gösterme amacıyla nitel analiz çerçevesinde internet üzerinden elde ettiği görsel örneklemeler üzerinden eleştirel söylem analizi yaparak üniversitenin gittikçe popüler kültür ideolojisiyle kuşatıldığını göstermeye çalışmaktadır. Üniversite mecrasının girişimci üniversite ideolojisine eklenmesiyle başlayan yeni akılsallık zemininde üniversitenin iletişimsel yönü akademik, değer ve entelektüel birikimden ziyade popüler dil mecrasına kaymaktadır. Bu açıdan üniversitenin toplumla ilişkisinde oluşturduğu yeni bir dilsel dönemeç süreci yaşanmaktadır. 21. yüzyıl üniversite anlayışının geleneksel entelektüel değerlerinden ödün vererek

oluşturduğu toplumsal yeni iletişim süreçleri popüler kültür ve imgelerine yaslanırken üniversiteyi politik gücünden ve eleştirel misyonundan uzaklaştırmaya neden olmaktadır. “Üniversitenin dayanak noktası sayılan kavramsal temellerin yok olması nedeniyle, ‘üniversite’ olarak bilinen kurum dağılma tehlikesiyle karşı karşıya bulunmaktadır; ancak bu temeller ufalanarak yok olmamış, yerine başka temeller yerleştirilmiştir” (Barnett, 2008, s. 190). Bu yeni değerler dizgenin başat aktörü popüler kültür ideolojisidir. Bu açıdan yaşanan bu dönüşümü gösterme adına üniversitenin popüler şahsiyetler üzerinden oluşturdukları reklam ve tanıtım stratejileri bu analizin çerçevesini oluşturmaktadır. Üniversiteler popüler dünyada tanınan kişileri kariyer ve tanıtım günleri gibi faaliyetler kapsamında reklam yüzü olarak kullanarak toplumla kurduğu iletişim süreçlerini akademik zeminden popüler zemine doğru kaydırmaktadır. Bu çerçevede Anglo-Amerikan modeli olarak tarif edilen girişimci üniversite anlayışının hegemonik hale gelmesiyle piyasa odaklı bir üniversite örgütlenmesinin talep edilmesi üniversiteyi yüksek kültür değerinden uzaklaştırarak popüler kültür mekanlarına dönüştürmeye başlamıştır. Bu açıdan araştırma bu dönüşümü somut görsel örnekler üzerinden eleştirel söylem analiziyle göstermeye çalışmaktadır.

Eleştirel Söylem Analizi

Modern tarihin başlangıcı olarak görülen Aydınlanma projesi, düşünsel bir kırılmasına yol açarak insanlık tarihinin Tanrı merkezli bir dünya anlayışından insan merkezli bir dünya anlayışına evrimi anlamına gelmektedir. Aklın merkeze alındığı, duyuşal ve akıl merkezli hakikat arayışının yeni bir değer olarak görüldüğü düşünsel bir sıçrama olarak Aydınlanma ve Modernite hareketlerinin 20. yüzyılın ilk dönemlerinde birey ve toplum üzerinde yeni sorunlara yol açması nedeniyle eleştiriye tabi tutulmuş ve eleştirel kuramların doğuşuna yol açmıştır. Eleştirel kuramlar açısından Aydınlanma hareketi ve modernitenin insanlığa vadettiği efsane ve mitlerden arınma, daha eşitlikçi ve demokratik bir toplum yaratma ideali zaman içinde çökmüş, aklın araçsallaşması sonucu doğaya ve bireye hükmeden bir totaliterlik anlayışı belirlemiştir. “Nesnel aklın ürettiği bilgi, aklın kendi otonomisinin sonucu olduğundan başka bir şeyin aracı değil, kendinde bir amaçtır. Buna karşılık araçsal aklın ürettiği bilgi ise, fayda, çıkar ve tahakküm üçlemesinin belirlenimi altında kendisine dışsal bir amacın hizmetindeki bir araç olarak kullanılır. Temelleri ve işleyişleri bakımından araçsal aklın kullanımına bağlı olan modern bilimler, bilmek, anlamak ve ereklerin rasyonel geçerliliğini sağlamak durumunda olan bilimler değil, insanın karşılaştığı sorunlara somut pratik çözümler üretmek durumunda olan teknik bilimlerdir. Modern teknik bilimler için önemli olan, bilgi ve anlamın elde edilmesi değil, pratik sorunlara somut çözümler üretmektir” (Çörekçioğlu, 2003, s. 220).

“Aydınlanmanın diyalektiğinde araçlar amaçları kendilerine bağlı kılmış, doğa üzerindeki tahakküm insan üzerindeki tahakküme dönüşmüş ve üretici güçler yıkıcı güçlere dönüşmüştür. Teknobilimsel güçleri sayesinde sonsuz arzular yaratıp bunları doyuran sermaye, Marcuse’un “tek boyutlu insanını”, sistemin sınırları dışında düşünemeyen hatta algılayamayan bir özneyi yaratacak kadar kapsamlı bir denetim kurmuştur” (Dyer-Witthford, 2004, s. 75). Araçsal aklın devreye sokulması yeni bir yabancılaşma kültürü yaratarak kültürel üretimi teknik yararlılık ve kişisel çıkarın hizmetine sokmuştur. Bu açıdan bireyi sarmalayan göstergelerin, söylemlerin, iletişim pratiklerinin yeni bir dil ve anlayışla ele alınması gerekmektedir. Bu çerçevede kültürel üretim pratiklerinin güç ve iktidar aklı ekseninde ideoloji ve söylemsel düzlemle analizi eleştirel kuramların çalışma alanını işaret etmektedir. Kısaca kültür, dil, ideoloji ve simgesel olanın toplumsal cinsiyet, toplumsal sınıf, iktidar ve etnisite gibi değerler etrafından yeniden keşfi söz konusudur. İşte bu kerte eleştirel söylem analizi dilin ve göstergelerin işlevini, toplum ve iktidar için ne anlama geldiğini göstermeye çalışan, kavramsal içeriğini kültür, ideoloji ve söylem çalışmaları literatüründen oluşturan

interdisipliner bir metodolojiyi ifade etmektedir. Kısaca Hall'ın ifadesiyle “semiyotik bir oyunun kirliliği” (2008, s. 88) üzerine düşünen ve bu göstergelerin ideolojik yönünü deşifre etmeye çalışan kültürel çalışmalar ve söylem çalışmaları literatüründen beslenen özne ve gösterge arasındaki ilişkiyi iktidar ve güç merkezli okuyan çalışmalar bütününe işaret etmektedir. “Bu anlamda eleştirel kuram, insanların maddi çevreleriyle etkileşimine odaklanmasıyla, maddi kaynaklar üzerindeki eşit olmayan komuta ve böylesi eşitsizliğin simgesel çevrenin doğasına ilişkin sonuçlarıyla” (Golding & Murdock, 2014, s. 52-53) ilgilenir. “Eleştirel kuram ekonomi politik, iktidar oyunu ve toplumsal ilişkiler dizileriyle” (Golding & Murdock, 2014, s. 54) üretim ve üretim ilişkileri, kültür katmanlarını ele alır.

