



**Emine Çağlar**

Erciyes University, amineluguz@gmail.com, Kayseri-Türkiye

**Mustafa Akdağ**

Erciyes University, makdag42@gmail.com, Kayseri-Türkiye

DOI	<a href="http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2023.18.2.4C0253">http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2023.18.2.4C0253</a>	
ORCID ID	0000-0003-1078-2483	0000-0002-1818-2960
Corresponding Author	Emine Çağlar	

## DİJİTAL HALKLA İLİŞKİLER BAĞLAMINDA KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK: KAĞITSIZ ÜNİVERSİTE YÖNETİM SİSTEMİ

### ÖZ

Bu çalışma, Erciyes Üniversitesi ve Kayseri Üniversitesi'nin ortaklaşa yürütmüş olduğu projeyi, Kağıtsız Üniversite Yönetim Sistemi (KÜYS)'ni dijital halkla ilişkiler bakış açısıyla kurumsal sürdürülebilirlik açısından incelemektedir. Çalışma bu iki üniversitede çalışan kişilerden elde edilen verilerle kısıtlıdır. Çalışmada betimsel araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Buna göre çalışma, sürdürülebilirlik yönetimi, kurumsal sürdürülebilirlik, halkla ilişkiler, dijital medya, sürdürülebilir halkla ilişkiler faaliyetlerinin dijital teknoloji ile iletişimsel ilişkileri ve kağıtsız üniversite yönetim sistemi temel kategorileri üzerinden katılımcıların tutumlarını ölçmeyi amaçlayan bir tasarıma sahiptir.

**Anahtar Kelimeler:** Kurumsal Sürdürülebilirlik, Dijital Halkla İlişkiler, Kağıtsız Üniversite Yönetim Sistemi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri Üniversitesi

## CORPORATE SUSTAINABILITY IN THE CONTEXT OF DIGITAL PUBLIC RELATIONS: A PAPERLESS UNIVERSITY MANAGEMENT SYSTEM

### ABSTRACT

This study, the Project carried out jointly by Erciyes University and Kayseri University, Paperless University Management System (PUMS) is examined in terms of corporate sustainability of digital public relations. The study is limited to resources obtained from individuals working in these two universities. Descriptive research method is used in the study. Accordingly, the study has a protective approach that aims to go beyond approaches related to sustainability management, corporate sustainability, public relations, digital media, sustainable public relations, communicational relationships with digital technology, and paperless university management system as the main categories.

**Keywords:** Corporate Sustainability, Digital Public Relations, A Paperless University Management System, Erciyes University, Kayseri University

### How to Cite:

Çağlar, E. ve Akdağ, M., (2023). Dijital Halkla İlişkiler Bağlamında Kurumsal Sürdürülebilirlik: Kağıtsız Üniversite Yönetim Sistemi (KÜYS). Humanities Sciences, 18(2):1-11, DOI: 10.12739/NWSA.2023.18.2.4C0253.

