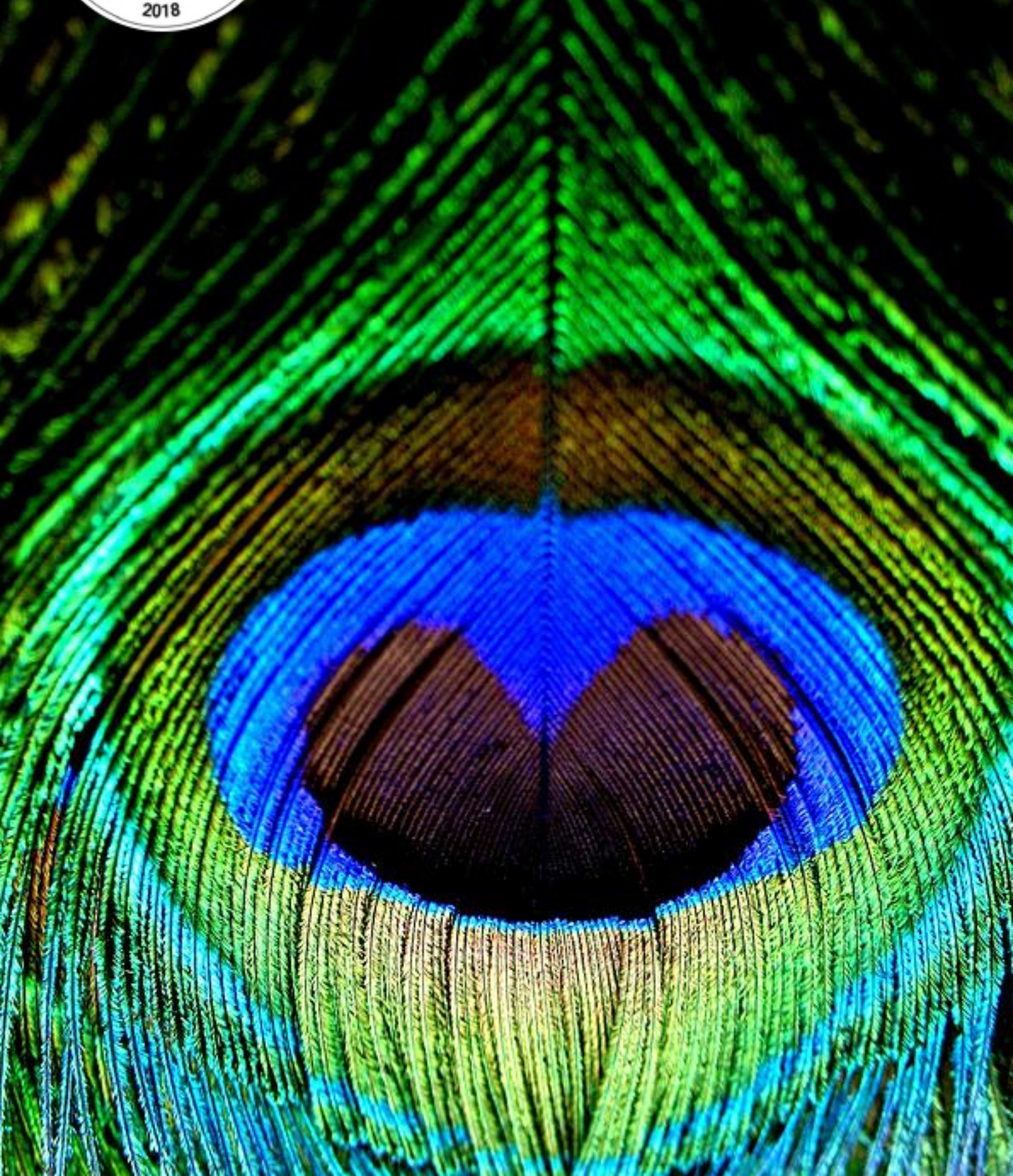




# Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi

Cilt: 1 - Sayı: 4 - ISSN: 2667-5692 - Periyot: Yılda 2 Sayı



**JOURNAL OF SYMMETRIC COMMUNICATION RESEARCH**

**JULY 2020**

**Volume: 1 Number: 4**

**ISSN: 2667-5692 Periyot: Yılda 2 Sayı**



**SİMETRİK İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ**

**TEMMUZ 2020**

**Cilt: 1 Sayı: 4**



## **SAHİBİ**

Simetrik İletişim Platformu

### **EDİTÖR**

Doç. Dr. Fuat USTAKARA

### **EDİTÖR YARDIMCISI**

Dr. Öğr. Üyesi Cihan BECAN

### **YAYIN KURULU**

Doç. Dr. Ali KORKMAZ

Doç. Dr. Ercan AKTAN

Öğr. Gör. Dr. Süleyman ŞAHAN

### **DANIŞMA KURULU**

Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ (Erciyes Üniversitesi)  
Prof. Dr. Abdülrezak ALTUN (Ankara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Caner ARABACI (Necmettin Erbakan Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ümit ARKLAN (Süleyman Demirel Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ahmet AYHAN (Akdeniz Üniversitesi)  
Prof. Dr. Bünyamin AYHAN (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ömer BAKAN (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Şükrü BALCI (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Muharrem ÇETİN (Kastamonu Üniversitesi)  
Prof. Dr. Yıldız Dilek ERTÜRK (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Uğur GÜNDÜZ (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Himmet HÜLÜR (Abant İzzet Baysal Üniversitesi)  
Prof. Dr. Metin IŞIK (Sakarya Üniversitesi)

Prof. Dr. Naci İSPİR (Atatürk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ahmet KALENDER (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ece KARADOĞAN DORUK (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Abdullah KOÇAK (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Seda MENGÜ (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. M. Nejat ÖZÜPEK (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Nilüfer SEZER (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ali Murat VURAL (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Emine YAVAŞGEL (İstanbul Üniversitesi)  
Doç. Dr. Onur BEKİROĞLU (19 Mayıs Üniversitesi)  
Doç. Dr. Göksel GÖKER (Fırat Üniversitesi)  
Doç. Dr. Özgür SELVİ (Kırıkkale Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ahmet TARHAN (Selçuk Üniversitesi)

**Kapak Tasarımı:** Muzaffer KARATAŞ

**Yayın Tarihi:** Temmuz 2020

**Dergi Adresi:** [dergipark.gov.tr/siad](http://dergipark.gov.tr/siad)

Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi, hakemli bir akademik dergidir. Dergimiz; Academic Journal Index, Asos İndeks ve Academic Resource Index tarafından taranmaktadır. Ocak ve Temmuz aylarında olmak üzere yılda iki kez yayımlanır. Dergide yayımlanan çalışmaların sorumluluğu yazar(lar)ına aittir. Kaynak göstermeden alıntı yapılamaz.



Cilt: 1 Sayı: 4

**Bu Sayının Hakemleri**

Prof. Dr. Ahmet KALENDER

Doç. Dr. Kadir Caner DOĞAN

Doç. Dr. Murat KOÇYİĞİT

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet TUNCER

## İÇİNDEKİLER

- 180-194 Örgüt Kuramının Bir Parçası Olan Sistem Yaklaşımı Çerçevesinde Bir Yönetim Fonksiyonu Olarak Halkla İlişkiler Ve Önemi  
Doç. Dr. Fuat USTAKARA  
[fuatustakara@gmail.com](mailto:fuatustakara@gmail.com)  
Öğr. Gör. Yusuf YILDIZ  
[yyildiz@gantep.edu.tr](mailto:yyildiz@gantep.edu.tr)
- 195-212 Üniversite Öğrencilerinin Bakış Açısıyla Yaşanabilir Bir Kent Olarak Aksaray: Sorunlar Ve Çözüm Önerileri  
Doç. Dr. Ercan AKTAN  
[ercanaktan@aksaray.edu.tr](mailto:ercanaktan@aksaray.edu.tr)  
Doç. Dr. Veysel ÇAKMAK  
[veyselcakmak@aksaray.edu.tr](mailto:veyselcakmak@aksaray.edu.tr)

## EDİTÖRDEN

Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi, 2020 yılı Temmuz ayında yayımlanan dördüncü sayısı ile birinci cildin son sayısını yayımlamış olmaktadır. Böylece Simetrik İletişim Platformu üyeleri, yayımladıkları Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi'nin yakaladığı başarı grafiği ile gurur duymaktadırlar.

Bir önceki sayıda belirtildiği üzere, akademik dergimiz Academic Journal Index, Asos İndeks ve Academic Resource Index tarafından taranmaktadır. İkinci cilt ile birlikte dergimizi tarayan veri tabanı ve indekslerin çoğalacağını düşünmekteyiz. Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi; iletişim bilimleri alanındaki akademisyenler, araştırmacılar ve lisansüstü eğitimi alan öğrenciler için önemli bir akademik kaynak olma niteliğini taşımaktadır.

Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi'nin dördüncü sayısına gelince, bu sayıda iki çalışmanın yer aldığını görmekteyiz. Bu çalışmalardan ilki, derleme makale iken, ikincisi araştırma makalesidir. Bu sayıdaki çalışmaların, halkla ilişkiler ve imaj yönetimi çerçevesinde olduğu görülmektedir.

Dördüncü sayının ilk makalesi, işletme/yönetim bilimi ve halkla ilişkiler bağıntısını kuran bir derleme makale olarak karşımıza çıkmaktadır. Fuat Ustakara ve Yusuf Yıldız'a ait olan bu çalışma, Örgüt Kuramı ve onun bir parçası olan Sistem Yaklaşımını genel hatlarıyla inceleyerek, bir yönetim fonksiyonu olarak halkla ilişkileri Sistem Yaklaşımı bağlamında değerlendirmektedir.

İkinci makale, şehir imajının önemi üzerine eğilmekte; nitel bir araştırma yöntemine başvurularak araştırma makalesi niteliğini taşımaktadır. Ercan Aktan'ın ve Veysel Çakmak'ın ortak çalışması, üniversite öğrencileri ile gerçekleştirilen mülakat yoluyla Aksaray'ın şehir imajını sorgulamakta ve bu kapsamda algılanan sorunlara yönelik bilgi vererek ve öneriler getirerek yerel yönetime katkı sunmaya çabalamaktadır.

## Derleme Makale

Gönderim Tarihi: 11.05.2020      Yayına Kabul Tarihi: 22.06.2020

# ÖRGÜT KURAMININ BİR PARÇASI OLAN SİSTEM YAKLAŞIMI ÇERÇEVESİNDE BİR YÖNETİM FONKSİYONU OLARAK HALKLA İLİŞKİLER VE ÖNEMİ

Fuat USTAKARA \*

Yusuf YILDIZ\*\*

### ÖZET

Örgüt Kuramı kapsamında geliştirilen Sistem Yaklaşımı, örgüt-çevre etkileşimini ele almaktadır. Sistem Yaklaşımı, sosyal bilimlerin pek çok alanına uyarlanmış; halkla ilişkiler de bu alanlardan biri olmuştur. Sistem Yaklaşımı çerçevesinde halkla ilişkiler alt sistemi, yönetim alt sistemine doğrudan bağlı olarak danışmanlık yaparak, stratejik ilişki/iletişim yönetimini gerçekleştirmektedir. Bir yönetim fonksiyonu olarak halkla ilişkiler, örgütün iletişim sürecini etkin bir şekilde yöneterek, erken uyarı mekanizması işlevini görmektedir. Bu çalışma, Sistem Yaklaşımı ve halkla ilişkiler bağıntısını kurmak suretiyle Türkiye’de halkla ilişkilerin kuramsal gelişimine katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Örgüt Kuramı, Sistem Yaklaşımı, Halkla İlişkiler, Yönetim Fonksiyonu

## PUBLIC RELATIONS AS A MANAGEMENT FUNCTION AND THE IMPORTANCE OF PUBLIC RELATIONS IN THE CONTEXT OF THE SYSTEMS APPROACH AS A PART OF ORGANIZATIONAL THEORY

### ABSTRACT

The Systems Approach developed as part of Organizational Theory deals with organization-environment interaction. The Systems Approach has been adapted to most social sciences, and public relations has been one of these scientific fields. Public relations subsystem within the scope of the Systems Approach practices strategic relationship/communication management by consulting the management subsystem directly. Public relations as a management function performs an early warning mechanism by managing the organization’s communication process effectively. The article purposes to contribute to the theoretical development of public relations in Turkey by connecting between the Systems Approach and public relations.

**Keywords:** Organizational Theory, the Systems Approach, Public Relations, Management Function

\* Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi  
ORCID No: 0000-0003-2993-0239

\*\* Öğr. Gör., Gaziantep Üniversitesi İslahiye İİBF  
ORCID No: 0000-0001-8641-8990

ATIF: Ustakara, F; Yıldız, Y. (2020). “Örgüt Kuramının Bir Parçası Olan Sistem Yaklaşımı Çerçevesinde Bir Yönetim Fonksiyonu Olarak Halkla İlişkiler Ve Önemi”. *Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi*. 1 (4): 180-194.

## GİRİŞ

Yirmi birinci yüzyılın ilk çeyreğinde, büyük işletmeler tarafından etkin bir örgüt olmanın ne kadar önemli olduğu kavranmış; örgüt bazlı işbölümünün verimlilikteki rolü anlaşılmıştır.

“Örgüt” sözcüğü, çalışmada anahtar rol üstlenmiş olduğundan, kısaca üzerinde durulmasında yarar görülmektedir. Sözlük anlamına bakıldığında, örgüt<sup>1</sup> “ortak bir amaç için bir araya gelmiş kişilerin oluşturdukları birlik, kurum, teşkilat, teşekkül” anlamına gelmektedir (Seyidoğlu, 1999: 456). Örgütlerin ortaya çıkış nedenleri, bireysel olarak başaramadığımız şeyleri gerçekleştirmektir (Can, 1999: 3). Böylece örgüt olmanın, *bir işi başaram süreci için gerekli bir mekanizma* olmaya gönderme yaptığı anlaşılmaktadır.

Örgütü bir sistem olarak ele alma girişimleri, yirminci yüzyılda gelişim göstermiş ve yönetim literatüründe yaygınlık kazanmıştır. Sistem yaklaşımı, bir örgütü/kuruluşu sistem olarak kavrar ve bu sistemin alt sistemlerden oluştuğunu açıklar. Yönetim biliminde gelişen sistem yaklaşımı, sosyal bilimlerin birçok alanına etki etmektedir. Halkla ilişkiler alanında, Grunig ve Hunt (1984), sistem yaklaşımı çerçevesinde, halkla ilişkileri bir örgütsel alt sistem olarak ele almış; daha sonra halkla ilişkilerin kuramsal gelişiminde büyük yankı getiren Mükemmel Halkla İlişkiler Kuramında, mükemmel halkla ilişkiler departmanlarının açık sistem içinde örgütlendiğinden bahsedilmiştir (Grunig, 1992). Türkiye’deki halkla ilişkiler kaynaklarında da (örneğin; Sabuncuoğlu, 2001; Görpe, 2001; Yavuz, 2006; Tarhan, 2008; Budak ve Budak, 2010; Ustakara, 2015) sistem yaklaşımına yer verilmiş; ancak sistem yaklaşımı alanında daha kapsamlı irdelemelerin yapılması gerektiği anlaşılmıştır.

Bu çalışmada, Örgüt Kuramının kategorik alt dallarından biri kabul edilen Sistem Yaklaşımı ve yine Örgüt Kuramını yakından etkileyen halkla ilişkiler ilişkilendirilerek ele alınmıştır. Sosyal bilimlerin çoğu dalında kavramsal çerçevede incelenen Örgüt Kuramı, bir bakıma örgütlerin davranışlarını; örgüt, örgütler arası ve örgütler üstü analiz düzeylerinde araştırarak; hayatımızın her alanında yer alan örgütleri anlamamızı amaç edinir (Yalçınkaya ve Türker, 2016: 519). Bu anlama çabası, doğrudan Örgüt kavramını konu edindiği kadar onunla ilgili görülen, etkileyen ve kendisine bağlı olarak süreç içinde ortaya çıkan pek çok sosyal bilim kavramının da anlaşılmasını zorunlu kılar. Disiplinler arası bir yönelime sahip

<sup>1</sup> Temel başvuru kaynağında, örgüt sözcüğü birincil anlamıyla “ortak bir amacı veya işi gerçekleştirmek için bir araya gelmiş kurumların veya kişilerin oluşturduğu birlik, teşekkül, teşkilat”; ikincil anlamıyla “bir kuruluşa bağlı alt bölümlerin bütünü” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2020). Bir başka sözlükte, “bir iş gerçekleştirmek için, ortak amaçla bir araya gelmiş kişilerden oluşan birlik, teşkilat” (Çelikkanat, t.b.: 225) olarak TDK tanımındaki birincil anlamıyla oldukça benzer şekilde ifade edilmektedir.



olan çalışma, iki temel bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, Örgüt Kuramını ve Sistem Yaklaşımını geniş bir çerçevede ele almaktadır. Buradaki bilgiler, ikinci bölümü anlamlandırmak açısından önemli bir içeriğe sahip olmaktadır. İkinci bölüm, bir yönetim fonksiyonu olarak halkla ilişkileri Sistem Yaklaşımı bağlamında değerlendirmektedir. Bu çalışma, Türkiye’de halkla ilişkilerin kuramsal gelişimi açısından daha kapsamlı irdelemeye ihtiyaç duyulan Sistem Yaklaşımı ve halkla ilişkiler bağıntısını ele alması yönüyle önem taşımaktadır.