Kişisel deneyim alanımızın temelini oluşturan dünyayı ve bu dünya içindeki yerimizi algılamamız giderek dolayımlanmış sembolik biçimler tarafından şekillenmektedir (Thompson, 2008, s. 60). Bu açıdan gündelik yaşamın sembolik varlığına işlenmiş göstergelerin benliğin oluşumuna yönelik oynadığı rolün işlevi hegemonya, güç ve rıza ekseninde düşünülmektedir. “Hegemonyanın kurulmasında ve hâkimiyet rejimlerinin üretilmesinde sembolik biçimlerin işleyişine odaklanan kültür ve ideoloji eleştirisi: kültür içindeki her türden iktidar ilişkilerinin üretilmesini insanların gündelik ideolojik-kültürel pratikleri boyunca çözümlenmekle ilgilenir” (Dursun, 2013, s. 64). Bu açıdan eleştirel söylem analizi “çıklarlar maskesi” (Maigret, 2014, s. 189) altında inşa edilen göstergelerin deşifre edilerek özne açısından imgesel olana mesafeli yaklaşılmasını hedeflemektedir.

Eleştirel söylem analizi kültürel çalışmalar, ideoloji ve söylem çalışmaları literatüründen beslenmesine karşın bir göstergenin analizi noktasında Valentin Nikolayeviç Voloşinov'un dil felsefesi çalışmalarından Teun Van Dijk'in ideoloji analizi ile Norman Fairlough'un söylem analizi çalışmaları metodolojisi üzerinden hareket etmektedir. Voloşinov'a göre toplumsal sınıfların oluşturduğu dil katmanları birbirleriyle mücadele içindedir ve bu mücadelede dil yoluyla hegemonik bir söylem inşa etme çabası vardır. Kısaca dil üzerinde yaşanan bir iktidar mücadelesi hakikatin ölçüsünü belirlemekte ve egemen sınıf dilsel üretim pratikleriyle hegemonyasını kurmaktadır. Bu açıdan toplumsal iletişimde yaratılan hiçbir gösterge sınıfsal mücadeleden bağımsız düşünülemez (Voloşinov, 2022). Dijk'in ideolojik analizi ise biz ve öteki diskuruna dayanır ve üretilen göstergeler iyi ve kötü zıtlığı üzerine kurulur. Kısaca Dijk'a göre ideoloji kendini kurduğunda ikilik bir bölünme yaratır. Temel olarak, çoğu ideolojik söylemin genel stratejisi oldukça geneldir. İdeoloji bizim hakkımızda olumlu şeyler söylerken öteki olarak kurulan için ise olumsuz şeyler söyler. “Bu tip bir olumsal kendini-sunma ve olumsuz ötekini-sunma hem grup çatışmasının ve karşıt gruplarla etkileşim şeklimizin çok genel bir özelliğidir, hem de kendimiz ve başkaları hakkındaki konuşma şeklimizi tanımlar” (Dijk, 2015, s. 53). İdeoloji iyi ve kötü şeylerin vurgusu üzerine kendini kurgular. Dilin bu karşıtlık vurgusu zihinsel üretimin niteliğini belirler. Asıl amaç egemen adına rızanın örgütlenmesidir. “Egemen iktidar kendisini, kendisine yakın inanç ve değerlerin *tutunmasını sağlayarak*, bu tür inançları, doğrulukları kendinden menkul ve görünüşte kaçınılmaz kılacak şekilde *doğallaştırarak* ve *evrenselleştirerek*, kendisine meydan okumaya kalkışan fikirlere *çamur atarak*, rakip düşünce biçimlerini, muhtemelen, açığa vurulmayan, ama sistemli bir mantıkla, *dışlayarak* ve toplumsal gerçekliği kendine uygun yollarla *çapraşıklaştırarak*” (Eagleton, 1996, s. 23) kendini meşrulaştırır. ” İdeoloji, temelinde bir korku duyma ve suçlama, yüceltme ve aşağılama meselesidir” (Eagleton, 1996, s. 42). Seliger'e göre, ideolojiler, inançları, inançsızlıkları, ahlaki normları, teknik kuralları ve bir nebze de olsa olgusal kanıtı bir araya getirip harmanlar; bütün bunlar da verili bir toplumsal düzenin yeniden inşasını ve korunmasını amaçlayan ortak eylemi olanaklı kılarlar (Eagleton, 1996, s. 79). Bir ideoloji, basitçe toplumsal çıkarları “ifade eden” bir şey olarak değil, onları *rasyonalize eden* bir şey olarak görülebilir (Eagleton, 1996, s. 84). İdeoloji, tam da belirli tür çıkarların siyasi iktidarın

belli biçimleri adına maskelenmesini, rasyonelize edilmesini, doğallaştırılmasını, evrenselleştirilmesini ve meşrulaştırılmasını sağlayan süreçlere karşılık gelmektedir (Eagleton, 1996, s. 280). Fairclough'ya göre de eleştirel söylem analizi göstergelerin ve dilin iktidar merkezli bir bakışla ele alınması sürecidir. Dolayısıyla temsillerin alımlanma pratikleri dil ve ideoloji bağlamı çerçevesinde sosyo-kültürel değişimler ekseninde düşünülmelidir. Öyle ki kültürel hegemonya oluşturma adına söylemler üzerindeki kontrol mekanizması sosyal ve kültürel olanın mühendisliği anlamına gelmektedir. (Fairclough, 1995).