## 1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Sürdürülebilirlik kavramı, insanlığın gezegendeki yerini anlamada bir değişimi temsil etmekte ve insanlık seçimlerini tartışmak için yararlı bir çerçeve sağlamaktadır. Sürdürülebilir kalkınma çevre ve toplum arasındaki yakın bağlantıların her iki yönde de geri bildirim döngüleri ile takdir edilmesine dayanmalı, sosyal ve çevresel eşitliğin temel fikri olmalıdır [9]. Kurumlar rekabet ortamlarında sürekli olarak ekonomik ve sosyal gelişmeler gibi değişikliklerle karşı karşıya kalabilmektedir. Halkla ilişkiler kurum içinde ve kurumun rekabet ortamındaki bu değişimleri iyi gözlemleyebilmeli ve bu değişimlere uyum gösterebilmesini sağlayabilmelidir. Çevreye duyarlı ve bilinçli kurumlara birçok avantajlar sağlayabilmekte olan Halkla ilişkiler, kurumların çevreye duyarlı misyon ve vizyonunu geliştirerek imajlarına büyük ölçüde katkılar sunacaktır. Kurumsal sürdürülebilirlik iş dünyasında, kurumların çalışanlarının, hissedarlarının ve müşterilerinin ihtiyaçlarının sürdürülebilir amaçlar doğrultusunda karşılanması ve devamlılığın sağlanması anlamına gelmektedir. Bu anlamda kuruma sürdürülebilir bakış açısı kazandıran bir halkla ilişkiler yönetimi kurumu diğer kurumlardan ayırarak lider konumuna getirebilmektedir. Çünkü sürdürülebilir faaliyetler kuruma rekabet avantajları sunmaktadır. Teknolojik gelişmelerin olumsuz çıktılarının yanı sıra birçok olumlu sonucu bulunmaktadır. Dijital medyanın bilgiye erişim konusunda daha hızlı ve çift yönlü bir hizmet sunması yaşanan bu olumlu sonuçlardan bazılarıdır. Dijital medyanın sunmuş olduğu bu fırsatları halkla ilişkiler tarafından uygulanmaya başlaması kurumlar açısından önemli başarılar sağlamaktadır. Bu çalışmanın amacı, sürdürülebilirlik ve kurumsal sürdürülebilirlik kavramlarına dikkat çekerek, bu kavramları dijital halkla ilişkilerin rolü bağlamında incelemektir. Erciyes Üniversitesi ve Kayseri Üniversitesi Bilgi İşlem Teknolojisi Kağıtsız Üniversite Yönetim Sistemi (KÜYS) bu amaçla ele alınacaktır.

## 2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Teknolojinin hızla gelişmesi çevre kirliliği, iklim değişikliği ve ozon tabakasının delinmesi gibi geri dönüşü olmayan sorunlara sebep olmaktadır. Bireyler yaşamlarını devam ettirebilmek için doğa üzerindeki etkilerini sürdürülebilir şekilde planlamak durumundadır. Bunun sonucunda çevreye duyarlı tüketiciler ve kurumlar ortaya çıkmaktadır. Dünyadaki küresel eğilimler kurum ve kuruluşları da dönüştürmektedir. Sürdürülebilirlik bu unsurların başında gelmektedir. Artık insanlar kurumlardan sürdürülebilir politikalar uygulamalarını beklemektedir. Dolayısıyla halkla ilişkiler profesyonelleri de bu küresel eğilimler doğrultusunda kurum yönetimlerine (proaktif iletişimin de gereği olarak) geribildirimde bulunmakla mükelleftir. Yapılan bu çalışma, Erciyes Üniversitesi ve Kayseri Üniversitesi'nin ortaklaşa yürütmüş olduğu Kağıtsız Üniversite Yönetim Sistemi (KÜYS)'ni dijital halkla ilişkiler bağlamında kurumsal sürdürülebilirlik açısından incelemektedir.

### Önemli Noktalar (Highlights):

- Sürdürülebilirlik, insanlığın çevresel eşitlik ve seçimlerin analiz edildiği önemli bir kavramdır.
- Halkla ilişkiler, çevresel duyarlılık ve sürdürülebilir politikaların kurumsal gelişiminde etkili bir rol oynamaktadır.
- Dijital halkla ilişkiler, teknolojik ilerlemeleri kullanarak sürdürülebilirlik stratejilerini başarıyla uygulamaktadır.

## 3. KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI (CORPORATE SUSTAINABILITY CONCEPT)

Sürdürülebilirlik kavramı 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından düzenlenen Brundtland Raporu'nda, bugün

ihtiyaçları, gelecek neslin ihtiyaçlarını taviz vermeden karşılayan kalkınma olarak ifade edilmiştir [12]. Brundtland Raporu'nun amaçları şöyle sıralanabilir [4]:

- Büyümeyle geliştirmek,
- Büyümede verimliliği artırmak,
- Temel ihtiyaçları sağlamak,
- Sürdürülebilir nüfusu oluşturmak,
- Asıl tabanı korumak, büyütme,
- Çevre ve ekonomiyi birleştirerek birlikte karar vermek.