## **1. ÖRGÜT KURAMI VE SİSTEM YAKLAŞIMI**

### **1. 1. Örgüt Kuramına Genel Bir Bakış**

Yaygın ve genel kabul gören bir tanıma göre örgüt; işbölümü, işlevlerin belirlenmesi, yetki ve sorumlulukların basamaklaştırılması yoluyla, açıkça belirlenmiş ortak bir amacın gerçekleştirilmesi için belli sayıdaki şahısların (iki veya fazlası) faaliyetlerinin akılcı bir biçimde koordine edilmesini ifade eder (Schein, 1976: 11). Literatürde yapılan diğer pek çok tanım da amaç, birey, yapı ve eşgüdüm gibi farklı faktörleri ağırlık merkezlerine alarak benzer içerik taşırlar.

İşletme ve yönetim bilimlerinin ilk kuramsallaşmaya başladığı 19. yüzyıl başlarından itibaren aslında her bir farklı yaklaşım, kendi özelinde örgüt kavramını da tanımlaya gelmiştir. Denilebilir ki, yönetim/işletmecilik yaklaşımları farklılaşırken, örgüt kavramı da farklı açılardan ele alınmış ve nihayetinde günümüzde çoğu sosyal bilimin faydalandığı zengin bir Örgüt Kuramı literatürü oluşmuştur.

Aslında bir bakıma, bilimsel yönetim, yönetsel süreç ve insan ilişkileri gibi yaklaşımlar, “örgütlerin ve yönetimin davranışlarını anlamak ve/veya açıklamak” biçiminde bugün anladığımız anlamda örgüt veya yönetim kuramları olarak değerlendirilemez. Bu çalışmalar, örgüt kuramı ve örgütsel davranış gibi çalışma alanlarının doğmasına katkı sağlayan ve genellikle örgütlerin “kuramını” geliştirmekten çok, verimli ve etkili olmasını sağlayacak bilgi üretimini hedefleyen uygulamaya dönük çalışmalardır (Sargut ve Özen, 2001: 15).

Örgüt Kuramı yaklaşımlarının tarihsel akışına bakılması, konuyu kavramak açısından yararlı olacaktır. F. Winslow, Taylor’un 1911 tarihinde yayınladığı “Bilimsel Yönetimin İlkeleri” adlı eseri, sadece yönetim biliminde klasik yaklaşımı başlatmakla kalmamış; ayrıca, o dönemde diğer yönetsel amaçlar arasında ismi çok ön plana çıkmasa da “örgüt” kavramının da literatüre dahil olmasına yol açmıştır. Fayol ve Weber tarafından da geliştirilen klasik

kuramlar, her ne kadar üretim, verim artışı, iş bölümü ve uzmanlaşma gibi kavramlara ağırlık verseler de, örgüt kavramı da yönetsel ilke ve faaliyetler kapsamında ele alınmıştır.

İşgücü verimliliğinin ve eğitim düzeyinin artması ile birlikte klasik örgüt kuramının ileri sürdüğü katı kurallar ve mekanik örgüt yapısı; örgüt içerisinde iletişimin kolaylıkla yanlış anlaşılmasına ve çatışmaların artmasına neden olmuş; bunun sonucunda Hawthorne araştırmalarında Elton Mayo ve Roethlisberger (daha sonraları ise Rensis Likert), yöneticilerin şimdiye dek ihmal edilmiş olan bireylerin duygusal yönlerine odaklanan teknikler geliştirmesi gerektiğini öne sürmüşlerdir. Amaç, biçimsel örgüt içerisinde yer alan biçimsel olmayan insan gruplarının rolünün keşfedilmesi ve biçimsel-biçimsel olmayan örgüt yapısı arasındaki dengenin korunmasıdır. Yani örgütsel kuramdaki yeni bakış, temelini, işgücünün duyguları, tutumları, inanışları, algılamaları, duygusallığı gibi organizasyonda beklenmeyen sonuçlarının farkına varılmasından almaktadır (Bayramoğlu, 2016: 53-54). Bu özelliğinden hareketle Beşeri İlişkiler Yaklaşımı olarak da adlandırdığımız Neo-klasik Yaklaşım, belki de “insan” unsurunu ön plana çıkarmasından dolayı Örgüt kavramını daha geniş ve derinlikli olarak ele almıştır denilebilir.

İnsan-çevre ya da örgüt-çevre ilişkisini asıl inceleme alanı olarak ele alan Modern Örgüt (Yönetim) kuramları ise hem Sistem Yaklaşımı aracılığıyla parça-bütün ilişkisi ve örgütlerde iç-dış çevre kavramlarını, hem de Durumsallık (Koşul Bağımlılık) Yaklaşımı ile belirsizlik, neden-sonuç ilişkisi ve örgütsel çok boyutlu uyum gibi farklı tartışma alanlarını literatüre kazandırmışlardır.

Tarihsel olarak bakıldığında halkla ilişkiler ve örgütsel iletişimin gelişmesinde klasik ve insan ilişkileri kuramlarının az da olsa etkisinin olduğu varsayılmaktadır. Ancak, modern örgüt kuramlarının ise halkla ilişkiler ve örgütsel iletişimin sosyal yaşamda kabul görmelerinde etkisinin küçümsenmeyecek oranda fazla olduğu söylenebilir (Ertekin, 2017: 68).

## **1. 2. Sistem Kavramı ve Sistem Yaklaşımının Genel Çerçevesi**

Bugünkü anlamda Sistem Yaklaşımı, ilk olarak 1920’lerde, aslında biyolog olan Ludwig Von Bertalanffy tarafından ortaya atılmıştır. Bertalanffy’nin “Genel Sistem Kuramı”, Sistem Yaklaşımının temelini oluşturur. İlk başlarda askeri ve endüstri alanlarında kullanılabileceği öngörülmüş olsa da, 1950’lerde disiplinler arası bir nitelik taşıdığı belirtilerek, sosyal bilimler alanlarında kullanılabileceği kabul edilmiştir. Geliştirdiği bu yaklaşım, 1960’lı yıllarda ise en itibar edilen örgüt yaklaşımı olarak kabul görmüştür (Akkuş

ve İzci, 2018: 224). 1968 yılında Bertalanffy'nin "Genel Sistem Kuramı" isimli kitabı, Sistem Kuramını detaylı bir şekilde inceleyerek ana hatları ile kuramsal hale getirmiştir.

Yaklaşım, tüm örgütleri beş ana öğeden oluşan bir sistem olarak kabul etmektedir. Bunlar; girdi, süreç, çıktı, dönüt (feedback) ve çevredir (Aydın, 2000: 115). Örgütün sürekli olmasının yanı sıra gelişme ve büyümesini de sürdürebilmesi, sağlıklı ve dinamik bir örgütsel dengenin sağlanması için, yöneticinin örgütle ilgili bütün iç ve dış faktörleri algılayabilmesi, yorumlaması ve uygulamaya dönük sonuçlar çıkartarak bunları örgüt bünyesine uyarlaması gereklidir (Şahin, 2004: 536). Yaklaşım, aynı zamanda kontrol, yapı, amaç, süreç, sibernetik ve ilgili konuları da inceleme alanında ön plana alır. Bir yapı olarak örgütün kendi içinde oluşan sürecin niteliğini belirleyeceği, yapının süreç için bir önkoşul olduğu kabul edilmektedir (Aydın, 2000: 115).

Sistem Yaklaşımının fikir babası olan Bertalanffy, yaklaşımı aslında öncelikli olarak biyoloji ve ilgili bilimler çerçevesinde ele almış; bunun disiplinler arası bir boyut kazanması ise kuramsal alanın genişlemesine yol açmıştır. Farklı alan ve organizasyonlar kapsamında Sistem Yaklaşımının ele alınması, "Sistem" kavramının kategorik bir şekilde incelenmesine; haliyle sistemin alt başlıklar şeklinde incelenmesine de yol açmıştır. Bunlar arasında yaygın ve kabul gören sistem alt başlıklarına baktığımızda;

\* Üretim alt sistemleri; sistemin temel amaçlarını gerçekleştiren alt sistemler olarak üretim ve hizmet faaliyetlerini yerine getirirler. İşletmeler veya kurumlar, genellikle bu alt sistemlerin yaptıkları faaliyetlerle adlandırılırlar. Bu alt sistemlere teknik alt sistemler de denilmektedir.

\* Destek alt sistemleri; bu alt sistemler, üretim veya hizmetin yerine getirilebilmesi için gerekli malzemeleri, araç ve gereçleri sunan alt sistemlerdir. Örnek olarak, satın alma departmanı, bir kuruluşta destek alt sistemi olarak görev yapmaktadır.

\* Varlık koruma alt sistemleri; işgören bulma, işgörenin eğitimi, değerlendirilmesi, ödüllendirilmesi, motive edilmesi vb. faaliyetlere odaklanmış alt sistemlerdir. İşten daha çok işi yapanlara yönelik çalışan bir alt sistemdir.

\* Uyumlayıcı alt sistemler; örgütün nasıl olduğu ile ilgilenen bu alt sistemde, sistemin iç yapısı ile ilgilenilir. Sistemin nasıl olması gerektiği üzerinde durulmaz. Bu alt sistemin çevre ile ilgilenmemesi, gelişmelerin takip edilmemesine ve sistemin değişimlere ayak uyduramamasına neden olabilir.

\* Yönetmel alt sistemler; bu alt sistemler de, diğer alt sistemlerin koordinasyonundan denetlenmesine kadar geçen süreçteki işlerden sorumludurlar. Örgütün stratejik hedeflerinin belirlenmesi, karar alma ve alınan kararların ne kadar katılımcı olacağı ve benzeri görevler de

yine yönetsel alt sistemin yetkisindedir. Tüm alt sistemlerin uyumlu çalışabilecekleri bir ortamın oluşturulması da yine yönetsel alt sistemin sorumluluğundadır. Bu nedenle diğer alt sistemlerle arasında hiyerarşik bir ilişki söz konusudur (Tortop, İspir ve Aykaç, 1999: 233-234).

Sistem Yaklaşımı bağlamında “açık sistem” ve “kapalı sistem” kavramları önem taşıdığından, bahsi geçen kavramların da buraya alınması gerekir. Sistemler; içinde buldukları çevre ile ilişkide bulunan sistemler (açık sistem) ve içinde buldukları çevre ile ilişkide bulunmayan sistemler (kapalı sistem) olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Kapalı sistemler, çevrelerinden etkilenmeyen, diğer bir deyişle girdi almayan sistemlerdir. Açık sistemler ise, sürekli olarak çevrelerinden girdi almakta ve dinamik bir denge içinde faaliyette bulunmakta; çevrelerinde oluşan değişimlere göre iç bünyelerinde de değişiklikler yaparak dengelerini korumaktadırlar. Bu bağlamda açık sistemlerde sürekli olarak girdi – değişim – çıktı ilişkisi söz konusu olmaktadır (Perker ve Akıncıtürk, 2012: 197-198). Açık ve kapalı sistem tanımlarından hareketle, gerekli değişimler açısından açık sistemlerin makul sayıldığı; kapalı sistemlerin kuramsal olarak idealize edilmeyen sistemler olduğu görülmektedir.

Yukarıdaki bilgilerle örtüşerek, Bertalanffy de “Genel Sistem Kuramı” kitabında, Sistem Kuramının açık sistem yaklaşımını benimsediğini belirtmiştir. Bu yaklaşımın temel vurgusu ise, yaşayan organizmanın kendisini oluşturan parçalardan bir bütün oluşturduğudur. Buna göre, organizma, dışarıdan enerji ve bilgi olarak açık bir sistem içerisinde yaşamını sürdürmektedir. Bu organizma, dış çevredeki değişikliklerden etkilendiği gibi, kendisi de değişikliklere yol açabilecek; bu sayede bir süre sonra dinamik dengeye ulaşabilecektir. Organizma için yapılan bu tanımlamanın işletme organizasyonları için de geçerli olduğunu söylemek mümkündür (Çınaroğlu ve Avcı, 2013: 85). Dolayısı ile açık sistem yaklaşımı, sadece parça-bütün ilişkisini konu edinmekle kalmamış; diğer yandan kuram, ağırlıklı olarak örgüt-çevre ilişkisi çerçevesinde de şekillenmiştir.

### **1.3. Sistem Olarak Örgütler**

Sistem Yaklaşımı açısından, daha önce de ifade edildiği gibi bir sistemi belirleyen beş temel eleman söz konusudur. Bunlar; girdiler, yapı/dönüşüm, çıktılar, geri besleme ve çevre olarak sıralanır. Örgütler açısından girdiler, örgütün türüne göre, makine, personel, finansal veya bilgi kaynakları olabilir. Çıktılar ise personel, finansal ve bilgi kaynak verimlilik düzeyleri olabilmektedir. Dönüşüm süreci, yönetimin; organizasyonun prosedürlerini uygulayarak bu girdileri mal ve hizmet şekline dönüştürmesidir. Çıktılar, örgüt tarafından üretilen mal ve hizmetlerdir. Geri besleme, çıktılarından sağlanan bilgi yardımıyla girdilerin

yeniden düzenlenmesidir. Çevre ise, işletmenin içinde yer aldığı sosyal, ekonomik, politik değerlerdir (Tecim, 2004: 86).

İşletme ve örgütlerin stratejik ve fonksiyonel açıları kapsayan spesifik sistem düşüncesi uygulamaları ise aşağıdaki şekilde özetlenebilir (Şenaras ve Sezen, 2017: 53):

**\* Strateji ve politika**

Sistem düşüncesi strateji oluşturulması ve test edilmesi için geniş kullanım alanlarına sahiptir. Bu, hükümet ve endüstrinin (örneğin; sağlık sistemi, iletişim, düzenleme gibi) stratejik (üst düzey) karar seviyelerinde meydana gelir.

**\* Orta Düzey İşlemler ve Tasarım**

Sistem düşüncesi aynı zamanda operasyonlar ve tasarım alanında (taktik, orta düzey) da geniş kullanım alanına sahiptir. Geleneksel olarak, imalat sistemleri önemli uygulama alanına sahiptir. Sağlık, iletişim ve lojistik gibi hizmet sektörlerinde sistem düşüncesi ve modelleme uygulamaları son zamanlarda sıklıkla kullanılmıştır. Bazı spesifik uygulamaları aşağıdaki gibidir:

- Yeni ürün ve servis geliştirilmesi
- Tedarik zinciri yönetimi
- Kurumsal kaynak planlaması (ERP)
- Ağ tasarımı ve yönetimi
- İşlevsel modelleme

Yukarıda bahsedilen alanlara ek olarak, sistem yaklaşımı, finans, pazarlama, bilgi teknolojileri, insan kaynakları ve üretim yönetimi gibi işlevsel alanlara da uyarlanmaktadır (Şenaras ve Sezen, 2017: 53).

Sistem Yaklaşımının Örgüt Kuramına katkılarına değinmek, çalışmaya derinlik katacaktır. Sistem Yaklaşımı, öncelikli olarak; örgütler ile ilgili var olan sorunların anlaşılabilmesi için sistemin ve çevresinin tamamının bir bütün olarak incelenebilmesini literatüre kazandırmıştır (Kurbanoğlu, 1993: 37). Bu bütüncü görüş, sistemin bir bütün olarak ele alındığı, alt - sistemlerin sinerji yaratacak bir şekilde oluşturulduğu düşüncesi şeklinde özetlenmektedir (Koçel, 2005: 255). Sistem yaklaşımını diğer yaklaşımlardan ayıran bir diğer önemli özellik de, Sistem Yaklaşımının bütünü oluşturan alt parçaları, bunların birbirleri ile olan ilişkilerini bir arada incelemesidir (Tecim, 2004: 80). Diğer taraftan *alt sistem, üst sistem, sinerji, atomistik ve holistik bakış, geri bildirim ve entropi* gibi pek çok kavram da, Sistem Yaklaşımı ekseninde literatüre kazandırılmış veya sosyal bilimler literatüründe geniş inceleme alanlarına kavuşmuşlardır.