BULGULAR

1960'larda gelişmiş Batı toplumlarında karşı kültür hareketi olarak modernizm reddiyesinin baş göstermesi, kurumsallaşmış rasyonel bürokratik ve hiyerarşik örgütlenmelere, muhalif sınıfsal hareketlere, geleneksel muhafazakar kültüre yönelik büyük bir direncin yaygınlık kazanmasıyla gündelik ve bireysel olanın yüceltilerek giyimde, müzikte, günlük yaşamın eleştirisi aracılığıyla bireysel tekil karşı duruşların baş göstermesi pop kültüre daha olumlu yaklaşmanın önünü açarak popüler kültür anlayışının zaman içinde küreselleşmesine neden olmuştu (Özdemir, 2022). Bunun yanında rasyonel Taylorist üretim yerine esnek, duygusal, enformatik üretimin öncelendiği Post Fordist üretimin de giderek yaygınlık kazanmasıyla ekonomi politik dönüşümün baş göstermesi beraberinde üniversite örgütlenmesini de yapısal dönüşüme tabi tuttu. Rekabetçi stratejiye dayanan Anglo-Amerikan modeli olarak tarif edilen girişimci üniversite anlayışının varlığı Post Fordist üretim karakterine uygun bir dönüşümle piyasanın taleplerine uygun yeni bir zemine oturdu. Bu dönüşüm üniversitenin tarihsel süreçte inşa ettiği ontolojik, epistemolojik ve iletişimsel değerlerinden uzaklaşması anlamına gelmektedir. Ontolojik anlamda modern üniversite rasyonel akla dayanırken epistemolojik hedefi ise kendinde bir amaç olarak hakikat arayışıydı. Böylece üniversite rasyonel zemin üzerine çıkar amacı gütmeyen hakikatin ortaya çıkarılması ile iletişimsel olarak da topluma ulaştırılması hedefiyle hareket etmekteydi. Buna karşın üniversitenin neoliberal ideolojinin bir bileşeni olarak girişimci üniversite anlayışı ile yeniden kurgulanması üniversitenin geleneksel değerlerinden uzaklaşarak yeni bir üniversite karakteri ile kuşatılmasına yol açtı. "Yüksek kültürün bir alanı olarak üniversitenin kamu yararı ülküsü çerçevesinde sivil hakların bekçisi, etik sorunların sorgulayıcısı ve demokratik kültürün taşıyıcısı- koruyucusu misyonuyla bilinen" (Giroux, 2016, s. 148-149) geleneksel kodlarının salt ekonomik çerçeveye girişimci kültür ekseninde yeniden kurgulanması, üniversiteyi yüksek kültür alanından kitle kültürü ya da pop kültür diyebileceğimiz alana doğru çekmeye başlamıştır. Bu açıdan pop kültürün yeni bir bileşeni olarak üniversite mecrası geleneksel değerleriyle örtüşmeyen bir akılcılaştırma zeminine oturmaktadır. Yükseköğretim alanı gittikçe "...kazanç getirmeyen entelektüel ilgilerin itibar kaybını beraberinde getirmiştir" (Özdemir, 2022, s. 55). Özellikle yükseköğretimde kitlesel eğitimin baş göstermesi neticesinde üniversitenin bir yönüyle kitle üniversitesi olarak anılması üniversitenin geleneksel değerlerinden kopuşunu tariflerken üniversitenin yeni bir kimlikle kendini toplumla buluşturması anlamına gelmektedir. Üniversitenin ticari saiklerle kitleselleşmesi, üniversite-toplum ilişkisinde üniversitenin popüler kültür ideolojisi ile hareket etmesine neden olurken, üniversitenin görünürlük imajı popüler ikonlar üzerinden topluma sunulmaya başlanmıştır. Bir bakıma üniversite yüksek kültür dili yerine kitlenin dili üzerinden toplumla iletişime geçmekte, piyasanın gözüyle toplumu algılamakta, itibar ve güven çalışmalarını sembolik popüler temalar üzerinden yapmaktadır. Bugün üniversite eğitim niteliğinden ziyade ekonomik kavramlarla tanımlanmakta, markalaşma kavramı ile entelektüel hedefleri çerçevelenerek neoliberal ideolojinin yeni disiplin mekanları olarak yüksek kültürden uzaklaşmaktadır. Bu açıdan üniversitenin ticari faaliyetlere girişmesi, küresel rekabet ortamında şirketlerin uyguladığı reklam ve halkla ilişkiler stratejilerine benzer tanıtım kampanyaları uygulamalarına yol açmakta, üniversitenin piyasayla bütünleşme çabası

üniversite varlığını işletme karakteri ile kuşatmaktadır. Kamu finansmanın azlığı ve özel üniversitelerin sermaye güdümlü kontrolü ve yönetimi üniversite-toplum ilişkisini tarihsel süreçte cereyan eden değerlere uymayan bir yapıya büründürmektedir. Bu yeni yapı bolca imaj ve görsel kültürün kullanıldığı, kavramsal ve eleştirel düşünce yerine popüler kültür anlayışının yaygınlaştığı, üniversitenin politik söz hakkından uzaklaştırıldığı yeni bir düzeni sergilemektedir.

Piyasa ideolojisinin üniversite mecrasına taşınması üniversite karakterini geleneksel değerlerden uzaklaştırarak birikim oluşturmanın yeni merkezlerine dönüştürmeye başlamıştır. Hali hazırda bu dönüşüm üniversitenin toplumla nasıl bir iletişime geçeceği gerçekliğini de belirlemektedir. Teknik ve teknolojik zekanın öncelendiği, beşerî bilimlerin ise marjinalleştirildiği girişimci üniversite anlayışında eleştirel düşüncenin anormalleştirildiği yeni bir akılcılaştırma süreci de yaşanmaktadır. Öyle ki neoliberal düzen verili ve doğal kabul edilirken, yerleşik eşitsizliklerin varlığı görmezden gelinerek şirketlere öykünen akademik bir örgütlenme yaşanmaktadır. Üniversitenin piyasaya ve şirketlere öykünmesi neticede kamusal çıkar yerine piyasa çıkarını güden bir işleyişi dayatmaktadır. Bunun sonucunda üniversite de şirket karakteri çerçevesinde kendini toplumla buluşturmaya çalışmaktadır. Girişimci üniversite anlayışında görünürlük ve prestij adına sosyal sorumluluk projeleri, sportif faaliyetler, popüler etkinlikler üniversitelerin reklam çalışmaları olarak akademik çalışmaların önüne geçmeye başlamıştır. Kısaca üniversiteler günümüzde artık toplumla ilişkisinde temsiliyet olarak akademik başarıdan ziyade görünürlüğü yükseltme adına şirketlerin ticari faaliyetlerini ve ürünlerini tanıttığı reklamlara benzer eylemlere girişmektedir (Bok, 2007). Özellikle vakıf üniversiteleri girişimci ideolojinin yeniden üretildiği mekanlar olarak popüler kültürün imgelerini iletişim kampanyalarında sık sık kullanarak tercih edilebilirliği ve imaj karakterini yükseltmeye çalışmaktadır. Akademik bir geçmişleri olmamasına rağmen popüler kültürün ünlü kişileri üniversitelere davet edilerek reklam yüzü olarak kullanılmaktadırlar. Örneğin bu popüler kişiler bir internet fenomeni, bir pop şarkıcısı, bir dizi ya da sinema oyuncusu olabilmektedir. Bilimsel ve düşünsel bir gelişmeye herhangi bir katkılarının olmamasına rağmen sıradanlık ve bayağılık kültürünün taşıyıcıları olarak popüler simalar üniversitelerde reklam yüzü olarak boy göstererek itibar ve güven kaynakları olarak üniversitenin imaj çalışmalarında yer almaktadırlar. Hatta bu kişilerin üniversitelerle ne tür iş anlaşması ve ücret sözleşmesi yaptıkları sır gibi gizlenmektedir. Bu kişiler internet sayfalarında, sosyal medya hesaplarında üniversiteyle kimliğini birleştirerek örtük reklamlar yapmaktadırlar. Bugün özellikle vakıf üniversitelerinin internet sayfaları ziyaret edildiğinde popüler kültür mecrasından birçok kişinin reklam yüzü olarak kullanıldığı görülecektir. Ancak bilimsel çalışmalardan ziyade popüler imgeler ve kişiler üzerinden üniversitenin toplumla buluşturulması akademik mecranın “kitschsel”³ bir görünüm kazanması olarak ifade edilmektedir (Nalbantoğlu H. , 2009, s. 213). Sermayenin bir bileşeni olarak özel üniversiteler bir nevi vitrin aldatmacası saikiyle niteliksiz bir dil kullanarak kendisini seçen öğrencilerin popüler simalar gibi ünlü olacağı vaadinde bulunmaktadır. Amerikan rüyası ideolojisini andıran, toplumsal alanda eşitsiz güç ilişkilerinin görmezden gelindiği, toplumsal çelişkilerin doğal kabul edildiği ya da gizlendiği, vitrine sunulan popüler ikonlar gibi herkesin istediğinde ve çabaladığında kariyere ulaşacağını dikte eden popüler reklam tanıtımları yapılmaktadır. Görünürde olumlu imgeler, haberler, tanıtımlar yoğun bir şekilde halkla ilişkiler faaliyetleri adına kullanılsa da aslında görünenin arkasında derin bir aldatma mekanizması vardır. Hall’ın