Brundtland Raporu, sosyal ve ekonomik eşitliği teşvik etmek için kalkınma ve çevre politikalarından elde edilen fayda ve sorumlulukları toplum üyeleri arasında ve nesiller arasında adil bir şekilde dağıtılması gerektiğinin altını çizmektedir. Rapor, sürdürülebilir kalkınmanın birincil hedefinin hem mevcut nesil içinde hem de nesiller arası daha fazla eşitlik olduğunu defalarca vurgulamaktadır [3]. Bu anlamda, kurumsal sürdürülebilirlik giderek birçok kurumda iş stratejisinin hem kurumsal bir değeri hem de bütünleştirici bir parçası haline gelmektedir. Kurumsal yönetişimin rolünü, yapısını ve işleyişini destekleyen ilkelerin çoğuna meydan okuyan yönü vardır [16].

Hızla gelişen bilgi ve iletişim teknolojisindeki yenilikler, önemli miktarda bilgiyi işlememizi, depolamamızı ve hızla dağıtmanızı sağlamaktadır. Bu yeni teknolojiler, bilgiye ve iletişime erişimi önemli ölçüde artırarak bilgi ve katılımın önündeki engelleri aşarak eğitim ve siyasi katılımı iyileştirmek için muazzam olanaklar sunmakta ve yeni ekonomik fırsatlar oluşturarak ekonomik büyümeye ve istihdama katkıda bulunmaktadır [3]. Teknolojik yenilikler, verimlilik iyileştirmeleri, yeniden kullanım, geri dönüşüm ve doğal kaynakların ikamesi yoluyla ihtiyaçlarımızı karşılamamızı yeni yollarını sunabilmektedir [3]. Bu bağlamda insanlar, çevre ve toplum olarak adlandırılan bir bağlantı ağının parçasıdır [6]. Bununla birlikte, sürdürülebilirlik, teknolojik yenilik kadar sosyal ve kurumsal yeniliği de gerektirecektir. Bir şeyleri üretmede daha verimli hale geldikçe daha zengin olunacağı basit bir gerçektir [3].

### **3.1. Kurumsal Sürdürülebilirlikte Halkla İlişkilerin Rolü (The Role of Public Relations in Corporate Sustainability)**

Teknolojinin gelişmesi halkla ilişkilerin kullandığı yöntem ve araçlara da çeşitlilik sağlamaktadır. Günümüzde halkla ilişkiler, cep telefonlarındaki kısa mesajlardan internet sitelerine, internet sitelerinden sosyal medya platformlarına, televizyon programlarına kadar birçok farklı iletişim yöntem ve araçlarını kullanabilmektedir [2]. Bu anlamda kurumlarda halkla ilişkilere çok önemli görevler düşmektedir. Halkla ilişkiler toplumun yararı hususunda hedef kitlelerini bilinçlendirmeli ve yapılan çalışmalarda sürdürülebilirliğin öne çıkmasına ve toplumun zarar görmemesine odaklanmalıdır [1]. Rekabet ortamında rakiplerden öne çıkabilmek için insan faktörünün ön planda olması çok önemlidir. Bu anlamda kurumların halkla ilişkiler birimi kurum içerisinde insan faktörüne gereken önemin verildiğini ve bu faktörün en iyi biçimde kullanıldığını göstermelidir. Kurumlarda etkili bir örgüt iletişimi; çalışan motivasyonu, moral düzeyinin yükseltilmesi, ödül stratejilerinin geliştirilmesi, öneri sistemlerinin kurulması, müşteri-çalışan memnuniyetinin sağlanması, stresle başa çıkma, güvene dayalı yöneten-yönetilen ilişkisinin kurulması, hizmet içi eğitimlerin düzenlenmesi konusunda halkla ilişkiler birimlerinin insan sermayesine verdiği değer açısından önemlidir [7]. Dolayısıyla bir kurumda bulunan halkla ilişkiler uzmanı kurumun tüm faaliyetlerinde toplum ve paydaşların beklentilerini sadece kâr amacı taşımak için değil; sosyal,

çevresel ve ekonomik sürdürülebilir bir strateji izleyerek kurum ve tüketiciler arasında iyi ilişkiler geliştirmelidir.