Sistem Yaklaşımına yönelik eleştirilere kısaca yer verilecek olursa, yönetim bilimi alanındaki görüşlerden yararlanılabilir. Tortop ve arkadaşları, sistem yaklaşımının aslında bir kuram oluşturmadığını; ancak kavramsal bir çerçeve olduğunu; yaklaşımdaki kavramların bazı kuramsal yaklaşımları açıklamakta yetersiz ve kısıtlı olduğunu; yaklaşım için gerekli olan iyi yetişmiş yöneticilerin bulunamaması ve bu yöneticilerin ekip çalışmasının gereklerini yerine getirmemelerinin de bu yaklaşımın uygulanmasını başarısız kılacağını dile getirmişlerdir (Tortop, İspir ve Aykaç, 1999: 243). Bununla birlikte, Sistem Yaklaşımı, Örgüt Kuramının önemli bir ögesi olarak sosyal bilimlerin kuramsal gelişimine katkı sağlamaktadır.

## 2. HALKLA İLİŞKİLER VE SİSTEM YAKLAŞIMI

### 2.1. Bir Yönetim Fonksiyonu Olarak Halkla İlişkiler

Halkla ilişkilerin içerdiği anlama yönelik tanımlamalardan birinde Hutton (1999: 211), halkla ilişkileri, “stratejik ilişki yönetimi” olarak nitelemektedir. Grunig ve Hunt (1984: 6), “bir örgüt ile kamuları<sup>2</sup> arasındaki iletişimin yönetimi” olarak kapsayıcı bir tanım geliştirmektedirler. Halkla ilişkiler bağlamındaki çalışmalar, “ilişki/iletişim<sup>3</sup> yönetimi” olarak değerlendirilmektedir. Bir bilim, sanat, süreç ve meslek (Geçikli, 1999: 251) olarak kavranan halkla ilişkiler, süreç olması nedeniyle durağan değil, sürekli bir işlevselliğe sahiptir. Buna göre, halkla ilişkiler, örgütün yönetsel süreçlerinin bir parçası olarak görülmektedir.

Kapsamlı araştırması sonrasında, oluşturduğu halkla ilişkiler tanımında, Rex Harlow (1976. 36), halkla ilişkilerin “bir yönetim fonksiyonu” olduğunu aktarmaktadır. Bununla aynı eksende, Cutlip ve arkadaşları (1994: 6), halkla ilişkileri, “bir örgüt ile başarı veya başarısızlığının kendilerine bağlı olduğu kamuları arasındaki karşılıklı çıkara dayalı ilişkileri kuran ve sürdüren yönetim fonksiyonu” olarak tanımlamaktadır. Harlow ile Cutlip ve arkadaşlarının tanımlarından, halkla ilişkilerin *örgütün üst yönetimine bağlı yönetsel bir süreç* olduğu net bir şekilde kavranmaktadır.

Örgütler, kamularla stratejik ilişki/iletişim inşasına yönelirken, bu süreci çeşitli halkla ilişkiler uygulamalarıyla gerçekleştirmektedirler. Kalender (2008: 30-37), halkla ilişkilerin

<sup>2</sup> Kamu(lar), halkla ilişkiler literatüründe, “örgütün/kuruluşun iletişim kurmaya yöneldiği hedef grup(lar)” olarak kabul görmektedir. Kamu sözcüğünü, ilk kez kullanan halkla ilişkilerin meslekleşmesinde öncü rolü üstlenen Edward Bernays’tır (kavramın kapsamlı düzeyde açıklaması için bkz. Bernays, 1935: 82).

<sup>3</sup> Veriči ve arkadaşları (2001: 379), yapmış oldukları araştırma sonucunda, halkla ilişkiler ile ilgili anahtar terimlerde “ilişki” ve “iletişim” sözcüklerinin en yüksek değerlere sahip iki sözcük olduğuna vurgu yapmaktadırlar. Her iki sözcüğün farklı kullanıcılar tarafından birbirinin yerine kullanıldığı açık bir şekilde görülmektedir.

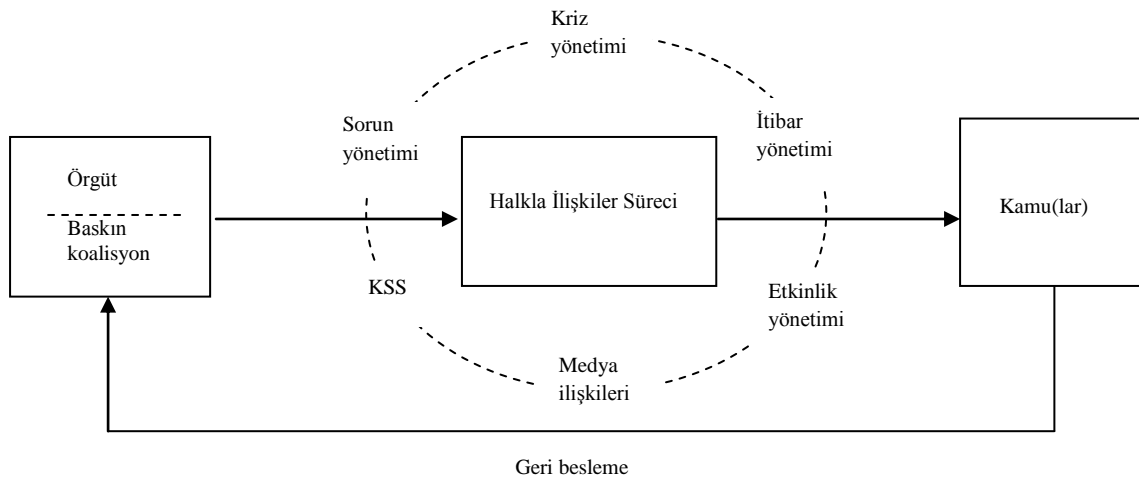
uygulama alanlarını medya ilişkilerinden konu/sorun yönetimine, kriz yönetiminden kurumsal sosyal sorumluluğa değin on dört başlık altında toplamaktadır. Halkla ilişkilerin bu kadar geniş uygulama alanına sahip olması, işlevselliğinin boyutunu açık bir şekilde göstermektedir.

Bir örgütte karar alan üst yönetim, örgütün yönetsel sürecine tamamen hâkim olmaktadır. Mükemmel Halkla İlişkiler Kuramcıları, bir örgütte stratejik kararları alan ve stratejik kamuları belirleyen örgüt üyeleri için *baskı koalisyon* terimini kullanmaktadır (Grunig, 1992: 23-24). Bir örgütteki halkla ilişkiler yönetimi baskın koalisyona dâhil edilirse, halkla ilişkiler birimi tanımlarda geçen yönetim fonksiyonu vasfını gerçekleştirerek, örgüt yönetimine büyük katkı sağlamış olacaktır. Halkla ilişkiler işlevselliği, öncelikle örgütlerde halkla ilişkiler biriminin olmasına bağlı görünmekte; buna ek olarak, halkla ilişkiler yönetiminin üst yönetime doğrudan danışmanlık yapmasını gerekli kılmaktadır.

Örgütlerde halkla ilişkiler birimleri, sorunları ve kamuları belirleyerek, yönetime danışmanlık yapmak suretiyle gerekli halkla ilişkiler uygulamalarını yönetsel sürece yansıtır; örgütün kamularla etkileşimini etkin düzeyde gerçekleştirmesini sağlarlar. Böyle bir örgütsel yönetim sürecinde, halkla ilişkiler stratejik ilişki/iletişim yönetimi olarak işler. Bir başka deyişle, yönetsel kabiliyetini arttırarak örgüt yönetiminin stratejik kararlarına tesir eder ve proaktif bir yönelime bağlı olarak, medyanın gücünden yararlanır; kamuoyu nezdinde örgütün itibarını yükseltir; sorunları etkin şekilde yöneterek krizlere dönüşmesini önler; krizlerin en az hasarla atlatılmasını sağlar.

Halkla ilişkiler çalışmalarını, örgütün kamularıyla ilişkisinin/iletişiminin yönetimini sağlayan stratejik bir yönetim fonksiyonu olarak değerlendirmek mümkündür. Bütün bu bilgiler bileşiminde, halkla ilişkileri stratejik bağlamda ele aldığımızda, aşağıda yer alan bir şekil aracılığıyla halkla ilişkiler sürecini açıklamak olası görünmektedir.

**Şekil 1. Bir Yönetim Fonksiyonu Olarak Halkla İlişkiler Ve Halkla İlişkiler Süreci**



Yukarıda şematik olarak çizilen şekil, örgüt yönetiminde baskın koalisyona dâhil olan halkla ilişkiler yönetiminin örgütün kamularla etkileşimindeki yönetsel süreci göstermektedir. Halkla ilişkiler birimi, çevreyi taramak suretiyle sorunları/gündemleri saptayarak kamularla iletişim sürecini yönetir. Kamularla gerçekleşen halkla ilişkiler sürecinde geri beslemeler değerlendirmeye alınarak, örgüt yönetiminin kararları yönlendirilir. Böylece örgüt yönetimi, halkla ilişkiler sürecini stratejik olarak yönetir (bkz. Şekil 1).

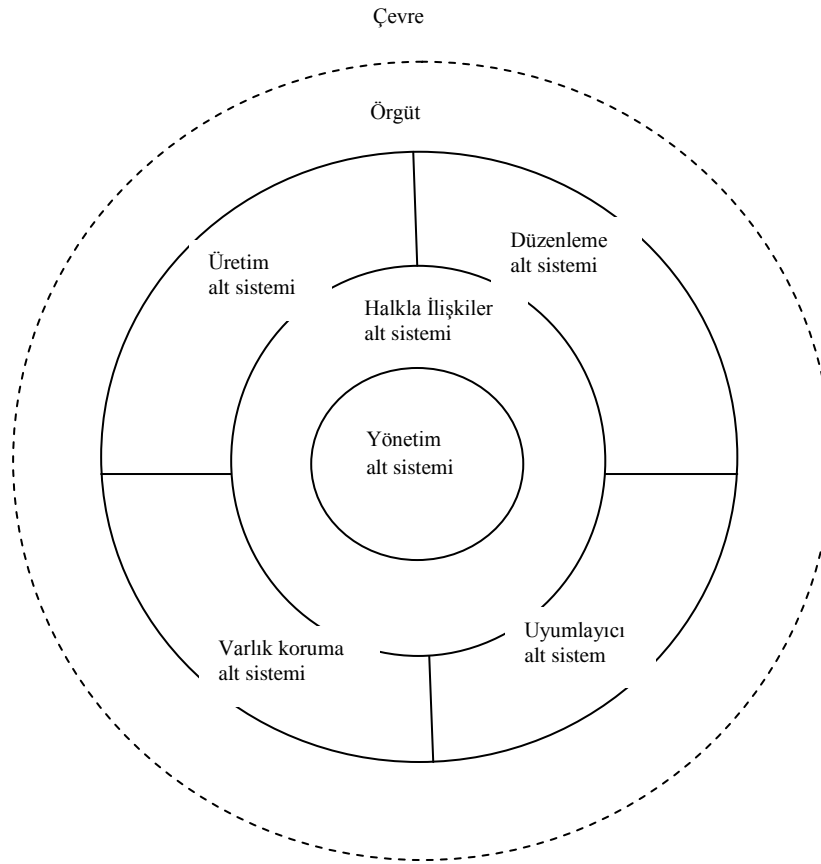
## 2.2. Sistem Yaklaşımı Çerçevesinde Halkla İlişkiler

Halkla ilişkiler literatüründe, Sistem Yaklaşımı ve halkla ilişkiler bağıntısı, Grunig ve Hunt (1984) tarafından *Managing Public Relations* adlı eserde kurulmaya başlanmıştır. Yazarlar, bahsi geçen kitapta halkla ilişkileri örgütsel bir alt sistem olarak göstermişlerdir. Bu eserden sonra, Mükemmellik Kuramını oluşturan Grunig ve arkadaşları (1992), açık sistem yapılı örgütlerde halkla ilişkilerin görevini en etkin düzeyde gerçekleştirebileceğini belirtmektedir.

Sistem kavramına yeniden özlü bir şekilde bakılarak, Sistem Yaklaşımı ve halkla ilişkiler bağıntısını kurmak, bu bölümü daha kapsamlı hale getirecektir. Sistem kavramı, genel anlamıyla, *kendi aralarında anlamlı ilişkiler bütünü veya bir aradaki işlevler dizini* olarak tanımlanabilir (Yoldaş, 2004: 62). Sistem kavramı, bir bütünü anlatmakta; bütünün parçaları alt sistemleri oluşturmakta ve bunlar arasında dinamik ilişkiler kurulmaktadır (Sabuncuoğlu, 2001: 11). Grunig ve Hunt (1984), aşağıdaki şekilde rahatlıkla görüleceği üzere, halkla ilişkileri yönetimin bir alt sistemi olarak kurgulamaktadırlar.



## Şekil 2. Örgütsel Bir Alt Sistem Olarak Halkla İlişkiler



**Kaynak:** Grunig ve Hunt, 1984: 9

Yukarıdaki şekilde görüldüğü üzere, halkla ilişkiler bütün alt sistemler ile ilişkili ve yönetim alt sistemine doğrudan bağlı bir alt sistem olarak gösterilmektedir. Bu perspektifte, örgütsel bir alt sistem olarak halkla ilişkilerin işlevsel boyutu güçlü hale getirilmektedir (Ustakara, 2015: 55).

Açık sistemler, sistemin dış çevresinden girdiler almakta ve çıktılarla yanıt vererek, bundan kendisi etkilendiği gibi, toplumsal çevreyi etkilemektedir (Yoldaş, 2004: 18). Şekilde açıkça ortaya çıktığı üzere, halkla ilişkiler yönetimi, üst yönetime toplumsal çevreden gelen geribildirimleri açıklayarak ve diğer birimler ile sürekli etkileşimde bulunarak danışmanlık görevini üstlenir. Tarhan'ın belirttiği gibi (2008: 125), bir örgütte halkla ilişkiler birimi, çevrede gerçekleşen veya gerçekleşebilecek değişikliği erken uyarı sistemi işlevselliğiyle hızlı bir şekilde değerlendirerek üst yönetime bildirmesiyle krizlerin önüne geçilmesini sağlayabilmektedir.

Baskın koalisyon, genellikle açık, simetrik bir sistemin gücünü tehdit ettiğine inanır (Grunig ve Grunig, 1992: 300). Buna bağlı olarak, birçok örgüt yönetimi, kapalı sistem

yaklaşımıyla hareket ederek halkla ilişkiler işlevselliği ile çelişkili bir kısır döngüye girer (Ustakara, 2015: 56). Birçok örgüt yönetimi, örgütte halkla ilişkiler birimine yer vermeyerek ya da bir birim oluşturulsa dahi halkla ilişkiler birimine yönetsel güç fırsatını tanımayarak, erken uyarı mekanizmasından yararlanamamakta; sorunları ve stratejik kamuları saptayamamakta ve bunun bedelini ağır ödemektedir.

Sistem Yaklaşımı çerçevesinde, bir yönetim fonksiyonu olarak halkla ilişkiler, yönetim alt sistemine bağlı olarak baskın koalisyonda yer aldığı anda, diğer alt sistemlerle etkileşimli bir alt sistem olarak erken uyarı mekanizmasını devreye geçirir ve stratejik kamulardan gelen tepkiler doğrultusunda sorunları/gündemleri zamanında saptayarak çatışmaların krizlere dönüşmesini engeller.

### **Sonuç**

Örgüt Kuramı, işletme ve yönetim bilimi alanında gelişerek yaygınlık kazanmış ve Sistem Yaklaşımı, Örgüt Kuramının bir ögesi olarak sosyal bilimler alanında pek çok alana uyarlanmıştır. Örgüt-çevre etkileşimini konu alan Sistem Yaklaşımı, örgütü bir sistem olarak tasarlamakta ve örgütün birçok alt sistemden oluştuğunu varsaymaktadır.