³ Yüksek kültürün düşünsel birikimi, yerleşik toplumsal normlara ve yaşama eleştirel saiklerle bakarak verili düzen için daha iyi ve alternatif şartlar yaratma gayreti taşır. Yüksek düşünce, toplumsal alanın çelişkili yapısını, güç ve iktidar ilişkileri çerçevesinde tanımlamaya çalışır. Diğer yandan Kitsch anlayışında hikayesi olmayan imgelerin parıltısının hakimiyeti söz konusudur. Kitsch, toplumsal alanı verili kabul ederken, dile getirdiği göstergelerin bağlamı ve hikayesi yoktur.

da ifadesiyle “semiyotik bir oyunun kirliliği” (Hall, 2008, s. 88) üniversitenin popüler imgeleri üzerinden yeniden üretilmektedir. “Özel üniversitelerin yaygınlaştırılması sürecinde kullanılan halkla ilişkiler kampanyaları ve günümüzde tercih dönemlerin de gazetelerde, dergilerde, televizyonda, internette, panolarda, belediye otobüslerinde görülebilen reklamlarda parlak bir geleceğin güvencesi olarak sunulan canlı, süslü ve çekici akademik kuruluş imgesinin arkasında çok farklı bir gerçek yatmaktadır” (Değirmencioğlu, 2015, s. 186). Toplumsal alandaki güç ve iktidar ilişkilerinin görmezden gelindiği, eleştirel ve demokratik yurttaşın yetiştirilmesinden ziyade piyasaya eklemenecek bireyin yetiştirilmesini hedefleyen günümüz girişimci üniversite anlayışı toplumsalın çelişkili ve eşitsiz varlığını yadsıyarak neoliberal ideolojiyi yeniden üretmektedir. Bu neoliberal rekabetçi kültür demokratik öznenin gelişimine engel teşkil ederken vasatlık değerlerinin de yüceltilmesine yol açmaktadır. Üniversitenin kütüphane altyapısına, bilimsel çalışmalara, akademik emeğin çalışma koşullarının iyileştirilmesine yeteri kadar yatırım yapılmamasına rağmen her yıl reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarına sözü edilen alanlardan daha fazla bütçe ayrılmaktadır. Öyle ki bu harcamaların yıllık raporları YÖK (Yükseköğretim Kurumu) tarafından her yıl Üniversite İzleme ve Değerlendirme Genel Raporu ve Vakıf Yükseköğretim Kurumları Raporu’nda yayınlanmakta, bu raporlarda üniversite harcamaları detaylı şekilde görülmektedir.

Amerika merkezli olmak üzere 1990’larda üniversitenin imaj çalışmalarına yönelik “akademik star” kavramı piyasaya sürülerek star akademisyenler yaratıldı ve özellikle Amerikan üniversiteleri bu star akademisyenler üzerinden tercih edilebilirliği yükseltmede “star” merkezli reklam stratejileri geliştirdiler (Moran, 1998). Sonraki süreçte “star” merkezli popüler kültür anlayışı daha yaygın hale gelerek üniversitenin toplumla ilişkisinde popüler kişiler üzerinden yeni reklam ve tanıtım faaliyetleri devreye sokuldu. Bugün özellikle sermaye merkezli vakıf üniversiteleri itibar ve prestij adına popüler kişiler üzerinden halkla ilişkiler çalışmaları gerçekleştirmekte, star merkezli bir üniversite imajı çizmektedir. Bu itibar ve güven çalışmaları yoğun ve sık yapılırsa da uzun vadede tehlikeli sonuçlara yol açmıştır. Öyle ki üniversitenin akademik niteliği arttırma noktasında yeterli enerjisini kütüphane yapısına, akademik organizasyonlara ayırma yerine popüler faaliyetlere harcaması üniversitenin entelektüel hedeflerine ket vurmaktadır.

Girişimci üniversite anlayışının popüler imgeler ve ikonlar üzerinden kendini topluma sunması, kitle ideolojisinin star sistemi mantığı çerçevesinde hareket etmektedir. Popüler star görünümlü kişiler üzerinden üniversitenin tanıtım faaliyetleri gerçekleştirmesi, “siz de bizi seçerek böyle star olabilirsiniz” görüntüsü vermektedir. Amaç nitelikli bir eğitimden ziyade reklam yüzleriyle “üniversiteyi dolmuş mantığıyla” (Vatansever & Gezici Yalçın, 2016, s. 21) doldurmaktır. Üniversitenin topluma karşı sorumluluğu, kamu yararı çerçevesinde topluma hesap verme yükümlülüğü artık yalnız belli bir ücret karşılığında verilen eğitim çerçevesiyle sınırlıdır. Üniversiteye kimlik sağlayan ilke olarak evrensel akıl yerine artık popüler ideolojinin egemenliği söz konusudur. Üniversite popüler dünyanın hizmetine koşmuş vaziyettedir. “Üniversite dünyayı daha hakiki hale getirmek” (Readings, 2020, s. 176) ilkesinden uzaklaşmıştır. Üniversitenin tarihsel değerleriyle örtüşmeyen piyasanın diliyle toplumla iletişime geçen girişimci üniversite anlayışı iletişim süreçlerinde popüler kültür ideolojisini merkeze alarak saygınlık ve güven kazanmaya çalışmaktadır. Popüler kişilerin üniversitelere davet edilmesi, kariyer günleri adı altında herhangi bir akademik yeterliliğe ve entelektüel bilgiye sahip olmayan “influencer” kişilerin üniversite koridorlarında boy göstermesi üniversitenin geleneksel birikiminin içini boşaltmakta ve akademik kavrama yüklenen değerlerin zayıflamasına da yol açmaktadır. Bu popüler kişiler üniversitelere davet edildiklerinde büyük bir gösteri şovuyla karşılanmakta, müteveli heyeti ya da müteveli başkanı tarafından özel makamlarından ağırlandırılmaktadır. Bu makamlarda ne tür iş birlikleri yapıldığı da sır gibi gizlenmektedir. Kimi zaman bu popüler kişiler sıradan bir gezme faaliyeti

görüntüsü yaratarak üniversite ziyaretlerini örtülü halkla ilişkiler kılıfı altında gizlemeye çalışmaktadır. Üniversitenin tarihsel süreçte siyasal alana ve sermayeye mesafeli olmasına karşın, artık sermayenin aktörü olarak piyasayla ortak projeler, girişimler geliştirmesi üniversitenin piyasanın gözüyle dünyaya bakmasına neden olurken üniversitenin toplumsal çelişiklere karşı duyarsız bir kimliğe bürünmesini de beraberinde getirmektedir.