Bu uygulamalar doğrultusunda, teknolojinin değişiminin kitleleri etkilediği dolayısıyla bu durumun da halkla ilişkilerin doğasını değiştirdiği ve bu değişimin giderek olağan ve kaçınılmaz hale geldiği ifade edilmektedir. Diğer yandan medyanın yapısı ve işleyişi hatta daha da önemlisi her geçen gün iletişimin yöntem ve araçları da değişmekte ve dolayısıyla halkla ilişkiler bu değişimi yakından takip etmek zorunda kalmaktadır. Onlarca yıl öncesinde kalan halkla ilişkiler anlayışı yani medya ile kurulan ilişkilerle ve bültenlerle yürütülen dar bir halkla ilişkiler anlayışının çok ötesine geçmektedir. Bugün geldiğimiz noktada başlayan dijitalizasyon ise tüm iş süreçlerini etkilemektedir [13]. Bu iş süreçlerinin genelinde sosyal sorumluluk ilkeleri ve yanıt verme süreçleri, sosyal, çevresel ve ekonomik sürdürülebilirlik gibi sonuçları sağlamak için iyi kurumsal yönetim uygulamaları ile desteklenmelidir. [17]. Halkla ilişkiler profesyonellerinin sürdürülebilir iletişimden sorumlu şirketler içinde olması gerektiği savunularak, sürdürülebilirlik yönetimi ve diğer kurumsal sistemlerle iş birliği yapmanın ve ağ kurmanın önemi vurgulanmaktadır. Sürdürülebilirlik, kurum yöneticilerinin (şirketin statükosu ve geleceğe yönelik sürdürülebilirlik faaliyetleri hakkında detaylı bilgisi olan) ve iletişim yöneticilerinin (paydaş fikir ve isteklerini önemseyen) sürdürülebilir bir vizyon için birlikte çalışmaları gerektiğini söylemektedirler [16]. Dolayısıyla Sürdürülebilirlik 21. yüzyılın en önemli halkla ilişkiler yaklaşımlarından birisini oluşturmaktadır.

### **3.2. Dijital Halkla İlişkiler (Digital Public Relations)**

Dijital iletişim süreçleri halkla ilişkileri de dönüştürmüştür. Artık çift yönlü iletişim geçmiş dönemlere kıyasla daha kolaylaşmıştır. Halkla ilişkiler açısından da kurum ve kuruluşlar hedef kitleleri ile doğrudan iletişim yürütebilme imkanlarına kavuşmuştur. Bu durum da esasında ideal halkla ilişkiler süreçlerinin yürütülmesine dair önemli imkanlar sağlamıştır. Halkla ilişkiler uygulayıcıları ve bilim insanları WEB'e büyük ilgi göstermişlerdir. Kurumsal WEB siteleri ve ana sayfalar; haber bültenleri için çıkışlar, kamu araştırmaları için fırsatlar ve kurumsal bilgilerin yayılması gibi halkla ilişkiler işlevlerine hizmet ederler. Bu Web siteleri aynı zamanda organizasyonel problemlere ve krizlere anında müdahale için fırsatlar sunar [10]. Bu anlamda dijital halkla ilişkiler, iki yönlü iletişimi kolaylaştırmada kritik bir rol oynamaktadır. Dijital Çağ'da bu durum, halkla ilişkiler uzmanlarının çeşitli halklarla daha etkili iletişim kurmaları için önemli bir fırsattır [14]. Dijital halkla ilişkiler, hedef kitleyle etkileşim kurma, çift yönlü bir iletişim, anında yanıt alma hedef kitleyi iyi analiz etmek ve az maliyet gibi avantajlara sahiptir. Çevrimiçi halkla ilişkileri kullanmanın diğer bir avantajı mesaj doğruluğu ve hassasiyeti ile temsil edilir. Kitle iletişim araçlarını hedef kitleyle harici iletişimde kullanılan geleneksel halkla ilişkilerin aksine, mesaj deformasyonu olasılığı, çevrimiçi halkla ilişkiler, mesajı doğru yayınlama ve iletişim sırasında meydana gelebilecek olası sesleri azaltma avantajı ile hedef kitleyi bilgilendirmek için web sayfasını kullanmaktadır [8].