Halkla ilişkiler, Sistem Yaklaşımı çerçevesinde ele alındığında, doğrudan yönetim alt sistemine bağlı ve örgütte stratejik kararları belirleyen baskın koalisyonun bir üyesi olarak stratejik kamularla örgütün ilişkisini/iletişimini yönetir. Açık sistem yapısına sahip bir örgütte halkla ilişkiler alt sistemi, çevreden gelen iletişim girdilerini değerlendirerek, yönetime danışmanlık yapmakta ve yönetimin kararlarında çevrenin beklentilerinin karşılanmasına çaba göstermekte; bunun sonucunda, yönetimin çıktılarını çevreye göndermektedir. Halkla ilişkiler, bu işlevselliğiyle örgüt-çevre etkileşimini karşılıklı çıkarlar ekseninde organize etmektedir.

Sistem Yaklaşımı, halkla ilişkilerin kuramsal gelişiminde önemli bir uğraktır. Stratejik ilişki/iletişim inşasına yönelik ve bunu sürdüren halkla ilişkiler, örgütlerin önemli bir yönetim fonksiyonudur. Sistem Yaklaşımı, halkla ilişkilerin işlevselliğini göstermek bağlamında yarar sağlamaktadır. Ülkemizde halkla ilişkiler üzerine çalışan akademisyenlerin, Türkiye’de halkla ilişkilerin kuramsal gelişimine katkı sağlamak açısından Sistem Yaklaşımı ve Sosyal Kuram gibi kuramsal artalandan yararlanarak sosyal bilimleri halkla ilişkiler ile ilişkilendirmeleri önerilmektedir. Bu türden çalışmalar, örgüt yönetimleri ve örgütlerdeki halkla ilişkiler birimleri için yol gösterici birer rehber niteliğini taşıyacaktır.

**KAYNAKÇA**

- Akkuş, B.; İzci, N.A. (2018). "Sistem Yaklaşımı, Kavramları ve Yönetim". *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 7: 223-237.
- Aydın, M. (2000). *Eğitim Yönetimi*. Ankara: Hatiboğlu Yayınevi.
- Bayramoğlu, G. (2016). "Karmaşıklık Paradigması Işığında Örgüt Teorilerinin Yeniden Değerlendirilmesi". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 35: 49-63.
- Bernays, E. L. (1935). "Molding Public Opinion". *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 82-87.
- Budak, G.; Budak, G. (2010). *İmaj Mühendisliği Vizyonundan Halkla İlişkiler*. İzmir: Barış Yayınları Fakülteler Kitabevi.
- Can, H. (1999). *Organizasyon ve Yönetim*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Cutlip, S. M.; Center, A. H.; Broom, G. M. (1994). *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Çelikkanat, D. (Haz.) (t.b.). *Pratik Türkçe Sözlük*. İstanbul: Gün Yayıncılık.
- Çınaroğlu, S.; Avcı, K. (2013). "Yönetim Biliminde Sistem Yaklaşımı ve Sağlık Alanı Özelinde Bir Değerlendirme". *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 17 (1): 83-101.
- Ertekin, İ. (2017). "Klasik Örgüt Kuramları". *Journal of Emerging Economies and Policy*. 2 (2): 64-73.
- Geçikli, F. (1999). "Süreç Bilim, Meslek ve Sanat Olarak Halkla İlişkiler". *İÜ İletişim Fakültesi Dergisi*. 9: 251-263.
- Görpe, S. (2001). *Halkla İlişkiler Kavramları*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Grunig, J. E.; Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Belmont CA: Thomson Wadsworth.
- Grunig, J. E. (1992). "Communication, Public Relations, and Effective Organizations: An Overview of the Book". *Excellence in Public Relations and Communication Management*. (Ed. J. E. Grunig). Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1-28.
- Grunig, J. E.; Grunig, L. A. (1992). "Models of Public Relations and Communication". *Excellence in Public Relations and Communication Management*. (Ed. J. E. Grunig). Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 285-325.
- Harlow, R. (1976). "Building a Public Relations Definition". *Public Relations Review*. 2 (4): 34-42.

- Hutton, J. G. (1999). "The Definition, Dimension, and Domain of Public Relations". *Public Relations Review*. 25 (2): 199-214.
- Kalender, A. (2008). "Halkla İlişkiler: Kavramlar, Tanımlar ve Uygulama Alanları". *Halkla İlişkiler*. (Ed. A. Kalender ve M. Fidan). Konya: Tablet Yayınları, 11-47.
- Koçel, T. (2005). *İşletme Yöneticiliği*. İstanbul: Arıkan Yayıncılık.
- Kurbanoglu, S. S. (1993). "Sistem Yaklaşımı ve Kütüphanecilik Bilimi". *Türk Kütüphaneciliği Dergisi*. 7 (1): 33-40.
- Perker, Z.S., Akıncıtürk, N. (2012). "Sistem Yaklaşımı Bağlamında Geleneksel Anadolu Konutunun Güne Uyarlanmasını Etkileyen Üst Sistemler ve Sistemler Arası Etkileşime İlişkin Bir İrdeleme". *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. Yaz-2012. 11 (41): 195-213.
- Sabuncuoğlu, Z. (2001). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*. Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Sargut, A. S.; Özen, Ş. (2001). "Örgüt Kuramlarına Genel Bir Bakış: Karşılaştırmalı Bir Çözümleme". *Örgüt Kuramları*. (Der. A. S. Sargut ve Ş. Özen). Ankara: İmge Kitabevi, 11-34.
- Schein, E. H. (1976). *Örgüt Psikolojisi*. (Çev. A. Sağtür ve Ş. Özalp). Eskişehir: Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları.
- Seyidoğlu, Halil (1999). *Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük*. İstanbul: Güzem Can Yayınları:
- Şahin, A. (2004). "Yönetim Kuramları ve Motivasyon İlişkisi". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Ocak 2004, Sayı: 11: 523-547.
- Şenaras, A. E.; Sezen, H. K. (2017). "Sistem Düşüncesi". *Journal of Life Economics*. 4 (1): 39-58.
- Tarhan, A. (2008). "Halkla İlişkiler Modelleri". *Halkla İlişkiler*. (Ed. A. Kalender ve M. Fidan). Konya: Tablet Yayınları, 121-144.
- Tecim, M, V. (2004). "Sistem Yaklaşımı Ve Soft Sistem Düşüncesi". *D. E. Ü. İ. İ. B. F. Dergisi*. 19 (2): 75-100.
- TDK (Türk Dil Kurumu) (2020). Sözcük arama: "örgüt", <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 05.05.2020
- Tortop, N.; İspir, E. G.; Aykaç, B. (1999). *Yönetim Bilimi*. Ankara: Yargı Yayınevi.
- Ustakara, F. (2015). "Ağ Teknolojisinin Gelişimiyle Kamuların Halkla İlişkiler İşlevselliğine Yönelik Algıları: Gaziantep Araştırması". *E-Journal of New Sciences Academy*. 10 (2): 51-68.

Verčič, D.; van Ruler, B.; Bütschi, G.; Flodin, B. (2001). "On the Definition of Public Relations: A European View". *Public Relations Review*. 27 (4): 373-387.

Yalçınkaya, A.; Türker, Y. (2016). "Türk Yönetim/Örgüt Yazınında Örgüt Kuramı Çalışma Alanı: 2002-2013 Yılları Arası Bir Değerlendirme". *Ege Akademik Bakış Dergisi*. 16 (3): 519-530.

Yavuz, C. (2006). *Halkla İlişkiler*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yoldaş, Y. (2004). *İşlevsel-Yapısal Sistem Kuramı*. Ankara: Roma Yayınları.

## Araştırma Makalesi

Gönderim Tarihi:04.05.2020 Yayına Kabul Tarihi: 20.06.2020

# ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN BAKIŞ AÇISIYLA YAŞANABİLİR BİR KENT OLARAK AKSARAY: SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ\*

Ercan AKTAN\*\*

Veysel ÇAKMAK\*\*\*

### Özet

Bireylerin gözünde şehirler, o şehrin yaşanabilir olarak algılanma düzeylerine göre değer kazanırlar. Bulunduğu şehirde mutlu olmayan birey, bulduğu ilk fırsatta oradan ayrılmak isteyecek ya da sürekli şikâyet, yakınma halinde olacaktır. Bu durum şehre bağlılığı azalttığı gibi şehir yönetimlerini de zorlaştırıcı sonuçlara yol açabilir. Bununla birlikte şehrin daha iyi imkân ve ortamlara kavuşmasında şehirde bulunanların katkısı oldukça önemlidir. Bu katkı yaşadığı yerden memnun olan bireylerde daha fazla iken; memnuniyetsiz olan bireylerde daha az olacak ya da hiç olmayacaktır. Dolayısıyla şehirlerin gelişmesi açısından tüm paydaşların desteği son derece önemlidir. Bu çalışmada Aksaray Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilerin Aksaray'ı yaşanılabilir bir kent olarak nasıl değerlendirdikleri, Aksaray'ın yaşanabilir bir şehir olarak değerlendirilmesinin önündeki engellerin neler olduğu sorularına yanıt aranarak, muhtemel çözüm önerileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Söz konusu araştırma mülakat tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiş, böylelikle sorunlar ve çözüm önerileri nitel bir yaklaşımla değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Aksaray, Aksaray Algısı, Yaşanabilir Kent, Kent İmajı, Kent Kimliği.

## AKSARAY AS A LIVABLE CITY FROM THE POINT OF UNIVERSITY STUDENTS: PROBLEMS AND SOLUTION OFFERS

### Abstract

In the eyes of individuals, cities gain value according to perceiving a city as a livable city. Individuals who are not happy in their city will either attempt to leave the city at the first opportunity or constantly complain about it. This condition may not only decrease the commitment to city, but also complicate urban administrations. In addition to this, city dwellers play a very important role in taking the city to better opportunities and environments. This role will be more apparent in individuals who are pleased with their present accommodation and less apparent or non-existent in those who are displeased. Thus, the support of all stakeholders is of great importance for the development of cities. This study will seek an answer to the questions regarding how students studying in Aksaray University evaluate Aksaray as a livable city and the obstacles in evaluating Aksaray as a

\* Bu çalışma, 26-28 Ekim 2017 tarihlerinde düzenlenen II. Uluslararası Aksaray Sempozyumu'nda Özet Bildiri olarak sunulan araştırmanın gözden geçirilmiş ve genişletilmiş halidir.

\*\* Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi İletişim Fakültesi  
ORCID No: 0000-0001-8731-1896

\*\*\* Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi İletişim Fakültesi  
ORCID No: 0000-0001-5785-7636

ATIF: Aktan, E.; Çakmak, V. (2020). "Üniversite Öğrencilerinin Bakış Açısıyla Yaşanabilir Bir Kent Olarak Aksaray: Sorunlar Ve Çözüm Önerileri". *Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi*. 1 (4): 195-212.

livable city and try to present possible solution offers. The study in question conducted by using interview method and thus, problems and solutions offers evaluated with a qualitative approach.

**Keywords:** Aksaray, Perception of Aksaray, Livable City, City Image, City Identity.

## Giriş

Kentler, özellikle sanayi devriminden sonra, yaşanan göçler ile insanların daha yoğun yaşadığı, sayıları ve nüfusları hızla çoğalan yerleşkeler olarak varlıklarını devam ettirmektedir. Kentlerde meydana gelen bu yoğunluk, o kentlerde yaşayan bireylerin hayatlarından aldıkları hazlar üzerinde de etkilidir. Ancak, son dönemde çokça tartışıldığı gibi, kentsel yaşam alanlarının ve kent hayatının insanlar üzerinde hayli fazla olumsuzluk oluşturduğu da görülmektedir.

Yoğun trafik, gürültü kirliliği, görüntü kirliliği, hava kirliliği, yaşam alanlarındaki daralma vb. gibi pek çok sebep, alınacak hazlar üzerinde negatif yönde etkili olan unsurlar arasındadır. Bu bağlamda bireylerin kentsel yorgunluklar ve soğukluklar yaşaması olası bir durumdur. Buna karşın daha iyi eğitim, daha iyi sağlık imkânları, daha çok eğlence alternatifi gibi bazı olasılıklar da kentsel yaşamın insanlara kattığı pozitif yansımalar olarak görülebilir.

Bu doğrultuda, kentsel yaşamın insanlara negatif açıdan sundukları ile pozitif açıdan sağladıkları arasında birey, zaman zaman bocalama yaşayabilmektedir. Bu bocalama bireye daha iyi alternatifler arama ve bulma yönünde telkinlerde bulunabilir ya da bu değerlendirme neticesinde birey, elinde var olanın en iyi alternatif olduğu fikrini kanıksayabilir. Bu durumda bireyin o kente dair elde ettiği imajlar ve kimlikler de etkilidir. Diğer bir ifade ile bireylerin yaşadıkları ya da yaşamak istedikleri kentlere dair sahip oldukları imajlar ve kimlik algıları onların yaşanabilir kent kabulünü oluşturur. Böylelikle kentler, daha yaşanabilir alanlar olma ya da içinde yaşayan bireylerin daha mutlu bireyler olması noktasında rekabet avantajına sahip olabilirler.

Bu gerekçelerle, bu çalışmada Aksaray İli'nin, yaşanabilir bir kent olarak nasıl algılandığı değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu maksatla Aksaray'a dışardan gelen ve belli bir süre Aksaray'da yaşayan üniversite öğrencilerinin yaşanabilir bir kent olarak Aksaray'ı nasıl algıladıklarını ortaya koymak adına mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Araştırmada mülakat tekniğinin kullanılmasının ana sebebi derinlemesine bilgi alabilmektir.

## 1.Yaşanabilir Kent Kavramı

Farklı araştırmacıların sahip oldukları farklı bakış açıları sebebiyle (Mohit ve Iyanda, 2016: 863) yaşanabilirlik kavramına dair pek çok tanımlama yapılabilir (Holden ve Scerri,

2013: 445). Bu tanımlardan birine göre yaşanabilirlik, bir yerin yaşam kalitesi, sağlık ve refahı ne derece desteklediğini açıklayan bir kavramdır (Tapsuwan ve ark., 2018: 133; Mohit ve Iyanda, 2016: 863). Diğer bir yaklaşıma göre ise “gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama kabiliyetinden ödün vermeden mevcut neslin ihtiyaçlarını karşılama” şeklinde açıklanmaktadır (Holden ve Scerri, 2013: 445). Aynı zamanda yaşanabilir kent, insanlar için ikamete elverişli, yaşamak için uygun yerler anlamına da gelmektedir (Saffuan ve ark., 2012: 706).

Yaşanabilir kentler, insanlar için oturmak ve yaşamak için uygun yerlerdir. Yaşanabilir kentin temel unsurları durağanlık, sağlık, kültürel etkinlikler, çevresel unsurlar, eğitim ve altyapı şeklinde sıralanabilir (Saffuan ve ark., 2012).

Karadağ'a göre (2009: 32) “Bir yaşam alanı olarak kentler, doğal ve kültürel birçok unsurun bir arada ve karşılıklı etkileşim içinde bulunduğu insan ekosistemleridir. Bir yandan hava, toprak, su, bitki gibi doğal çevre koşulları, diğer yandan da ekonomik kalkınma için sürekli geliştirilmek zorunda olan ulaşım, ticaret, sanayi, turizm gibi sosyo-ekonomik faaliyetler aynı alanda ve iç içe geçmiş durumdadır. Aynı zamanda farklılaşmış nüfus gruplarının bir arada yaşadığı karmaşık bir yapı gösterirler. Kent, aynı zamanda farklı etnik, toplumsal ve kültürel alışkanlıklara, yaşam tarzına ve sosyal profile sahip, çevresel algıları değişkenlik gösteren insanların birlikte yaşamak durumunda kaldığı mekânlardır. Böylesi bir büyüklük, yoğun yapılanma ve kentsel hareketlilik kentsel çevre üzerinde de ciddi bir baskı oluşturmakta ve kentler çoğu zaman çevresel bozulma ve kirlenmenin de odağı haline gelen bir anlamda risk mekânlarına dönüşmektedir”.