Kısaca üniversitenin bilimsel bilgi anlayışının özel çıkar alanlarına doğru kayması üniversitenin politik söz hakkından yoksun bırakılması anlamına gelmektedir. Piyasanın üretim ve tüketim ilişkisini popüler kültür ekseninde toplumla buluşturma ideolojisi günümüzde kapsamını geliştirmiştir. Üniversiteler de artık popüler kültürün yeni mekanları olarak çağdaş yaşamda yerini almıştır. Kısaca gittikçe popüler kültür akademikleşmekte, akademi de poplaşmaktadır. Bu açıdan popüler kültür ideolojisi çağdaş üniversite skolastiğine dönüşmektedir. Dolayısıyla popüler kişilerin kariyer hayatlarıyla üniversitenin çizdiği kariyer hayatı ne kadar örtüşmektedir? Popüler kişilerin üniversite ortamında yüksek kültüre, bilimsel hakikate, kamu yararına yapacağı katkının ölçütü nedir? Bu eksende makalenin ileri sürdüğü çerçeveye yönelik aşağıda somut örneklem bulgular verilmektedir.



Foto 1, Kaynak:<https://www.timeturk.com/genel/acunmedya-akademi-ucreti-ne-kadar-acun-medya-akademi-basvurusu-nasil-yapilir/haber-1689688>

Üniversitelerin popüler kişiler üzerinden prestij ve görünürlük kazanma adına yaptıkları reklam faaliyetlerine örnek olarak Nişantaşı Üniversitesi'nde açılan Acunmedya Akademi "pop akademi"ideolojisinin nihai bir noktası olarak görülebilir. Popüler televizyon dünyasına 2000'lerin başında "Acun Firarda" programıyla giriş yapan, içerik olarak soft cinselliğin bolca kullanıldığı "cinsellik satar" zihniyetine dayanan temasıyla zaman içinde medya dünyasında yer edinen ve bir dönem sonra girişimci medya patronu olarak boy gösteren Acun Ilıcalı, günümüz dünyasında muteber bir kişilik ve eğitmen olarak Nişantaşı Üniversitesi'nin tanıtım yüzü olarak reklamlarda boy göstermektedir. Popüler kültür temaları çerçevesinde yıllarca yaptığı programlar üzerinden elde ettiği maddi birikim ile medya patronu olan Acun Ilıcalı'nın Nişantaşı Üniversitesi ile ortak yürüttüğü eğitimler ekonomik gereklilikler çerçevesinde belirli bir ücret karşılığı satılmaktadır. Bunun yanında "Acunmedya Akademi" girişiminin Akademi kelimesini de kullanması düşündürücüdür. Üniversitenin tarihsel değerleriyle örtüşmeyen piyasanın ihtiyacına yönelik teknik donanımlı kurslar veren Acunmedya Akademi saygınlık ve güven adına "Akademi" kelimesine yaslanmaktadır. İş

dünyasının ya da piyasa tabanlı girişimlerin akademi terimini kullanmayı tercih ediyor olmaları, bu terime yüklenen değerlerin istismar edilmesi anlamına da gelmektedir. Neticede akademi kelimesi tarihsel süreçte gelişmenin, fikir ve değer üretmenin bir zemini olarak entelektüel alanın ve bilimin masumiyetini taşımaktaydı. Bu gibi piyasa temelli girişimler, akademi unvanını kullanarak, kendilerini akademinin uzun zamandan beri “sahip olduğu birikimi, değeri taşıyor, paylaşıyor” görünümünü sunma çabalarıyla ilişkilidir. Oysa piyasa temelli bu girişimler girişimci ve kariyer dostu bireylerin yetiştirilmesi hedefi taşıırken eleştirel bilince sahip, demokratik kültürü benimseyen yurttaşın varlığına bir saldırı taşımaktadır. Uzmanlaşma temelli bu girişimler yeni insan niteliğini ticaret, sanayi ve teknoloji mecrasının istediği türden pazarlanabilir bireylerin yetişmesi üzerine kendini kurgulamaktadır. Bunun yanında sermaye açısından uygulanan bu tür dilsel taktikler bir açıdan da akademi teriminin içini de boşaltmaktadır. Acunmedya Akademi'nin kuruluşu sonrası yapılan reklamlar da aslında üniversitenin piyasaya eklenmesi sonucu nasıl bir görünüm kazandığını da açıklamaktadır. Üniversitenin tarihsel süreçte siyasal alana ve sermayeye mesafeli olmasına karşın, artık sermayenin aktörü olarak piyasayla ortak projeler, girişimler geliştirmesi üniversitenin piyasanın gözüyle dünyaya bakmasına neden olmaktadır. Piyasa dostu bir anlayış üniversitenin politik söz hakkını da aşındırırken eğitimin sosyalizasyon işlevini, tarihsel deney ve birikimlerin sonraki nesillere aktarılacak çağın düzeyinde yaşamının bilgisini de yerinden eder. Asıl olan “insan sermayesi” adı altında elde edilen teknik becerinin piyasa çıkarına hizmete koşulmasıdır. Özerk bir üniversitenin koşulu olarak bilimsel dünyanın devletten, sermayeden ve dinden bağımsız olduğu ölçüde bilimsel bilgiyi ortaya çıkarabileceği yaklaşımına günümüzde popüler kültür ideolojisini de eklemek gerekmektedir.