Dijital halkla ilişkiler en temelde, uzmanlık isteyen ve yüksek teknolojiye dayanan pazar bilgisi ve bunu yorumlayabilecek iletişim bilgisi, dijital medya kanallarının etkililiği, kullanım oranları, dinamikleri ve motor arama uzmanlığı gibi konulara odaklanmaktadır. 2018 dijital pazarlama trendlerine göre; hedef kitleyi daha iyi analiz edebilmek için akıllı sohbet robotlarının (chatboot) yapay zeka ile de ilişkilendirilerek kullanıldığı, kuşakların özelliklerinin en iyi şekilde bilindiği ve aynı zamanda bu kuşakların hangi sosyal medya

kanallarını daha çok tercih ettikleri, veri toplamanın önemi ancak veri toplanırken bunun güvenli yollardan yapılması ihtiyacı, sesli sorgular ile optimize edilmiş akıllı asistanlar ile iletişimin derinleştiği görülmektedir [13].

### **3.3. Bilgi İşlem Teknolojileri Açısından Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Halkla İlişkiler (Corporate Sustainability and Public Relations in Terms of Information Technologies)**

Teknolojinin gelişmesiyle akıllı mobil cihazların yaygınlaşması, kolay erişilebilirliğin yanı sıra her zaman ve her yerde bilgi işlemin ilerlemesini sağlamaktadır [5]. Bilgi yönetimi, bir kurumda şeffaflık, açıklık, sorumluluk, özgünlük ve iletişim ilkelerinin uygulanmasına yardımcı olmaktadır. Kurumdaki kararlar ve politikalar bilgiye dayalı alınmakta ve bilgi yönetimi sayesinde kültürlerin işleme süreci gerçekleştirilebilmektedir [11]. Bu anlamda, çok uluslu küresel şirketler; değişen değerleri analiz ederek, sürdürülebilirlik raporları yayınlamaya, paydaşlar için bilgi platformları oluşturarak, hedef gruplarla diyalog kurarak, bilgilendirme ve eğitim kampanyaları başlatarak sürdürülebilirlik yönetimine aktif olarak katılmak ve kurumsal sürdürülebilirlik iletişimini yürütmek için daha fazla finansal araca sahip olma eğilimindedir [16]. Hızlandırılmış teknolojik gelişmeler şüphesiz yaşama, çalışma, iletişim kurma, üretme ve tüketme biçimini daha da dönüştürecektir. Ayrıca kaynak verimliliğinde gerekli iyileştirmelerle, üretkenliğin artması kazançların artmasına ve ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır. Bu sayede insanların sosyal, ekonomik ve politik yaşamına daha aktif katılımı artmaktadır [3].