Günümüzde çok yoğun biçimde hızlı kentleşme ve nüfusun yaşlanmasına ilişkin endişeler artmaktadır. Birleşmiş Milletler tarafından yapılan ankete göre, toplam dünya nüfusundaki 7 milyar insanın yaklaşık yarısı kentsel alanlarda yaşamakta ve bu oranın 2030 yılına kadar % 60'ın üzerinde gerçekleşmesi beklenmektedir. Altı çizilen anket sonuçlarına göre yaşlı nüfus sayısı artan kentlerde genel olarak, 65 yaş üstü kişilerin oranı % 7.6 olarak gerçekleşmekle birlikte bu oranın 2060 yılında % 18.3 olacağı tahmin edilmektedir (Taniguchi, 2014: 310). Bu yönüyle kentleşme ve yaşanabilir kent kavramlarının yeniden düşünülmesi gerekebilir. Diğer bir ifadeyle yaşlanan kent nüfusuna karşın hızlanan kent yaşamının oluşturacağı aksaklıkların yaşanabilir kentler üzerinde ortaya çıkaracağı dönüşümler değerlendirilmeye alınmalıdır.

Bunun yanı sıra dünya nüfusunun yarısı şehir merkezlerine yakın yerlerde yaşamaktadır. Bu oranda büyüyen nüfus, yerel yetkililere olumlu ve olumsuz durumlar getirmektedir. Şehirler, ekonomik faaliyetlerin ve istihdam olanaklarının merkezi olarak işlev görürler. Bu şehirler, vatandaşların yeni bir hayat aramaları için cazibe merkezi haline geliyor



gibi görünebilmektedir. Bununla birlikte, kentler barınmak için konut alanları, cazibe arttırmak ve ekonomiyi canlandırmak gibi biçimlerde cazibe oluşturmanın yanında diğer turistik mekânları da sağlamalıdır. Yaşanan durum, şehirlerdeki büyüme ölçeğinin kent içindeki işletmelerde yaşayan, çalışan ve meşgul olanlar için yeni sosyal, ekonomik ve çevresel zorluklar yaşanmasının da kaynağı konumundadır (Shamsuddin ve ark., 2012: 168).

Daha küçük yerleşmelerde yaşayanların gözüyle çoğu zaman “fırsatlar mekânı” olarak algılanan kentler, göçe bağlı aşırı nüfuslanma ve beraberinde gelen kent arazilerinin yanlış ve çevresel kapasitesinin üzerinde kullanımlarından kaynaklanan çevresel sorunlar nedeniyle, hızla içinde yaşayanlar açısından yorucu ve çalışılan, ancak yaşayanların gelecek planları içinde yer almayan alanlara dönüşmektedir. Ayrıca aynı olumsuz süreç kentlerde, yoğun trafik, yoğun endüstriyel üretim, aşırı ekolojik yüklenme, düzensiz yerleşim alanları, gecekondu ve kaçak yapılar ve kent içinde kent kavramının altını boşaltırcasına yaşanabilirlikten uzaklaşan semtler ve kentten uzak yaşamlar dolayısıyla sosyal huzursuzluğu da yerleşik hale getirmektedir (Karadağ, 2009: 33). Bu sonuç da kentlerin yaşanabilir olarak algılanmasını ve yaşanabilir kent değerini düşüren ana faktörler arasında yer almaktadır.

## 2.Kent İmajı

Yaşanabilir kent algısı üzerinde oldukça önemli tesiri bulunan, yirminci yüzyılın ortalarından sonra Lynch tarafından ortaya atılan (Suthasupa, 2012: 285) ve uzunca bir geçmişe sahip olan kent imajı son dönemlerde özellikle yerel yönetimler tarafından yeniden ön plana çıkartılan bir kavramdır (Smith, 2005: 399). Pike ve Ryan tarafından altı çizildiği gibi duygusal, bilişsel ve harcanan çabalar sonucu ortaya çıkan (Oshimi ve Harada, 2019: 263) kent imajı, insanların bir kente ait zihinlerinde oluşan görsel bir resim olarak adlandırılır (Gilboa ve ark., 2015: 50). Kent imajı, bireylerde birlik hissi uyandıracak, belirli fiziksel ve sosyal uyarı yöntemi ile kent hakkındaki sıfat ve tanımlamaların tümüdür (Koçyiğit ve Aktan, 2020: 7; Luque-Martínez ve ark., 2007: 335). Kent imajı kavramının, kenti bir bütün olarak gösterme, belirli değerleri ve anlamları ve şehrin dolaşımına izin verilen bilgisini temsil ettiğini söylemek mümkündür (Zhu ve ark., 2011: 222).

Bireyler tarafından algılanan zihinsel imgeler, fiziksel çevrenin ve onun anlam ve değerlerinin temsil edilmesinden oluşur. Zihinsel imgeler, yaş, cinsiyet, yaşam tarzı ve sosyo-kültürel geçmişe bağlı olarak farklılık gösterecektir. Görüntüler kişiden kişiye farklılık gösterecek ancak ortak zihinsel imaja neden olan özellikleri paylaşılacaktır (Suthasupa, 2012: 284-285). Kentsel görüntü ve kalite geliştirme, kent güçlendiriciliğine yönelik daha geniş kentsel gelişim hedeflerinin bir parçası olarak ele alınmaktadır. Dolayısıyla bir kentin

sürdürülebilir, sosyal olarak adil ve yaşanabilir olarak statüsünün artırılmasına yardımcı olmak için imajının ve kalitenin geliştirilmesi önemlidir. Kentte yaşayan sosyal aktörler bu sürecin merkezindedir. Bu çevreler, kentsel alanların tasarımcıları ve planlamacıları olarak ve şehre değer veren bireyler veya sosyal gruplar olarak kent imajına oldukça ciddi katkılar yapmaktadırlar (Ferbrache ve Knowles, 2017: 104). Koçyiğit'e göre (2019: 99) "kent imajı, hem mekân estetiği hem de günlük hayat ile rasyonel ve duygusal bir etkileşimin sonucu oluşmaktadır. Şehrin görseelliği ve imajı, modern yaşamın doğasından, kültürel ve tarihi geçmişten, şehri marka haline getiren şehir sakinlerinden ve ziyaretçi profilinden bağımsız düşünülemez".

Kent imajı tek düze bir yapıya sahip değildir. Bu imaj türü bütüncül bir yapıya sahiptir. Bu yönüyle kent imajının altı boyutu söz konusudur. Bu boyutlar: **1)Varlık**, bir kentin uluslararası konumu; **2)Yer**, kentlerin fiziksel yönlerinin algıları; **3)Potansiyel**, ekonomik ve eğitimsel fırsatlar; **4)Vurgu**, kentsel yaşam tarzı; **5)İnsanlar**, sakinlerin yabancılarla olan ilişkileri ve **6)Ön Koşullar**, bir kentin temel niteliklerinin algılanışı olarak sıralanabilir (Anholt, 2006: 19). Aynı zamanda 1960 yılında yayınlanan "Kent İmajı" adlı çalışmada Lynch tarafından belirtilen kent imajının iskeleti olarak kabul edilen beş element söz konusudur. Bu elementler: yollar, kıyılar ve kenarlar, ilçeler, şehir merkezleri ve yön bulma işaretleri olarak sıralanabilir (Filomena ve ark., 2019: 14).

Kent imajı kent markacılığının temelini oluşturur ve markanın harici sunumudur. İyi bir kent imajı kentler için aynı zamanda bir rekabet avantajıdır (Xue ve ark., 2012: 747). Ürün ve kurumsal marka literatüründen esinlenen şehir markası, bir marka kimliğinin tanımlanmasıyla başlayıp, daha sonra farklı hedef kitleler için farklı etiketlerle belirlenmiş ve son olarak şehir imajları aracılığıyla dış dünyaya aktarılır (Lu & De Jong, 2019: 154). Bir yerin kent imajı ve şehir markasının artırılması için birçok yapıya sahip olması gerekmektedir. Bunlar (Güçlü, 2016); modern otogar, modern havaalanı, modern stat, modern kapalı spor salonu, alışveriş merkezi, alışveriş caddesi, kültür merkezi, kültür caddesi, üniversite, gençlerin eğlenebileceği alanlar ve organize sanayi bölgesidir.

Bireyler için kent imajı ve mekân duygusu genellikle belirsiz, soyut ve basittir. Bununla birlikte, bu tür görüntüler önemlidir, çünkü insanların, örneğin yatırımlarına, yerleşim yerlerine veya tatil yerlerine ilişkin genellemeler ve nihai kararlar vermelerine yardımcı olurlar (Yusoff vd., 2014: 584). Bir kentin "geleneksel olmayan" yollarla rekabet edebilme yeteneği, imajına ve itibarına önemli katkıda bulunabilir, bu da daha fazla insanı şehre çekmek ve ticarete çekmek yoluyla ekonomik büyümeyi teşvik eder. Yüksek kaliteli

ulaşım altyapısı bu süreçlerin kolaylaştırılmasına yardımcı olabilir (Ferbrache ve Knowles, 2017: 104).

### 3.Kent Kimliği

“Günümüz kentlerinin en çok gözden kaçan, oysa en önemli sorunlardan biri kentin kendine ait kimlik arayışı ve kimlikten yoksunluktur. Bu arayışın belirtileri büyük küçük her kentin gelişim süreci boyunca kendini göstermekte, ancak doğru algılanıp yönlendirilmediği için net bir tanıma ulaşmamaktadır. Bu nedenle kentsel kimlik konusuna duyarsız olan hemen her ülkede kimliksiz kentler başıboş biçimde ve sorunlarıyla birlikte büyümeye devam etmektedir” (Demir, 2006: 117). Bu bakımdan kent kimliği, üzerinde durulması gereken önemli konular arasında yer almanın yanı sıra kentin yaşanabilir bulunması hususunda da önemli bir rol üstlenmektedir.

Kimlik, kentin çeşitli paydaşları tarafından (sakinleri, turistleri ve yatırımcıları) tecrübe edilmesini içerir. Başka bir deyişle, bir kentin kimliği, izleyicileri tarafından algılanan imajından farklı olabilir (Gilboa ve ark., 2015: 50).

Bir diğer tanıma göre kent kimliği, “kent imajını etkileyen; her kentte farklı ölçek ve yorumlarla kendine özgü nitelikler taşıyan; fiziksel, kültürel, sosyo-ekonomik, tarihsel ve biçimsel faktörlerle şekillenen; kentliler ve onların yaşam biçiminin oluşturduğu; sürekli gelişen ve sürdürülebilir kent kavramını yaşatan, geçmişten geleceğe uzanan büyük bir sürecin ortaya çıkarttığı anlam yüklü bütünlüktür” (Kaypak, 2010: 347).

Biol’a göre (2007: 46) kent kimliği ise, kente ait olan, o kenti diğerlerinden farklı kılan ve o kente değer katan, o kente özgü unsurların oluşturduğu bir bütündür. Diğer bir deyişle o kentin anlamıdır. Bu unsurlar belli noktalarda ağırlık kazanabilir; örneğin kent coğrafi konum olarak bir dağın eteğinde ya da deniz kenarında kurulmuş olabilir, diğer kentlere yakın ya da uzak olabilir, dini ya da tarihi unsurlara sahip bir kent olabilir ya da o kentte ticaret ve ekonomi çevre kentlere göre daha fazla gelişmiş olabilir. Sözü edilen bu tür unsurlar, kentlerin özgün kimliklerinin oluşumuna katkıda bulunurlar.

Kaypak’a göre (2010: 346-347) “kent kimliği uzun bir zaman dilimi içinde biçimlenir. Kentin coğrafi içeriği, kültürel düzeyi, mimarisi, yerel gelenekleri, yaşam biçimi, niteliklerin karışımı olarak kente biçim verir. Bir bakıma kentin kimliği o kentin ruhu demektir. Geçmişte belli sınırlar içinde kalmış geleneksel kentlerin sınırları bugün oldukça genişlemiş ve büyüyen kentler, kentliye yaşanabilir olanaklar sunmaktan uzaklaşmıştır. Artık yaşanabilen ve yaşam için tercih edilen bir kent herkesin özlemi olmuş ve kentlerde, kaybolmaya yüz tutmuş birçok kültürel varlığın önemi anlaşılmıştır. Kültürel varlıkların canlandırılması ve yaşatılmasıyla yeni ekonomik faydalar elde edilmesi çalışmaları ağırlık kazanmıştır. Tarihsel gelişim süreci içerisinde kentler,

geliştikleri bölgelerin kültür sanat merkezleri olma işlevini de yerine getirip kültürel mirasın bir sonraki kuşaklara yeni eklentilerle aktarıldığı mekânlara dönüşmeye başlamışlardır. Kültürel mirası, tarihi geçmişi ve özgünlüğü ile farkını göstermeye dayanan bir markalaşmanın, kentin sosyo-kültürel ve ekonomik yapısına katkısı tartışılmazdır”.

Kent kimliğinin kentlere bundan başka faydalarının olduğundan da bahsedilebilir. Bunlar şu şekilde sıralanmaktadır (Demir, 2006: 117):

- ✓ Kentin kimliğinin olması, en başta onun diğer kentler arasından ayrılıp, tanınır hale gelmesini sağlar,
- ✓ Büyüme modeli kent kimliğine uygun biçimde gelişir,
- ✓ Kentin var olan kimliğine zarar verecek kullanımlar en baştan reddedilir,
- ✓ Toplumsal duyarlılık kent kimliğine bağlı olarak artar,
- ✓ Yapılması düşünülen yatırımlarda nitelik ve uygunluk aranmaya başlanır,
- ✓ Kentsel kaynakların kullanımı kent kimliğine paralel olarak rasyonalize olur.

Dolayısıyla kent kimliği de kent imajını ve aynı doğrultuda yaşanabilir kent algısını etkileyen yegâne unsurlar arasında sayılabilir. Diğer bir ifade ile kentlerin yaşanabilir olarak algılanması noktasında kentsel imajlar gibi kent kimliği de rol oynar.

#### 4.Yöntem

Aksaray’ın yaşanabilir bir kent olarak nasıl algılandığını ortaya koyabilmek amacıyla gerçekleştirilen bu araştırmada, nitel bir araştırma yöntemi olan derinlemesine mülakat tekniği kullanılmış ve bu doğrultuda Aksaray Üniversitesi’nde öğrenci olan ve Aksaray dışından gelen on kişi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcı öğrencilerin belirlenmesinde en kolay, en düşük maliyetle, uygulanması en kolay örnekleme yöntemi olan kolayda örnekleme (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2016: 202) tercih edilmiştir.

Kaynak kişiyi tam ve doğru cevap verme konusunda güdülemek, kaynak kişinin sosyal isteklilik, uyum gibi kaynaklardan gelen yanlılıklarını bertaraf etmek gibi amaçları olan mülakat (Balcı, 2016: 165), alınan yanıtlara göre başka soruların da yöneltilecek derinlemesine bilgi alınmasını sağlama bakımından elverişli bir tekniktir (İslamoğlu & Alnıaçık, 2016: 221).

Bu sebeple araştırmada kullanılan derinlemesine görüşmeler ile katılımcıların Aksaray’ın yaşanabilir bir kent olup olmadığı hakkındaki görüşleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmada kullanılan görüşme türü, yarı yapılandırılmış görüşmedir. Böylece görüşülen bireylerin verdikleri bilgiler arasındaki benzerlik ve farklılıkları saptamak, buna göre karşılaştırmalar yapmak amaçlanmıştır (Balcı, 2016: 130). Araştırmada katılımcılara

yöneltilen sorular çalışmada oluşturulan alt temalar kapsamında hazırlanmıştır. Katılımcılara temel olarak aşağıdaki sorular yöneltilmiştir:

Aksaray’da olmaktan memnun musunuz?

Kendinizi Aksaray’a ait hissediyor musunuz?

Mecbur olmasanız da Aksaray’da olmak ister miydiniz?

Sizece Aksaray yaşanabilir bir kent midir?

Aksaray’ın yaşanılabilir bir kent olmasının önünde gördüğünüz engeller nelerdir?

Aksaray’ın daha yaşanabilir bir şehir olması için neler yapılabilir, çözüm önerileriniz nelerdir, size göre neler değişirse ya da düzeltilirse daha iyi olur?

Bu temel soruların hazırlanmasında katılımcıların şehir imajının en temel göstergeleri arasında yer alan kente aidiyet, kente dair duyulan memnuniyet, yaşanabilir kentten beklentiler temel yaklaşımları dikkate alınmıştır. Ayrıca soruların hazırlanmasında literatürden yararlanılmıştır. Bu bağlamda Beerli ve Martı’n tarafından (2004: 659) oluşturulan, kent imajının bileşenlerini oluşturan “Doğal Kaynaklar, Genel Alt Yapı, Turizm Alt Yapısı, Serbest Zaman ve Rekreasyon Alanları, Kültür-Tarih ve Sanat, Siyasi ve Ekonomik Faktörler, Doğal Çevre, Sosyal Çevre ile Şehir Atmosferi” alt boyutları doğrultusunda katılımcılara yöneltilen temel sorular ve alt sorular üretilmiştir.