Yukarda Foto 1’de Acunmedya Akademi marka yüzü olarak popüler kültür mecrasında tanınan Acun Ilıcalı’yı merkeze alarak Nişantaşı Üniversitesi’nin kimliğiyle bütünleşmiştir. Acun Ilıcalı Nişantaşı Üniversitesi’nin marka yüzüdür. 2000’lerin başında Televole kültürünü toplumsal hayata yerleştiren anlayışın önemli bir temsilcisi olarak Acun Ilıcalı bugün saygın ve topluma örnek bir girişimci olarak üniversitenin marka yüzü olarak boy göstermektedir. Acun Ilıcalı fotoğrafta kendinden emin enerji yayan bir izlenim sunarak yarattığı popüler kariyerinin başarısını hem Acunmedya Akademi’ye hem de Nişantaşı Üniversitesi’ne taşımaktadır. Bireysel kimliğin ve kurumsal kimliğin iç içe geçtiği, karşılıklı bir ortaklaşmanın meydana geldiği bu fotoğrafta Nişantaşı Üniversitesi Acun Ilıcalı’nın popüler kültür değeri üzerinden kendi reklamını yaparken Acun Ilıcalı da üniversitenin akademi kavramına yaslanarak prestij ve itibarını yüceltmektedir. Bu yüceltme yen bir söylem dilini de yaratmaktadır. Magazin dünyasının başarılı yapımcısı ve patronu Acun Ilıcalı’nın üniversite vizyonunun bir parçasına dönüşmesi rasyonelleşerek üniversiteyi popüler kültür zeminine eklemektedir. Böylece söylem düzeyinde popüler kültür ile akademinin kaynaşması günlük yaşamın görünmez bir rengine bürünmektedir. Oysa bu birliktelik sermayenin kendini yeniden ürettiği, örtük bir toplumsal çelişkinin yaratıldığı bir aklı sergilemektedir. Dün toplumsalın rızasını örgütlemeye kullanılan Televole istilası bugün farklı bir görünümle akademik mecraya kayarak yeni bir hegemonik stratejiyle kendini sergilemektedir. Öyle ki Acun Ilıcalı’nın prestij kazanma misyonuyla üniversite mecrasında boy göstermesinin toplumsal çıkarı ne ölçüde zedelediği büyük bir sorunsal olarak karşımıza çıkmaktadır. Neticede bilincin toplumsal pratiğe bağlı olduğu düşünüldüğünde popüler kültür ideolojisi Acun Ilıcalı yolu ile akademik alanda iktidar düzeneği olarak kendini bireylere naksettiren toplumsal çelişkilerin görünürlüğünü engellemeye yönelik bir maske işlevi de görmektedir. Neticede bir temsil yüzü olarak Acun Ilıcalı’nın üniversite mecrasındaki görünürlüğü kültürel anlamların yeniden üretimi noktasında üniversite varlığı hakkındaki algının de inşası anlamına gelmektedir. Bu görünürlüğün kültürel alanda dolaşıma girmesi üniversite-popüler kültür ilişkisini olağanlaştırırken semiotic gösterge olarak popüler kişilerin

üniversitelerin imaj ve itibar yüzü olması doğallaşmaktadır. Öyle ki göstergelerin, imajların düşünme ve konuşma pratiği üzerine belirleyici gücü nedeniyle anlamların üretimi ve dolaşımı konuşulan dili ve kültürü belirlerken toplumsal ortak algıya da şekil vermektedir. Acunmedya Akademi örneğinden görüldüğü gibi üniversite mecrasını popüler kültür göstergeleriyle yeniden anlamlandırma girişimi toplumsalın üyeleri tarafından yeni bir anlam seti ile algılanarak üniversitenin ne olduğu sorunsalını popüler kültür imajı ekseninde yeniden kurmaktadır. Bu açıdan üniversitenin popüler kültür ikonları vasıtasıyla toplumla kurduğu ilişki üniversiteyi entelektüel hedeflerden uzaklaştırarak üniversiteyi popüler üretim mekanlarına dönüştürmektedir.



Foto 2, Kaynak: <http://unical.iku.edu.tr/cal/event/showEventMore.rdo>

Popüler kültür-üniversite ilişkisine bir örnek de İstanbul Kültür Üniversitesi'nde gerçekleştirilen Hasan Can Kaya etkinliği verilebilir. "Konuşanlar" ismiyle yaptığı online programlar neticesinde ünlenen Hasan Can Kaya üniversiteler tarafından kariyer günleri adı altında etkinliklere davet edilmekte ve muteber bir kişi olarak üniversite tanıtım haberlerinde yer almaktadır. Üniversitelerde söyleşi gerçekleştiren, üniversite etkinliklerinde boy gösteren Hasan Can Kaya'nın ünlendiği "Konuşanlar" programı çoğunlukla cinsellik ve kadın-erkek ilişkileri etrafında yürütülmekte olup, izleyicilerin dikkatlerini cinsel temalar üzerinden yakalamaktadır. Program formatı olarak birbirini yineleyen cinsel içerikli sorular üzerinden gerçekleşmektedir. Programın formatı hakkında örnek videolar sosyal paylaşım ağı YouTube üzerinde bolca bulunmaktadır. Hasan Can Kaya tanınırlık ve popülerlik sayesinde üniversitelerin reklam yüzü olarak kampüsleri gezmekte, girişimci, başarılı ideal bir tipoloji olarak üniversite öğrencileriyle buluşturulmaktadır. Özellikle vakıf üniversitelerinin imaj çalışmalarını popüler semboller üzerinden gerçekleştirmeleri nedeniyle Hasan Can Kaya, vakıf üniversiteleri için kullanışlı bir reklam yüzü olmaya başlamıştır. Örneğin İstanbul Kültür Üniversitesi'nin kariyer planlama etkinlikleri kapsamında söyleşi veren Hasan Can Kaya'nın kariyer profili ideal olarak üniversite öğrencilerine sunulmakta, popüler kültürün

star anlayışı yüce bir değer olarak üniversite yolu ile yeniden üretilmektedir. Bu açıdan internet sayfası Hasan Can Kaya için şu çarpıcı ifadeleri haber yapabilmektedir:

Öğrencilerle kariyer ve gelecek planları hakkında konuşan Hasan Can Kaya'ya, 'Konuşanlar' programı formatındaki sorular da yöneltildi. Kaya, "En büyük fantezin ne?" sorusuna, "En büyük mesleki fantezim İngilizce stand-up yapmak." cevabını verdi.

Üniversitemiz tarafından gerçekleştirilen "Kariyer Onursal Ödülleri"nde 'Yılın En Beğenilen Talk Show Programı' kategorisinde ödüle layık görülen "Konuşanlar" programının plaketine de teslim alan ünlü komedyen, Akingüç Oditoryumunu ve Sanat Merkezi'ni dolduran sevenlerine kahkaha dolu anlar yaşattı.

İstanbul Kültür Üniversitesi'nin misyon olarak: "Geleceğe yön verecek yetenekleri besleyen nitelikli bir öğretim vermek ve bilimsel, sanatsal, kültürel faaliyetleri arttırmak" ifadesini kullanması acaba öğrenciler için planlanan kariyer günleri programına davet edilen Hasan Can Kaya'nın çizdiği yolla ne kadar ilişkilidir? Hasan Can Kaya gibi kişilerin üniversite ortamında yüksek kültüre, bilimsel hakikate, kamu yararına yapacağı katkının ölçütü nedir? Herhangi bir akademik vafsa ve entelektüel beceriye haiz olmayan kişilerin üniversitelerde sırf görünürlük ve tanıtım adına boy göstermeleri ne kadar etik ve ahlakidir? Bugün görüyoruz ki yukarıda verilen örneklere benzer vakalar birçok vakıf üniversitesinde olağan bir şekilde boy göstermekte ve üniversite mecrası popüler kültür oyununun sergilendiği alanlara dönüşmektedir. Üniversite mecrasının popüler kültür dizgeleriyle yeniden anlamlandırılması üniversitenin birikimine yönelik bir "unutturma" ideolojisini de taşımaktadır. Bu tür göstergeler, temsiller üniversite geleneğinin birikimini silerek üniversite varlığını yeni bir temsiller dizgesi içine yerleştirmektedir. Oysa üniversite geleneğinin yaklaşık 900 yıllık tarihsel serüveninde yarattığı değerlerin toplumsal işlevi yüksek kültürün entelektüel bir mekânı olarak toplum nezdinde meşruiyet zemine oturmuştu. Bugün ise girişimci ideolojinin ve piyasalaşmanın ortaya çıkardığı yapısal dönüşüm nedeniyle üniversite mecrası gittikçe bayağılaşan, eleştiren düşünceden uzaklaşan, estetik beğeni olarak popüler anlayışın ötesine geçemeyen bir kimliğe bürünmektedir.