Kurumlarda bilgi yönetimi; kültür farklılığı, vizyon geliştirme, organizasyonellik ve strateji açısından önemlidir. İş dünyasında hızlı değişiklikler yaşanmakta, kurum stratejileri ve eylemleri bu değişikliklere uyum sağlamaktadır. Kurumlarda bilgi yönetimi sistemlerinin eksikliği değişime ayak uydurma sürecinde büyük problemlere yol açabilmektedir. Bilgi yönetimi sistemlerinin kurumlarda eksik olması o kurumun sürdürülebilir gelişim ve sürdürülebilir rekabet avantajına erişemediğinin göstergesidir [11]. WEB sitelerinde en geniş kapsamlı yapılardan biri olarak ortaya çıkan sürdürülebilirlik, temelde bir kurumun her yönüyle ilgilidir. Sürdürülebilirlik, finansal olmayan hedef dışında, aynı zamanda bir paradigma ve önemli toplumsal beklenti ve değer olarak da görülmektedir. Kilit bir stratejik hedef olarak sürdürülebilirlik ancak bir kuruluş toplumsal/paydaş beklentilerine uyum sağladığında elde edilebilir ve iyi yönetim uygulayabilir. Sürdürülebilirlik ilkelerinin her karara, stratejiye veya hedefe uygulanması sosyal, çevresel ve ekonomik sürdürülebilirliği sağlar [17].

Halkla ilişkilerin yönetim, sürdürülebilirlik ve toplumsal sorumluluğa stratejik katkısı, kurumsal strateji gelişimi için normatif çerçevenin sürdürülebilirlik boyutuna ilişkin yapılarla temsil edilmektedir. Halkla ilişkiler, kurumsal ilişki ve kurumsal risk yönetimi (özellikle itibar riski) dahil olmak üzere kurumsal yönetime stratejik bir katkıda bulunur [18].

### **4. BİLGİ İŞLEM TEKNOLOJİSİ ÖRNEĞİNDE KAĞITSIZ ÜNİVERSİTE YÖNETİM SİSTEMİ: ERCİYES ÜNİVERSİTESİ VE KAYSERİ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ (PAPERLESS UNIVERSITY MANAGEMENT SYSTEM IN THE EXAMPLE OF INFORMATION TECHNOLOGY: ERCİYES UNIVERSITY AND KAYSERİ UNIVERSITY EXAMPLE)**

Gelişen dünyada kullanıcılar tarafından taleplerine verimli, dinamik, özgün, anında çözüm bulma prensiplerinden yola çıkarak daha güçlü bir teknoloji arzulanmaktadır. KÜYS projesinin temel amacı Üniversitenin tüm e-dönüşüm uygulamalarını aynı platform içerisine

çekmek ve tüm işlemlerini ulusal ve uluslararasılaşmaya uygun olarak kağıtsız/elektronik olarak gerçekleştirmek; bu sayede emek ve zaman kazanımını ve dolayısıyla karbon ayak izini azaltmak olarak ifade edilmektedir. KÜYS tüm öğrenci işleri, eğitim planı ve kaynak optimizasyonu, dış ilişkiler ofisi, e-imza, rektörlük, personel işlemleri, mevzuat işlemleri, doküman ve belge vb. tüm işlemleri dijital olarak yürütmeyi amaçlamaktadır. KÜYS kayıt, şikâyet, istek, öneri, başvuru gibi birçok durumda yüzlerce kâğıt israfını engelleyerek bilgi dolaşımını güçlendirme, bilgi kayıplarını ortadan kaldırma, iş akışını hızlandırma ve yönetilebilirliği etkinleştirme amacı taşımaktadır. Bu bağlamda araştırma, Mazhazhate ve Mudondo'nun 2019 yılında "Bilgi Yönetimi-Kurumsal Yönetim Nexus: Kuruluşlarda sürdürülebilir Rekabet Uygulamaları Oluşturma" çalışmasından yola çıkarak gerçekleştirilmiştir [11].