#### 4.1.Bulgular ve Yorum

Bu araştırma Aksaray’ın yaşanabilir bir kent olarak nasıl algılandığını belirleyebilmek için gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine mülakat yöntemi ile elde edilen veriler, yorumlanarak araştırma ortaya konulmuştur.

**Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri**

	Cinsiyet	Yaş	Bölüm	Aksaray’da Bulunma Yılı
<b>K1</b>	Erkek	21	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	2
<b>K2</b>	Kız	22	Matematik	3
<b>K3</b>	Erkek	20	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	2
<b>K4</b>	Kız	21	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	2
<b>K5</b>	Kız	23	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	2
<b>K6</b>	Kız	19	İşletme	3
<b>K7</b>	Erkek	22	Yönetim Bilişim Sistemleri	4
<b>K8</b>	Erkek	23	Yönetim Bilişim Sistemleri	4

<b>K9</b>	Kız	19	Felsefe	3
<b>K10</b>	Kız	20	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	2

Araştırmada görüşme yapılan her bir katılımcı örneğin “K1, K2...” kodlanmış ve katılımcılardan elde edilen veriler bu biçimde aktarılmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri aşağıdaki tabloda yer almaktadır (Tablo 1).

#### 4.1.1.Aksaray’dan Duyulan Memnuniyete Dair Bulgular

Bireylerin yaşamdan keyif almalarının koşullarından biri buldukları ortamlardan keyif almalarıdır. Diğer bir ifade ile kişiler buldukları yerden memnun iseler hayatları daha keyifli olmakta, yaşamdan aldıkları haz daha da artmaktadır. Bireylerin yaşadıkları yerlerden duydukları keyif aynı zamanda yaşanan yere bakış açısını ve o yerin imajını da etkileyecektir.

Bu bakımdan katılımcılara Aksaray’da bulunmaktan dolayı memnun olup olmadıkları yönünde bir soru yöneltilmiştir. Bu soruya kimi katılımcılar olumlu görüş belirtirken kimi katılımcılar ise olumsuz yönde görüş belirtmiştir.

Konu hakkında K1 *“Aksaray’da olmaktan memnun değilim. Çünkü sosyo-kültürel yapısının fazla gelişmemiş olduğunu düşünüyorum. İnsanların gelir seviyesine göre öğrenim seviyesinin düşük olduğunu ve şehir hayatına daha tam olarak uyum gösteremediklerini görüyorum”* şeklinde yanıt verirken; K2 *“Aksaray’ın yerli halkının çoğunluğunun tutum ve davranışlarından dolayı memnun değilim, bu yüzden Aksaray’da olmaktan pek de hoşlanmıyorum”* demektedir. Ayrıca K6 *“Hayır, hiç değilim, kültür ve düşünce bakımından Aksaray halkının çok pasif ve eski zihniyette olduklarını düşünüyorum. Şehir olarak da eğlence alanları çok kısıtlı sebebi ise yine zihniyet”* şeklinde görüş belirtmektedir.

Alınan yanıtlar literatür ile uyum arz etmektedir. Ferbrache ve Knowles (2017) ve Koçyiğit (2019) kent imajının algılanması üzerinde kentin temel unsurları olan kent sakinlerinin önemi üzerinde durmuştur. Bu bakış açısı katılımcıların verdikleri yanıtlarda net biçimde ortaya çıkmaktadır. Katılımcıların Aksaray’da olmaktan memnun olmamaları üzerinde rol oynayan en önemli etken olarak, kentte yaşayanların katılımcı bireylere dönük gerçekleştirdikleri olumsuz tavırlar olarak anlaşılmaktadır.

Buna karşın Aksaray hakkında olumlu görüş belirten katılımcıların görüşleri ise aşağıdaki gibidir:

K3 *“Aksaray da olmaktan memnunum yani açık sözlü olmak gerekirse ilk başlarda değildim ama Aksaray tarihine bakınca çevre illere yolculuk edince zaman geçirip arkadaş*

*edinince fikirlerim fazlası ile değişti". K4 "Aksaray'da olmaktan memnunum. Çünkü yaşadığım şehirden daha büyük bir şehir orada yapamadığım faaliyetleri burada yapma imkânı buluyorum." K8 "Aksaray'da olmaktan çok memnunum. Çünkü Aksaray yaşanabilir bir şehir, tarihi ve kültürel alt yapısı çok gelişmiş, ayrıca aradığım her şeyi de bulabiliyorum".*

Katılımcılardan Aksaray'da buldukları için memnun olduğunu söyleyenlerin görüşleri de yine Beerli ve Martı'n tarafından (2004) altı çizilen kent imajının alt boyutları arasında yer alan Kültür-Tarih ve Sanat alt boyutu ile örtüşmektedir. Ayrıca Lynch tarafından belirtilen kent imajının iskeletini oluşturduğu düşünülen elementlerden olarak kabul edilen yollar, kıyılar ve kenarlar, ilçeler, şehir merkezleri ve yön bulma işaretleri (Filomena ve ark., 2019: 14) olarak sıralanan elementler ile de örtüşmektedir.

Özetlemek gerekirse katılımcıların yanıtlarından elde edilen verilere göre Aksaray'da bulunmaktan memnun olmayanların şikâyet sebeplerinin genelde kentte yaşayan yerli halkın davranışları üzerinde odaklandığı görülürken; memnun olduğunu söyleyen katılımcıların ise coğrafi konum ve tarihi yapı dolayısıyla memnun oldukları gözlenmektedir.

#### **4.1.2.Kent'e Ait Olarak Hissetme**

Yaşanılan yere ait olarak hisseden bireylerin görüşleri, yaşadıkları yerle ilgili olarak daha pozitif biçimde gelişmektedir. Bu pozitif bakış açısı bireyin bahse konu yaşam alanına bağlanması ve orasıyla ilgili çeşitli projelerin içinde yer alması, yaşanılan yerin gelişmesi ve güçlenmesi için gönüllü çabalara girişilmesi gibi çeşitli tavır ve davranışları da beraberinde getirecek ve böylece aidiyet duygusu oldukça güçlü olacaktır.

Araştırmada katılımcılara kendilerini Aksaray'a ait hissedip hissetmedikleri yönünde sorulan soruya K1 "*Kendimi Aksaray'a ait hissetmiyorum. Nedeni büyük şehirden (Ankara) buraya gelmiş olmam olabilir diye düşünüyorum*", K2 "*Halkın öğrencilere ve yeniliğe karşı önyargılı olduklarını düşündüğüm için kendimi buraya ait hissetmiyorum*", K3 "*Sosyal aktivitelerin bulunmaması, gençlere yönelik herhangi bir çalışmanın olmaması gibi sebeplerle kendimi Aksaray'a ait hissetmiyorum*" K6 "*Hayır hissetmiyorum, İstanbul'da doğdum büyüdüm buranın toplum yapısı bana göre değil*" diyerek Aksaray'a aidiyet hissetmediklerini belirtmişler. Buna karşın K10; "*Kendimi Aksaray'a ait, kendi şehrimde gibi hissediyorum. Hatta buraya o kadar alıştım ki kendi şehrimden farkı yok diyebilirim. Buranın yapısı örfü, adeti, kültürü hepsi benim yaşadığım şehir gibi, bu yüzden yabancılık çekmiyorum*" ve K8 "*Çok düşünmedim ama Aksaray benim sevdiğim bir yer, bu yüzden*

*Aksaray'a aitim diyebilirim. Aksaray'da kendimi güvende hissediyorum*” diyerek Aksaray'a aidiyet hissettiklerini ifade etmektedirler.

Elde edilen sonuçlardan yola çıkarak, katılımcıların kente dair düşük aidiyetlerinin arkasında yine kentte yaşayanların kendilerine olan olumsuz davranışlarının olduğu söylenebilir. Bununla birlikte Aksaray'ın küçük bir kent olması da aidiyet hissini olumsuz biçimde etkileyen bir gerekçe olarak anlaşılmaktadır. Aksi biçimde kente aidiyet hisseden bireylerin ise geçmişten itibaren kentin sahip olduğu kültürel doku etrafında birleştikleri sonucuna ulaşılmaktadır. Aynı zamanda katılımcıların bu soruya yanıt verirken Aksaray'ı kendi geldikleri yerler ile de kıyaslama yaparak yanıtladıkları ve bu yönde bir kıyaslamaya girdikleri anlaşılmaktadır.

#### **4.1.3.Mecburiyet Dışında Aksaray'da Olma İsteği**

Araştırmada katılımcılara mecbur olmasalardı da Aksaray'da bulunmak isteyip istemedikleri yönünde yöneltilen soruya katılımcılar çeşitli açılardan yaklaşarak yanıt vermiştir. Buna göre K1 *“Aksaray'a geldiğimden beri olan gözlemlerime göre şuan için Aksaray'da olmayı istemem. Ancak geldiğim yıl ile bugüne baktığımızda belediye çalışmaları bakımından bir hareketlenmenin olduğunu görüyorum, eğer bu şekilde bir gelişme göstermeye devam ederse gelecek yıllar için burada olmayı isteyebilirim”* diyerek Aksaray'da yaşanan gelişmelerin kendisini mecbur olmaktan ziyade gönüllü olarak Aksaray'da olma konusunda teşvik ettiğini belirtmiş, benzer şekilde K 4 *“Mecbur olmasam da büyük şehirlerin dışında Aksaray'da olmak isterdim Aksaray'ı seviyorum kendi halinde sakin bir şehir”* görüşünü ifade etmiştir.

Ancak buna karşın diğer katılımcıların mecburiyet nedeniyle Aksaray'da oldukları yönündeki görüşleri de dikkate değerdir. Bu yönde K5 *“Hayır Aksaray'da olmak istemezdim, bundaki en büyük etken de yaşam standartlarının kısıtlı olması”* derken, K6 *“Aksaray'da yaşayan insanların zihniyetleri nedeniyle Aksaray'da olmak istemezdim”* demekte K2 ise belirsiz bir tavır takınarak *“Olabilir. Fazla sevmesem de zamanla alışılabilir”* diyerek görüşünü ifade etmiştir.

Elde edilen yanıtlara göre Aksaray'ın hızlı biçimde geliştiği ve özellikle yerel yönetimlerde sosyal anlayışın gelişmesine bağlı olarak kentte yaşama isteğinin arttığı neticesine de erişilmektedir. Bu sonuçlar da yine katılımcıların Beerli ve Martı'n tarafından vurgulanan (2004: 659) kent imajı alt boyutlarından *“Siyasi ve Ekonomik Faktörler”* bağlamında sonuçlar ortaya koyması bakımından dikkat çekicidir.



#### 4.1.4. Aksaray'ın Yaşanabilir Kent Algısına Dair Bulgular

Araştırmada Aksaray'ın yaşanabilir bir kent olarak nasıl algılandığına dair sorular yöneltilmiştir. Soruya yanıt veren katılımcılar, şehirden aldıkları hazzı, işlerini kolayca halledebilmelerine, ulaşım imkânlarına ya da sosyal etkinliklerine göre Aksaray hakkında çeşitli görüşler ortaya koymuşlardır. Bu görüşler içinde Aksaray'ın yaşanabilir bir şehir olduğunu benimseyen görüşler olduğu gibi yaşanabilecek bir şehir olduğu konusunda şüpheye sahip katılımcıların olduğu da gözlenmektedir.

Örneğin K1 *“Aksaray yaşanılabilir bir şehirdir. Ancak ülkemizdeki orta düzey şehirler arasında gelişmişlik düzeyi yine de altlardadır”*, K4 *“Aksaray bazı olumsuzlukların, eksikliklerin dışında yaşanılacak bir şehirdir. O eksiklikler ve olumsuzluklar tamam olduklarında burada yaşamama gibi bir nedenim olamaz”*, K3 *“Gelişmiş bir il olduğundan, konum olarak merkezi bir yere sahip olması başkentimize, büyükşehirlerimizden birisi olan Konya'ya yakın oluşu ticaret olarak da elverişli olması gibi sebeplerle yaşanabilir”*, K2 *“Sosyal hayatımın ve yaşam tarzımın kısıtlanmalarına rağmen yaşanılabilir bir şehir”*, K9 *“Evet küçük bir şehir olması ulaşımın kolay olması vb. sebeplerden dolayı yaşanılabilir bir şehir”* diyerek Aksaray'ın yaşanabilir bir şehir olduğu yönündeki yargılarını ifade etmiştir.

Ancak bu görüşlerin aksine K6 *“Kimi insana göre evet, kısa bir süre için benim de belki evet... Ama uzun yıllar yaşanacak bir şehir değil. Çünkü gelişmiş bir şehir değil”* ve K7 *“Hayır değildir. Çünkü: Şehirde yaşayanlar ve çevremdeki tanıdıklarımın yaşanılmaz bir şehir dediği yeri ben nasıl yaşanabilir bir şehir diyebilirim?”* şeklindeki yanıtları ile Aksaray'ın yaşanabilir bir şehir olmadığını söylemektedir.

Katılımcılardan alınan yanıtlar incelendiğinde Aksaray'ın coğrafi konumu ve ulaşım kolaylığı gibi sebeplerden dolayı yaşanabilir bir kent olarak algılanmasına karşın; küçük ve nispeten az gelişmiş bir kent olması sebebiyle de yaşanabilir bir kent olarak algılanmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

#### 4.1.5. Yaşanabilir Bir Kent Olarak Aksaray'ın Önündeki Engeller

Araştırma kapsamında katılımcılara Aksaray'ın daha yaşanabilir bir kent olmasının önündeki engellerin neler olduğuyla ilgili bir soru da yöneltilmiştir. Bu yöndeki soruya da katılımcıların çeşitli açılardan yaklaşarak yanıt verdikleri görülmektedir. Ancak elde edilen yanıtların genelde insan unsuru üzerine odaklandığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Bu soruya K5 *“Aksaray'da yaşayan insanların değişime açık olmamaları”*, K6 *“Toplumsal yapı, insanların 1900'lerde kalan zihniyeti”*, K7 *“Aksaray halkının düşünce, görüş ve fikirleri...”* biçiminde cevap vermiştir. Aynı zamanda K1 *“Şehrin belli bölgelerine*

*büyük yatırımlar yapılırken (özellikle meydan ve kafeler caddesi olarak adlandırılan caddeye büyük paralar harcanırken) bazı bölgeleri unutulmuş gibi davranılıp yatırım ve düzenleme yapılmamaktadır”* yanıtını vermiştir. Ayrıca K2 *“Sosyal faaliyetlerin yetersiz olması, Aksaray’a iş için ya da öğrenim görmek için gelenlere önyargılı yaklaşımları en büyük engel”* yanıtını vermiştir.

Diğer bulgularda yaşanan katılımcılar arasında var olan farklılık, Aksaray’ın yaşanabilir bir kent olarak önünde hangi engellerin bulunduğu hususunda da ortaya çıkmaktadır. Diğer bir deyişle, katılımcıların yaşanabilirliğin önündeki engeller bağlamında farklı türden algılara sahip oldukları anlaşılmaktadır. Bu engeller kimi katılımcılara göre Serbest Zaman ve Rekreasyon Alanları, kimi katılımcılara göre ise Siyasi ve Ekonomik Faktörler, Sosyal Çevre ile Şehir Atmosferi alt boyutlarında hissedilmektedir. Aksaray’ın turizm ve çevre potansiyeli açısından zengin bir imkâna sahip olduğu çeşitli çalışmalarla altı çizilen bir durumdur (Tuncer, 2017; Eskin, Tuncer, & Demirçivi, 2017; Acar, 2016). Buna rağmen katılımcıların verdikleri yanıtların taşıdığı olumsuzluk dikkat çekicidir.

#### **4.1.6. Katılımcıların Yaşanabilir Bir Aksaray İçin Çözüm Önerileri**

Araştırmaya katılanlara yalnızca sorunlarla ilgili sorular yöneltilmemiş aynı zamanda çözüm önerileri hakkındaki fikirleri de sorulmuştur. Alınan yanıtlara göre katılımcıların sorun olarak gördükleri hususlarla ilgili çeşitli öneriler sıraladıkları görülmektedir.