SONUÇ

Uzun zamandan beri girişimci üniversite modelinin dünya ölçeğinde hegemonik hale gelmesi üniversitenin bir kimlik krizi yaşamasına neden olmuştur. Üniversite tarihsel süreçte elde ettiği değer ve birikimleri gün geçtikçe girişimci üniversite adına kaybetmektedir. Sermayenin üniversite alanına girmesi, üniversitenin ticari faaliyetlerde bulunması piyasanın ideolojisi ekseninde üniversitenin yeniden yapılandırılması anlamına gelmektedir. Bugün üniversite eleştirel varlığından, yüksek kültür kimliğinden azade edilmeye çalışılarak kitle kültürünün yeni mekanları olarak inşa edilmeye çalışılmaktadır. Özellikle sermaye odaklı vakıf üniversiteleri üniversitelerde nitelik kaybının yaşanmasına sebep olmakta, sermayeye eleştiri getiren üniversite geleneğini yerinden ederek popüler kültür ideolojisiyle üniversiteyi yapılandırmaya çalışmaktadır. Unutmamak gerekir ki bugün üniversite mecraları yurttaşın elinde kalan, demokratik, adil bir kültür oluşturma ve sürdürme potansiyeli olan sayılı kamusal alanlardan birini oluşturmaktadır. "Yükseköğretim eleştirel bilgiyi, değerleri ve öğrenmeyi yayma sorumluluğunu üstlendiği zaman, eğitimin kamusal değerleri, sağlam bir demokrasiyi ve eğitilmiş umudu yeşertip besleme yönündeki vaadine dair de ışık yakmış olur. Demokrasi sivil talepleri yurttaşların omzuna yerleştirir ve işte bu talepler, geniş bir tabanda temellenen eleştirel ve anlamlı sivil değerleri, özyönetime katılmayı ve demokratik öncülüğü destekleyen bir eğitimin zorunluluğuna işaret etmektedir" (Giroux, 2017, s. 18-19). Eğitimin özelleştirilmiş, askerileştirilmiş ve metalaştırılmış değil de sivil, eleştirel ve demokratik olması için, eğitimcilerin, John Dewey'in 'demokrasi sürekli beslenmesi ve savunulması

gereken bir yaşam biçimidir' düsturunu ciddiye almaları gerekmektedir (Giroux, 2016, s. 124). Yükseköğretimi demokrasinin güçlendirilmesi ve yaygınlaştırılmasında en önemli kurum olarak savunmak, yükseköğretimin yapılandırılmasında meslek kuruluşlarını, sendikaları, öğrencileri, sanatçıları ve bilim insanlarının bir araya getirerek yeni bir yükseköğretim fikri talebini inşa etmek gerekmektedir. Aksi durumda üniversiteyi büsbütün anti-demokratik ve sömürücü piyasa ilişkilerine teslim etmiş olacağız.