Buna göre K1 *“Şehrin her bölgesine dengeli yatırım yapılması gerekir”*, K2 *“Eğlence ve alışveriş merkezleri gibi alanların artması. Yerli halkın dışardan gelenlere ve öğrencilere biraz daha sıcakkanlı davranması. Değişik kültürlere karşı daha anlayışlı davranmaları gerekir”*, K3 *“Hasandağı’nın Pierre Loti Tepesi gibi çeşitli çalışmalarla değerlendirilmesi yerinde olabilir”*, K4 *“Halkın gelişimine ve kaynaşmaya katkı sağlayacak etkinliklerin yapılması, eğlence merkezlerinin oluşturulması olabilir”*, K5 *“Kültürel çalışmalara ve belediye tarafından yapılacak çevre düzenlemelerine ağırlık verilebilir”*, K10 ise *“Halkın düşünce yapısını değiştirecek türden kültürel çalışmaların yapılması şarttır”* şeklinde görüş belirtmektedir.

Katılımcıların verdikleri yanıtlardan yola çıkarak gerçekleştirilecek iyileştirme çabaları ile Aksaray’ın daha yaşanabilir bir kent olmasının önündeki engeller kaldırılmış olabilir. Katılımcıların yanıtları bağlamında Aksaray’ın daha yaşanabilir bir kente dönüşebilmesi konusundaki önerilerinin kent imajı unsurlarından Serbest Zaman ve Rekreasyon Alanları, Sosyal Çevre, Şehir Atmosferi ile Kültür-Tarih ve Sanat alt boyutları çerçevesindeki önerilere yoğunlaşmaktadır. Diğer bir deyişle katılımcılara göre Aksaray’ın

daha yaşanabilir bir kent olarak sahip olacağı imaj için Serbest Zaman ve Rekreasyon Alanları, Sosyal Çevre, Şehir Atmosferi ile Kültür-Tarih ve Sanat alanlarında yeni çalışmalar yapılması, varolan çalışmaların sayısının artırılması önem taşımaktadır.

### **Sonuç ve Öneriler**

Şehirlerin yaşanabilir olarak algılanması orada bulunan insanların o şehre bağlanması, şehirle barışık olması, şehir için gönüllü faaliyetlere katılması, diğer paydaşlarla bir araya gelerek şehri imar için çaba harcaması, şehrin diğerlerine iyi bir biçimde temsili ve tanıtımının iyi yapılması gibi pek çok açıdan önemlidir.

Şehirlerin imajları ile yaşadıkları günümüzde yaşanabilir şehir algısı rekabet avantajı sağlayan, şehre ve yerel dinamiklere güç katan bir faktördür. Şehrin yaşanabilir olması o şehrin barındırdığı teknik, fiziki, altyapı imkânları gibi değişkenlere bağlı olmakla birlikte bireylerin algısına da bağlıdır. Diğer bir ifade ile şehrin sahip olduğu imkânların bireylerde yansımalarının da pozitif olması hususu öne çıkmaktadır.

Bu çalışma, Aksaray'ın yaşanabilir bir şehir olarak nasıl algılandığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışma neticesinde Aksaray'ın yaşanabilir bir şehir olarak algılanmasının önündeki en büyük engeller şu biçimde sıralanabilir:

- ✓ Aksaray'da yaşayan insanların hoşgörülü olarak davranmadıkları yönündeki algı,
- ✓ Aksaray halkının katı fikir ve yargılara sahip olduğu yönündeki inanç,
- ✓ Dışardan gelenlere karşı önyargılı olduğu algısı,
- ✓ Sosyal ve kültürel etkinliklerin zayıf olması,
- ✓ Eğlence ve spor merkezlerinin sayısındaki azlık,
- ✓ Şehrin gelişmişlik durumunun belli bölgelerde yoğunlaşması ve diğer kesimlerin az gelişmiş olduğu fikri.

Katılımcıların yanıtları doğrultusunda elde edilen bu hususların Beerli ve Martı'n tarafından (2004: 659) oluşturulan, kent imajının bileşenlerini oluşturan "Serbest Zaman ve Rekreasyon Alanları, Kültür-Tarih ve Sanat, Siyasi ve Ekonomik Faktörler, Şehir Atmosferi" alt boyutları ile benzerlikler taşıdığı görülmektedir. Aynı zamanda Koçyiğit (2019) ile Ferbrache ve Knowles (2017) tarafından altı çizilen kent imajının algılanması üzerinde kent sakinlerinin oynadığı rol, katılımcıların verdikleri yanıtlarda ön plana çıkmaktadır. Bir diğer deyişle katılımcıların Aksaray'ı yaşanabilir bir kent olarak görmeyişlerinin arkasında yatan önemli bir unsur da şehirde yaşayan yerli halkın dışardan gelenlere önyargılı ve heşgörülü davranmadıkları yönündeki anlayıştır.

Araştırmada bu engellerin nasıl kaldırılabileceğine dair elde edilen bulgulara göre katılımcıların çözüm yönündeki önerileri ise şu şekildedir:

- ✓ Şehrin her bölgesine dengeli yatırımların yapılması,
- ✓ Alışveriş ve eğlence merkezleri ile park alanlarının artırılması,
- ✓ Halkı bilinçlendirecek ve sosyal kaynaşmayı sağlayacak kültürel etkinliklerin yapılması,
- ✓ Sosyal ve sanatsal etkinliklerin sayısının artırılması,
- ✓ Çevreye dair uygulamaların yapılması ve peyzaj düzenlemeleri,
- ✓ Bir değer olarak Hasan Dağı'nın kültürel, sportif ve sanatsal etkinliklere kazandırılması.

Literatürde kent imajının pozitif ya da negatif algılanmasına yol açan çeşitli unsurların altı çizilmektedir. Katılımcıların Aksaray'ın daha yaşanabilir bir kent haline gelebilmesi için ortaya koyduğu öneriler, literatürle örtüşmektedir. Koçyiğit (2019), Ferbrache ve Knowles (2017), Shamsuddin ve arkadaşları (2012) tarafından ortaya konulan görüşler ile bu çalışmanın elde ettiği bulgular örtüşmektedir. Araştırma neticesinde Aksaray'ın kimi katılımcılar tarafından yaşanabilir bir kent olarak algılanması ile birlikte, kimi katılımcılar tarafından yaşanabilir bir kent olarak algılanmasının önünde birtakım engeller olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda Aksaray'ın daha yaşanabilir bir kent olması ve bu şekilde algılanmasını sağlayabilmek adına yukarıda sıralanan tedbirlerin uygulanması yerinde bir davranış olacaktır. Ayrıca özellikle sosyal belediyecilik anlayışı gibi yerel yönetimlerde yaşanacak sosyal değişimler de Aksaray'ın daha yaşanabilir olmasını sağlayacaktır.

Bu çalışma Aksaray'a dışarıdan gelen, belli bir süredir Aksaray'da bulunan, üniversite öğrencisi olan, bu bakımdan Aksaray'da yalnız yaşayan ve Aksaray'dan yeniden ayrılması muhtemel katılımcılar ile sınırlıdır. Bundan sonraki çalışmaların Aksaray'da daha uzun süredir yaşayan, Aksaraylı olan ya da işi, mesleği dolayısıyla Aksaray'da bulunan bireylerle gerçekleştirilmesi yerinde olabilir. Ayrıca katılımcıların üniversite öğrencisi olmaları dolayısıyla kendilerine iş ve ekonomi çevrelerine dair sorular yöneltilmemiştir. Sonraki çalışmaların bu konular üzerine yoğunlaşması da faydalı olacaktır.

### **Kaynakça**

Acar, Y. (2016). "Gastronomi Turizmi Kapsamında Aksaray İli Güzelyurt (Gelveri) Yöresel Mutfağının Unutulmaya Yüz Tutmuş Tatlarının Değerlendirilmesi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 4 (1): 81-86.

- Anholt, S. (2006). "The Anholt-GMI City Brands Index: How the world sees the world's cities". *Place Branding*. 2(1): 18–31.
- Balcı, A. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler* (12 b.). Ankara: Pegem.
- Berli, A., & Martı'n, J. (2004). "Factors Influencing Destination Image". *Annals of Tourism Research*. 31 (3): 657–681.
- Biol, G. (2007). "Bir Kentin Kimliği ve Kervansaray Oteli Üzerine Bir Değerlendirme". *Arkitekt Dergisi*.(514), 46-54.
- Demir, C. (2006). "Kent Kimliği Geliştirme Sürecinde Mekansal Model Tasarımı ve Kent Planlamacılarının Rolü". *Planlama*. (3), 117-122.
- Eskin, B., Tuncer, M., & Demirçivi, B. M. (2017). "Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Ekolojik Turizm: Hasan Dağı Örneği". *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 9 (3): 15-26.
- Ferbrache, F., & Knowles, R. (2017). "City boosterism and place-making with light rail transit: A critical review of light rail impacts on city image and quality". *Geoforum*. (80), 103–113.
- Filomena, G., Verstegen, J., & Manley, E. (2019). "A computational approach to 'The Image of the City'". *Cities*. (89), 14-25.
- Gilboa, S.; Jaffe, E.; Vianelli, D.; Pastore, A.; Herstein, R. (2015). "A summated rating scale for measuring city image". *Cities*. (44), 50–59.
- Güçlü, A. (2016). "Kentlerin Markalaşmasında Yerel Yönetimlerin Rolü: Fethiye Belediyesi Örneği". *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1038-1054.
- Holden, M.; Scerri, A. (2013). "More than this: Liveable Melbourne meets liveable Vancouver". *Cities*. (31), 444–453.
- İslamoğlu, A. H.; Alnıaçık, Ü. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (5 b.). İstanbul: Beta.
- Karadağ, A. (2009). "Kentsel Ekoloji: Kentsel Çevre Analizlerinde Coğrafi Yaklaşım". *Ege Coğrafya Dergisi*. 18 (1/2): 31-47.
- Kaypak, Ş. (2010). "Antakya'nın Kent Kimliği Açısından İrdelenmesi". *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 7 (14): 373 - 392 .
- Koçyiğit, M. (2019). "Şehir İmajı". *İmaj ve Türleri: İmaja Dair Her Şey*. (Ed. M. N. Özüpek). Konya: Eğitim Kitabevi, 99-140.

- Koçyigit, M.; Aktan, E. (2020). “Kent Markalaşması Bağlamında Tematik Parkların Kent İmajı Üzerindeki Rolü: Konya Kelebekler Vadisi Ziyaretçileri Üzerinde Bir Araştırma”. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*. 8 (1): 1-20.
- Lu, H.; De Jong, M. (2019). “Evolution in city branding practices in China's Pearl River Delta since the year 2000”. *Cities*. (89), 154-166.
- Luque-Martínez, T.; Del Barrio-García, S.; Ibañez-Zapata, J.; Molina, M. (2007). “Modeling a city’s image: The case of Granada”. *Cities*. 24 (5): 335–352.
- Mohit, M. A., & Iyanda, S. (2016). “Liveability and Low-income Housing in Nigeria”. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. (222), 863- 871 .
- Oshimi, D.; Harada, M. (2019). “Host residents’ role in sporting events: The city image perspective”. *Sport Management Review*. (22), 263-275.
- Saffuan, R.; Ariffin, J.; Amin, Z. (2012). “Planning Park for Liveable Cities: Green Technology Design Practice for Tasik Biru Kundang, Kuang, Selangor, Malaysia”. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. (35), 705-712.
- Shamsuddin, S.; Abu Hassan, N.; Bilyamin, S. F. I. (2012). “Walkable Environment in Increasing the Liveability of a City”. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. (50), 167-178 .
- Smith, A. (2005). “Conceptualizing City Image Change: The ‘Re-Imaging’ of Barcelona”. *Tourism Geographies*. 7 (4): 398–423.
- Suthasupa, S. (2012). “The Portrayal of a City’s Image by Young People”. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. (38), 284-292 .
- Taniguchi, E. (2014). “Concepts of City Logistics for Sustainable and Liveable Cities”. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. (151), 310-317.
- Tapsuwan, S.; Mathot, C.; Walker, I.; Barnett, G. (2018). “Preferences for sustainable, liveable and resilient neighbourhoods and homes: A case of Canberra, Australia”. *Sustainable Cities and Society*. (37), 133–145.
- Tuncer, M. (2017). “Sürdürülebilir Turizm İmkanlarının Değerlendirilmesine Yönelik Aksaray İlinde Bir Araştırma”. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*. (51), 126-138.
- Xue, K.; Chen, X.; Yu, M. (2012). “Can the World Expo change a city’s image through foreign media reports?”. *Public Relations Review*. (38), 746–754.
- Yusoff, N. A.; Noor, A.; Ghazali, R. (2014). “City skyline conservation: sustaining the premier image of Kuala Lumpur”. *Procedia Environmental Sciences*. (20), 583-592 .

Zhu, H.; Qian, J.; Gao, Y. (2011). "Globalization and the production of city image in Guangzhou's metro station advertisements". *Cities*. (28), 221–229.

## SİMETRİK İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ YAZIM KURALLARI

Derginin yayın dili Türkçe ve İngilizcedir.

Aksi belirtilmedikçe gönderilen çalışmalarla ilgili tüm yazışmalar çalışmanın ilk yazarıyla yapılacaktır. Makale gönderimi online olarak ve <http://dergipark.gov.tr/siad> üzerinden yapılmalıdır. Dergiye gönderilen çalışmalar, Word 97-2003 ve üzerindeki sürümleri ile yazılmış elektronik dosya olmalıdır.

Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi'nin yazım kuralları aşağıda maddeler halinde özetlenmektedir:

1. Çalışmalar, A4 formatında üst, alt, sağ ve sol taraftan 2,5 cm. boşluk bırakılarak, 12 punto Times New Roman yazı tipinde ve 1,5 satır aralık ölçüsü ile hazırlanmalıdır. Paragraf başı, 1,25 cm içeriden olmalıdır.
2. Çalışmalar, 3000 - 9000 sözcük arasında olmalı ve 25 sayfayı geçmeyecek boyutta olacak biçimde düzenlenmelidir. Yazar(lar)ın sayfa numaraları vermelerine gerek yoktur.
3. Yazar/yazarların adları, dergiye gönderilen çalışmanın içeriğinde yer almamalıdır. Çalışma, hakemlerce olumlu rapor ile değerlendirildiği takdirde editör tarafından çalışmanın başlığının hemen altında sağa bitişik şekilde verilecektir. Ayrıca yıldız dipnot şeklinde (\*) yazarın unvanı, kurumu ve e-posta adresi sayfanın en altında dipnotta belirtilecektir. Dipnot, 10 punto olacaktır.
4. Türkçe ile yazılan çalışmalarda, Giriş bölümünden önce 150-200 sözcük arasında çalışmanın kapsamını, amacını, ulaşılan sonuçları ve kullanılan yöntemi belirten Türkçe ve sonrasında İngilizce özet yer almalıdır. Çalışmanın İngilizce başlığı, İngilizce özetin üzerinde yer almalıdır. Türkçe ve İngilizce özetlerin altında, çalışmanın içeriğini yansıtan 3-5 arası anahtar kelime yer almalıdır. İngilizce ile yazılan çalışmalarda, İngilizce özet üstte ve Türkçe özet altta yer almalıdır.
5. Çalışmaların başlıca şu unsurları içermesi gerekmektedir: Başlık, Türkçe özet ve anahtar kelimeler; yabancı dilde başlık, İngilizce özet ve anahtar kelimeler; giriş, ana metin bölümleri, sonuç ve kaynakça. Literatür taramasına dayalı kuramsal çalışmalarda başlıklar için numaralandırma yapıp yapmama, yazar(lar)ın inisiyatifine bırakılmaktadır. Araştırmaya dayalı çalışmalarda, başlıklar için numaralandırma yapılması gerekmektedir. Araştırma bölümünün içeriğinde araştırmanın yöntemi, araştırmanın amacı ve önemi, veri toplama araçları gibi başlıklar mutlaka alt başlıklar olarak verilmelidir.



6. Çalışmalarda tablo, grafik ve şekil gibi göstergelerin başlıkları, numaralandırılmak suretiyle kalın puntolu ve ortalı olarak yer almalıdır. Yazar(lar), tablo, grafik ve şekil gibi unsurlarda sayfaya sığması için puntoları istedikleri ölçüde küçültebilirler. Ancak normal koşullarda 10 punto ideal ölçü olarak kabul edilmektedir.