KAYNAKÇA

- Aslan, G. (2015). Devlet üniversitelerinin Özelleşen Yüzü: "Şube Üniversitesi" Uygulaması. S. Değirmencioğlu, & K. İnal içinde, *Yükseköğretimin Serbest Düşüşü: Özel Üniversiteler* (s. 21-47). İstanbul: Ayrıntı.
- Bacevic, J. (2017). Beyond the Third Mission: Toward an Actor-Based Account of Universities' Relationship with Society. H. Ergül, & C. Simten içinde, *Universities in the Neoliberal Era* (s. 21-40). Landon: Palgrave Critical University Studies.
- Barnett, R. (2008). *Üniversitede İdeoloji İle Yaşamak*. (S. Eren, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Bennet, R. (2017). Ekolojik Üniversitenin Gelişi. *FelsefeLogos*, 65-80.
- Bok, D. (2007). *Piyasa Ortamında Üniversiteler*. (B. Yıldırım, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Bourdieu, P. (2017). *Karşı Ateşler-1, Neoliberal İstilaya Karşı Direnişe Hizmet Edecek Sözler*. (S. Canbolat, Çev.) İstanbul: Sel.
- Cevizci, A. (2021). *Eğitim Felsefesi*. İstanbul: SAY Yayınları.
- Dağtaş, E. (2011). Üniversite Sanayi İşbirliği Perspektifinden Türkiye'deki İletişim Eğitimine İlişkin Bir Değerlendirme. *Akdeiz İletişim Dergisi*, 32-48.
- Değirmencioğlu: (2015). Piyasa Girdabında Akademik Yaşam: Üniversitelerin Serbest Düşüşü. S. Değirmencioğlu içinde, *Üniversitelerin Serbest Düşüşü: Özel Üniversiteler* (s. 142-192). İstanbul: Ayrıntı.
- Delanty, G. (2019). Küresel Çağda Üniversite İdeası: Amaç Olarak Bilgiden Bilginin Sonuna Doğru Mu? M. Kurtoğlu içinde, *Neoliberalizm, Bilgi ve Üniversiteler* (M. Kurtoğlu, Çev.: 63-98).
- Delbanco, A. (2020). *Üniversite, Neydi, Ne Durumda ve Nasıl Olmalı*. (E. Saraçoğlu, Çev.) İstanbul: Küre Yayınları.
- Dellaloğlu, B. (2020). *Poetik ve Politik*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Derrida, J. (2017). Mochlos; ya da Fakültelerin Çatışması. *FelsefeLogos*, 23-47.
- Dijk, T. V. (2015). Söylem ve İdeoloji, Çok Alanlı Bir Yaklaşım. B. Çoban, & Z. Özarslan (Dü) içinde, *Söylem ve ideoloji* (s. 15-100). İstanbul: Su Yayınevi.
- Dönmez, F. (2011). Eğitim Mücadelesinin Ekonomi Politiği. D. Öz, F. Dönmez, & Y. Bürkeç içinde, *Gerçek, Yıkıcı ve Yaratıcı*. Ankara: NotaBene27-50.
- Dursun, Ç. (2013). *İletişim Kuram Kritik*. Ankara: İmge.
- Dyer-Witthford, N. (2004). *Siber Marx, Yüksek Teknoloji Çağında Sınıf Mücadelesi*. İstanbul: Aykırı.
- Eagleton, T. (1996). *İdeoloji*. İstanbul: Ayrıntı.
- Ercan, F. (1998). *Eğitim ve Kapitalizm*. İstanbul: Bilim Yayınları.
- Ergur, A. (2003). Üniversitenin pazarla bütünleşmesi sürecinde akademik dünyanın dönüşümü. *Toplum ve Bilim*, 183-216.
- Evans, G. (2007). *Akademisyenler ve Gerçek Dünya*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Essex: Longman Group.
- Gasset, J. (1998). *Üniversitenin Misyonu*. (N. Işık, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Giroux, H. (2016). *Toplumsalın Alacakaranlığı*. Ankara: Dost.
- Giroux, H. (2017). Demokrasinin Krizi, Hortlayan Otoriterlik ve Yükseköğretimin Geleceği. *Felsefe Logos*, 7-22.
- Göktürk, A. (2011). Üniversite ...! Mi? Yoksa Akademisyen Romantizmi mi? Yok, F. Ercan, & S. Korkusuz Kurt içinde, *Metalaşma ve İktidarın Baskısındaki Üniversite* (s. 223-238). İstanbul: SAV Yayınları.
- Golding, P., & Murdock, G. (2014). Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik. S. İrvan (Dü.) içinde, *Medya, Kültür, Siyaset* (N. Gürkan, Çev.: 49-75). Ankara: Pharmakon.
- Gür, B. S. (2016). *Egemen Üniversite*. İstanbul: EDAM Yayınları.
- Gürsoy, M. (2018). *Multiversite, Kentsel Gelişmeye Yönelik İşlevleriyle Üniversite*. Ankara: Gece Akademi.
- Hall: (2008). Kültürel Çalışmalar ve Teorik Mirası. S. Çelenk (Dü.) içinde, *İletişim Çalışmalarında Kırılmalar Uzlaşmalar* (S. Çelenk, & A. Arslan, Çev.: 85-114). Ankara: DeKi.
- Kavas, A. (2021). *Üniversite ve Akademisyen*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Kurtoğlu, M. (2017). Küresel Bilgi Ekonomisi ve Üniversite (ideası)! *FelsefeLogos*, 109-118.
- Kurtoğlu, M. (2019). Yükseköğretimde Kurumsal Çeşitlilik: Türkiye ve Alternatif Üniversite İdeaları. M. Kurtoğlu içinde, *Neoliberalizm, Bilgi ve Üniversiteler* (M. Kurtoğlu, Çev.: 63-98). İstanbul: NotaBene.
- Maigret, E. (2014). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. İstanbul: İletişim.
- Marx, K., & Engels, F. (2010). *Marx & Engels Collected Works* (Cilt 34). Lawrence & Wishart.
- Maters, L. (2007). *Akademik Düşmanları*. (M. Özbek, Çev.) İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Mill, J. S. (2021). *Üniversiteler Üzerine*. (E. Gider, & B. Timur, Çev.) İstanbul: Fihrist Yayınları.
- Moran, J. (1998). Cultural Studies and Academic Stardom. *International Journal of Cultural Studies*: 67-82.
- Nalbantoğlu, H. (2009). *Arayışlar, Bilim, Kültür, Üniversite*. İstanbul: İletişim.
- Nalbantoğlu, H. Ü. (2003). Üniversite A.S.de bir 'homo academicus': "ersatz" yuppie akademisyen*. *Toplum ve Bilim*, 7-42.
- Önen: (2015). Vakıf Üniversitelerinde Çalışan Akademisyenlerin Çalışma Koşulları: İstanbul Örneği. S. Değirmencioğlu, & K. İnal içinde, *Yükseköğretimin Serbest Düşüşü: Özel Üniversiteler* (s. 193-214). İstanbul: Ayrıntı.
- Özdemir, İ. (2021). Bilim İletişimi. Ç. Dursun, & O. Dursun içinde, *Bilim İletişimi* (s. 101-134). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Özdemir, İ. (2022). *Kişisel Gelişim, Neoliberal İletişim ve İnsan Anlayışı*. Annkara: Doğu-Batı Yayınları.
- Özgün, Y. (2011). Bologna Süreci Derken? F. Ercan, & S. Korkusuz Kurt içinde, *Metalaşma ve İktidarın Baskısındaki Üniversite* (s. 389-412). İstanbul: SAV Yayınları.
- Özügürlü, M. (2011). YÖK ve Üniversiteler Üzerine Kısa Notlar. F. Ercan, & S. Korkusuz Kurt içinde, *Metalaşma ve İktidarın Baskısındaki Üniversite* (s. 253-260). İstanbul: SAV Yayınları.
- Pelikan, J. (2015). *Üniversite Fikri*. (C. Orhan, Çev.) İstanbul: Küre Yayınları.

- Readings, B. (2020). *Üniversite Harabeleri*. (E. Saraçoğlu, Çev.) İstanbul: Küre Yayınları.
- Rosovsky, H. (2017). *Üniversite, Bir Dekan Anlatıyor*. (S. Ersoy, Çev.) Ankara: TÜBİTAK Yayınları.
- Russell, B. (1999). *Eğitim Üzerine*. (N. Bezel, Çev.) İstanbul: Say Yayınları.
- Şimşek, M. (2019). *Tartışmaların Odağındaki Kurumu, ÜNİVERSİTE*. İstanbul: ALFA Yayınları.
- Slaughter, S., & Rhoades, R. (2000). The Neo-Liberal University. *New Labor Forum*, 73-79.
- Standing, G. (2015). *Prekarya ve Yeni Tehlikeli Sınıf*. (E. Bulut, Çev.) İstanbul: İletişim.
- Tate, N. (2021). *Ne İçin Eğitim*. İstanbul: Çizgi Yayınları.
- Tekeli, İ. (2003). Dünyada ve Türkiye'de Üniversite Üzerinde Konuşmanın Değişik Yolları. *Toplum ve Bilim*, 123-163.
- Tekeli, İ. (2011). *Türkiye İçin Eğitim Yazıları*. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- Tetchler, U. (2019). *Yükseköğretim İçin Yeni Zorluklar ve Yükseköğretim Araştırmalarının Geleceği*. (M. Kurtoğlu, Çev.) İstanbul: NotaBene.
- Thompson, J. (2008). *Medya ve Modernite*. (S. Öztürk, Çev.) İstanbul: Kırmızı.
- Ünal, I. (2011). Yükseköğretim Finansmanı: Neoliberal "Çözüm" ve Tehditler. F. Ercan, & S. Korkusuz Kurt içinde, *Metalaşma ve İktidarın Baskısındaki Üniversite* (s. 93-120). İstanbul: SAV Yayınları.
- Uzunyayla, F., & Ercan, F. (2011). Türkiye'de Eğitim Sistemine Yönelik Yeni Talepler ve Yeni Aktörlere Sınıfsal Bir Yaklaşım. F. Ercan, & S. Korkusuz Kurt içinde, *Metalaşma ve İktidarın Baskısındaki Üniversite* (s. 197-221). İstanbul: SAV Yayınları.
- Vatansever, A., & Gezici Yalçın, M. (2016). *Ne Ders Olsa Veririz*. İstanbul: İletişim.
- Voloşinov, V. (2022). *Marksizm ve Dil Felsefesi*. (M. Küçük, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Woodman, C. (2016). Neo-liberalism, authoritarianism and resistance. *Prometheus, Pluto Oournals*, 39-48.