7. Yayınlanmak üzere gönderilen çalışmalar, sisteme bir ek dosya ile birlikte gönderilmelidir. Bu ek dosyada çalışmanın tam adı, yazar/yazarların unvan(lar)ı, ad(lar)ı ve soyad(lar)ı, çalıştıkları kurum ile birlikte kendilerine ulaşılabilecek cep telefonu numarası ve e-posta adresi yer almalıdır.

## **KAYNAKLAR**

Kaynakların doğru verilmesinden çalışmanın yazar(lar)ı sorumludur. Bu nedenle, çalışmanın yazar(lar)ı, bu hususa oldukça özen göstermelidir. Kaynakçada gösterilen tüm kaynaklar metinde belirtilmelidir. Kaynaklar, kaynakça içerisinde alfabetik olarak sıralanmalıdır.

### **Referans Stili ve Formatı**

Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi, metin içi alıntılama ve kaynak gösterme için APA (American Psychological Association) kaynak stiline uyan bir yol izlemektedir. Kaynaklar, aşağıda yer alan örneklerdeki gibi gösterilmelidir.

### **Metin İçinde Kaynak Gösterme**

Kaynaklar, metinde parantez içinde yazar(lar)ın soyad(lar)ı, yayın tarihi ve sayfa numarası yazılarak belirtilmelidir. Birden fazla kaynak gösterilecekse kaynaklar arasında (;) işareti kullanılmalıdır.

#### **Örnekler:**

##### ***Tek yazarlı kaynak;***

(Aktan, 2018: 36)

##### ***İki yazarlı kaynak;***

(Becan ve Ustakara, 2017: 65)

##### ***Üç ve daha çok yazarlı kaynak;***

(Balcı ve ark., 2013: 8)

##### ***Atıflar parantez içinde şöyle sıralanmalıdır***

(Ustakara, 2015: 142; Göksu, 2018: 123)

**Not:** Kurumlar kaynak olduğunda, metinde kısaltması yazılır. Örneğin, Türk Dil Kurumu kaynak olduğunda, metin içerisinde (TDK, 1996: 35) gibi bir kaynak gösterimi olur.

### **Kaynakça Bölümünde Kaynak Gösterme**

Kullanılan tüm kaynaklar, metnin sonunda ayrı bir bölüm halinde yazar soyadlarına göre alfabetik olarak numaralandırılmadan verilmelidir.

**Kaynak yazımı ile ilgili örnekler aşağıda verilmiştir.**

#### **Kitap**

##### **a) Tek Yazarlı Kitap**

Becan, C. (2015). *Reklamı Ters Yüz Etmek: Korku Politikası Üzerinden Anti Ütopik Bir Bakış*. Konya: Eğitim Kitabevi.

##### **b) Türkçeye Çevrilmiş Kitap**

Habermas, J. (2001). *İletişimsel Eylem Kuramı*. (Çev. T. Bora ve M. Sancar). İstanbul: Kabalıcı Yayınevi.

##### **c) Editörlü Kitap**

Korkmaz, A. (2015). “Kültürel Emperyalizm Bağlamında Küresel Kültürün Yerel Kültüre Etkisi”. *Küreselleşme Ekseninde İktidar ve İletişim: İktidarın İletişimi İletişimin İktidar Etkisi*. (Ed. F. Ustakara). Konya: Literatürk Academia, 183-246.

##### **d) Çok Yazarlı Kitap**

Ustakara, F.; Göksu, O. (2018). *Halkla İlişkiler Çalışmaları ve Etkinlik Düzeyi: İSO 500 Araştırması: Şirketler Bazında Kapsamlı Bir Halkla İlişkiler Araştırması*. Konya: Literatürk Academia.

#### **Makale**

##### **a) Makale**

Yağbasan, M.; Ustakara, F. (2008). “Türk Toplumunda Kahvehane ve Kafelerdeki İletişimsel Ortamı Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması (Gaziantep İli Örneği)”. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 18 (1): 233-260

##### **b) DOI’si Olan Makale**

Şahan, S. (2018). “Politikaların Üretiminde ve Sunumunda Uzmanlar: Yeni Politik Seçkinler Üzerine Bir İnceleme”. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 17 (3): 941-958. Doi no: <http://dx.doi.org/10.21547/jss.371612>.

#### **Tez**

Aktan, E. (2007). *Kurumsal İletişim Sürecinde Liderin Rolü*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

## **Sunum, Bildiri**

### **a) Tam Metin Olarak Yayımlanan Bildiriler**

Göksu O. (2013). “Siyasal İletişim Perspektifinden Balkon Konuşmalarına Yönelik Bir Söylem Analizi”. *1. Uluslararası Siyasal İletişim, Demokrasi Ve Yeni Süreçler Sempozyumu*. 21-23 Kasım 2013, Diyarbakır, 20-40.

### **b) Sözlü Olarak Sunulmuş ve Yayımlanmamış Bildiriler**

Ustakara, F.; Mavnacıoğlu, K.; Görpe, S. (2012). “The Change in the Perception of Public Relations in the Public Sector: From Publicity to Consensus Building?”. (Unpublished). *EUPRERA 2012 Congress*. 20- 22 September 2012, İstanbul.

## **Diğer Kaynaklar**

### **a) Gazete Yazısı**

Hızlan, D. (2018). “Yarının Sanatçısı 35 Genç”. *Hürriyet Gazetesi*. 5 Ağustos 2018, Sayfa: 18.

(Akademik türden olmayan güncel dergiler için de aynı şekilde kaynak gösterimi yapılır.)

### **b) Ansiklopedi**

AnaBritannica (1994). *Genel Kültür Ansiklopedisi*. Cilt: 17. İstanbul: Ana Yayıncılık.

### **c) Sözlük**

Püsküllüoğlu, A. (2007). *Çağdaş Türkçe Sözlük*. Ankara: Arkadaş Yayınevi.

### **d) Web Sitesi**

Uçar, O. (tarih belirtilmemiş). “Kitle İletişim Araçları Nelerdir? Kitle İletişim Araçlarının Tarihi ve Kullanım Alanları Nelerdir?”.

<https://www.bilgiustam.com/kitle-iletisim-araclari-nelerdir-kitle-iletisim-araclarinin-tarihi-kullanim-alanlari-nelerdir/> . Erişim Tarihi: 08.08.2018.

### **e) Televizyon ve Sinema Yapımı**

Kılıç, Y. (Yapımcı). Üstel, A. (Senarist). Baytan, N. (Yönetmen). (1982). *Yedi Bela Hüsnü*. [Film]. Türkiye: Cumhuriyet Film.

Alp, M. Y. (Yapımcı). Aydemir, S.; Kaman, M.; Kaman, E. (Senarist). Aydemir, S. (Yönetmen). (2014). *Kardeş Payı*. [Dizi]. Türkiye: NTC Yapım

**Not:** Kaynak bir kurum olduğunda; önce kısaltması, sonra kurumun tam adı yazılır. Örneğin; TDK (Türk Dil Kurumu) (2015). *Genel Açıklamalı Sözlük*. Ankara: TDK Yayınları.

**İLETİŞİM İÇİN:**

**Web sitesi:** <http://dergipark.gov.tr/siad>

**E-posta:** info@simetrikiletisim.com

## **AMAÇ**

Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi'nin yayımlanmasının temel amacı, Simetrik İletişim Platformu'nun iletişim bilimi alanına bilimsel araştırma yöntemlerine bağlı olarak akademik düzeyde bir katkı sağlamasıdır. Simetrik İletişim Platformu'nun akademik camiadaki üyeleri, iletişim biliminin sosyal bilimler içerisindeki konumunun güçlenmesine çaba sarf etmektedirler. Akademisyenler, araştırmacılar, profesyoneller, öğrenciler ve ilgili mesleki, akademik kurum ve kuruluşlar derginin hedef kitlesini oluşturur.

## **KAPSAM**

Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi'nin amacı, kapsamını da belirleyici niteliktedir. Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi, iletişim bilimi kapsamındaki tüm çalışmaların yayımlanmasına açık bir dergidir. İletişim ile bağlantılı tüm çalışmalar, derginin içeriğine bağlı olarak değerlendirmeye alınır.

Akademik araştırmacılar, iletişim profesyonelleri ve iletişim politikası belirleyicilerine yönelik bilimsel bilginin paylaşıldığı küresel bir platform oluşturmak için iletişim konusunu çeşitli açılardan ele alan orijinal araştırma, çeviri, derleme, olgu sunumu ve kitap incelemesi yazıları yayınlar. İletişim konusuyla ilgili ve derinlikli yorumlar içeren sosyoloji, psikoloji, siyaset bilimi, antropoloji, felsefe, tarih ve diğer alanlardan da katkılara açıktır. Bir başka deyişle, iletişim bilimi alanı ile bağlantı kurulması suretiyle diğer sosyal bilimler disiplinlerinden çalışmalar dergide yayımlanabilir.

Amaç ve kapsam doğrultusunda, aşağıdaki başlıklarda yer alan bilgiler, Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi'ne ilişkin geniş bilgi edinilmesini sağlamaktadır.

### **YAYIN POLİTİKASI**

Dergiye yayınlanmak üzere gönderilen makalelerin içeriği, derginin amaç ve kapsamı ile uyumlu olmalıdır. Dergi, iletişim bilimi alanında, orijinal araştırma niteliğindeki yazıları yayınlamaya öncelik vermektedir. Alana katkı sağlayacak çeviri, derleme, kitap eleştirisi vb. yayınların yayımlanması da Simetrik İletişim Platformu'nun önemli bir yayın politikasıdır.

Dergi, her yılın Ocak ve Temmuz aylarında olmak üzere periyodik olarak yılda iki kez çıkarılır. Yazarlar tarafından çalışmalar Ocak sayısı için bir önceki yılın Eylül ayının başlangıcından Kasım ayının ortasına kadar; Temmuz sayısı için o yılın Mart ayının başlangıcından Mayıs ayının ortasına kadar olan süreçte gönderilmelidir. Simetrik İletişim Platformu, düzenlenen bilimsel etkinliklerin değerlendirilmesi için gerekli gördüğü durumlarda Özel Sayı çıkarabilir.

### **GENEL İLKELER**

Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi adına, daha önce yayınlanmamış ya da yayınlanmak üzere başka bir dergide halen değerlendirmede olmayan ve her bir yazar tarafından onaylanan makaleler değerlendirilmek üzere kabul edilir.

Çalışmada gerekli izinlerin alınıp alınmadığından yazar(lar) sorumludur. Derginin alınması gereken bu izinlerle ilgili hiçbir sorumluluğu bulunmamaktadır.

Editör, gönderilen çalışma biçimsel esaslara uygun ise, gelen yazıyı yurtiçinden ve /veya yurtdışından en az iki hakemin değerlendirmesine sunar. Hakemler tarafından yayınlanması kabul edilen çalışmalar, hakemler gerek gördüğü takdirde çalışmada istenen değişiklikler yazarlar tarafından yapıldıktan sonra yayınlanır. Tüm hakemler çalışmayı yayınlanabilir bulmaz ise, çalışmanın yayınlanamayacağı yazar(lar)a bildirilir. İki hakemden biri çalışmayı yayınlanabilir nitelikte bulmaz ise, çalışma üçüncü hakeme gönderilir. Üçüncü hakemin kararı, çalışmanın yayınlanma durumunu belirler.

Çalışma yayınlanmak üzere Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi'ne gönderildikten sonra yazarlardan hiçbirinin ismi, tüm yazarların yazılı izni olmadan yazar listesinden silinemez ve yeni bir isim yazar olarak eklenemez ve yazar sırası değiştirilemez.

Yayınlanan çalışmalara ait yazı ve resimlerin tüm hakları Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi'ne aittir.

## **Yazarların Sorumluluğu**

Çalışmaların bilimsel ve etik kurallara uygunluğu yazar(lar)ın sorumluluğundadır. Yazar(lar), çalışmayı dergiye göndererek çalışmanın daha önce başka bir yerde yayınlanmadığı ve başka bir yerde, başka bir dilde yayınlanmak üzere değerlendirmede olmadığı konusunda teminat sağlamış olur(lar). Yazar(lar); intihal, izinsiz belge kullanma gibi etik olmayan uygulamalardan kesinlikle kaçınmalıdır(lar).

Gönderilen çalışma çok yazarlı ise, çalışmaya tüm yazarların akademik ve bilimsel olarak doğrudan katkısı olmalıdır. Yazar olarak gösterilen tüm bireyler yazar olmanın ölçütlerini karşılamalıdır. Yazarların isim sıralaması, çalışma dergiye gönderilmeden önce ortak verilen bir karar olmalıdır. Çalışma yayınlanma aşamasında iken, bu konuda herhangi bir değişiklik yapılması söz konusu edilemez.

Yazarlık için yeterli ölçütleri karşılamayan ancak çalışmaya katkısı olan tüm bireyler çalışmanın sonunda, kaynakça bölümünde önce “teşekkür / bilgiler” kısmında sıralanmalıdır. Bu nitelikteki kişilere örnek olarak sadece teknik destek sağlayan, yazıma yardımcı olan ya da sadece genel bir destek sağlayan, finansal yönden veya materyal desteği sunan kişiler gösterilebilir.

Bir yazar kendi yayınlanmış çalışmasında kendisinden kaynaklanmayan belirgin bir hata ya da yanlışlık tespit ederse, bu yanlışlıklara ilişkin düzeltme ya da geri çekme için editör ile hemen iletişime geçme ve işbirliği yapma sorumluluğunu taşır.

## **Editör ve Hakem Sorumlulukları ve Değerlendirme Süreci**

Editörler, bilimsel etik anlayışına bağlı olarak çalışmalarını, yazarların etnik kökeninden, cinsiyetinden, cinsel yöneliminden, uyruğundan, dini inancından ve siyasi yaklaşımından bağımsız olarak değerlendirirler. Yayına gönderilen çalışmaların adil bir şekilde çift taraflı kör hakem değerlendirmesinden geçmeleri sürecini yönetirler. Gönderilen çalışmalara ilişkin tüm bilginin, makale yayınlanana kadar gizli kalacağını garanti altına alırlar. Editörler, içerik ve yayının toplam kalitesinden sorumludurlar. Gerekli olduğunda, hata sayfası yayınlamalı ya da düzeltme yapmalıdırlar.

Editör; yazarlar, editörler ve hakemler arasında çıkar çatışmasına izin vermez. Hakem atama konusunda tam yetkiye sahiptir ve Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi'nde yayınlanacak çalışmalarla ilgili nihai kararı vermekle yükümlüdür.

Hakemler, değerlendirecekleri makaleleri, yazarların etnik kökeninden, cinsiyetinden, cinsel yöneliminden, uyruğundan, dini inancından ve siyasi yaklaşımından bağımsız olarak değerlendirirler. Değerlendirmelerinin sonucunda, bilimsel araştırma yöntemlerini esas alarak

tarafsız bir yargıya varmalıdırlar. Hakemler, eğer çalışmada mevcut ise yazarların atıfta bulunmadığı konuyla ilgili yayınlanmış çalışmaları tespit etmelidirler. Gönderilmiş çalışmalara ilişkin tüm bilginin gizli tutulmasını sağlamalı ve yazar tarafında herhangi bir telif hakkı ihlali ve intihal fark ederlerse editöre raporlamalıdırlar. Hakem, çalışma konusu hakkında kendini konuya hâkim konumda hissetmiyor ya da iş yoğunluğuna bağlı olarak zamanında geri dönüş sağlaması mümkün görünmüyorsa, editöre bu durumu derhal bildirmeli ve editörden hakem sürecine kendisini dahil etmemesini istemelidir.

Değerlendirme sürecinde, hakemlerin kimliğinin gizli kalmasına özen gösterilmelidir. Editörün inisiyatif üstlenmesiyle bazı durumlarda ilgili hakemlerin makaleye ait yorumları aynı makaleyi yorumlayan diğer hakemlere gönderilerek hakemlerin bu süreçte aydınlatılması yoluna gidilebilir.

### **AÇIK ERİŞİM İLKESİ**

“Bilgi paylaştıkça çoğalır” prensibine bağlı olarak; Simetrik İletişim Platformu, “Açık Erişim İlkesini” gözetir. Açık erişimli bir yayın olan Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi’nin, tüm içeriği okura ya da okurun dahil olduğu kuruma ücretsiz olarak sunulur. Okurlar, ticari amaç haricinde, yayıncı ya da yazardan izin almadan dergi makalelerinin tam metnini okuyabilir, indirebilir, kopyalayabilir, arayabilir ve link sağlayabilir.