Araştırmada örnek olay olarak ele alınan kurum Erciyes Üniversitesi ve Kayseri Üniversitesi'dir. İki üniversitenin ortaklaşa gerçekleştirdikleri KÜYS projesi kapsamında Erciyes Üniversitesi ve Kayseri Üniversitesi Bilgi İşlem Daire Başkanlıkları'na bağlı kişilerle görüşülerek; sürdürülebilirlik raporları, medya yansımaları ve kurum portallarına bakışları incelenmektedir. Bu açıdan çalışma Erciyes ve Kayseri Üniversitesi'nde Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı'nda çalışan kişilerden elde edilen verilerle kısıtlıdır. Keşfetmeye yönelik betimsel tarzda tasarlanan çalışmada alan yazından beslenerek ve uzman görüşü alınarak hazırlanan sorulara verilen yanıtlar betimsel istatistik teknikler ile irdelenmiştir. Sorular, sürdürülebilirlik yönetimi, kurumsal sürdürülebilirlik, halkla ilişkiler, dijital medya, sürdürülebilir halkla ilişkiler faaliyetlerinin dijital teknoloji ile iletişimsel ilişkileri ve kağıtsız üniversite yönetim sistemi temel kategorileri üzerinden katılımcıların tutumlarını ölçmeye yönelik tasarımı sahiptir.

##### **5. BULGULAR VE TARTIŞMA (FINDINGS AND DISCUSSION)**

Araştırmada yargısal (amaçlı) örnekleme tekniği kullanılmıştır. Herhangi bir nitel çalışmada olduğu gibi, yargısal örneklemenin nihai amacı, çalışmanın amaçları doğrultusunda bilgi açısından zengin sayılan durumları elde etmektir [15]. Araştırmayı oluşturan bireylerin araştırmanın problemine yanıt sunacağı şekilde seçildiği örnekleme yöntemidir. Araştırma anket ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma soruları 2021 Eylül ayında Erciyes ve Kayseri Üniversitesi'nde anket yapılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma Erciyes Üniversitesi Bilgi İşlem Daire Başkanlığı'ndan 8 kişi, Kayseri Üniversitesi Bilgi İşlem Daire Başkanlığı'ndan 4 kişi ile toplamda 12 kişiyle yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Erciyes Üniversitesi bilgi işlem daire başkanlığı görev birimine bağlı 27 kişi ve Kayseri Üniversitesi bilgi işlem dairesine bağlı 10 kişi bulunduğu gözükmektedir. Fakat bu birime bağlı çalışanların tümü KÜYS projesi üzerine çalışmamakta ve de üniversitelerinin diğer kadro birimleriyle alakalı işleri yürütmektedirler. Dolayısıyla araştırmanın örneklemini oluştururken amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak doğrudan KÜYS projesiyle ilgili çalışmaları yürüten kişilerle anket gerçekleştirilmiştir ve bu çalışmada tüm nüfusun temsil edilmesi için örneklem sayısı yeterli kabul edilmiştir. Araştırma soruları SPSS uygulamasında frekans analizi yapılarak incelenmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular  
(Table 1. Findings on the demographic characteristics of the participants)

Cinsiyet				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Erkek	7	58.3	58.3	58.3
Kadın	5	41.7	41.7	100
Toplam	12	100	100	
Eğitim Durumu				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Lisans	4	33.3	33.3	33.3
Yüksek Lisans	6	50	50	83.3
Doktora	2	16.7	16.7	100
Toplam	12	100	100	
Üniversite				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Erciyes Üniversitesi	8	66.7	66.7	66.7
Kayseri Üniversitesi	4	33.3	33.3	100
Toplam	12	100	100	

Tablo 1’de görülmektedir ki katılımcıların sekizi (%66.7) Erciyes Üniversitesi, dördü (33.3) Kayseri Üniversitesi bilgi işlem dairesi birimine bağlıdır. Araştırmada yedi (%58.3) erkek, beş (%41.7) kadın katılımcı bulunmaktadır. Bu araştırma verileri cinsiyet dengelemesi olduğunu ve araştırmadan elde edilen verilerin toplumun iyiliği için politika formülasyonunda genelleştirilebileceğini göstermektedir. Araştırma dört (%33.3) lisans, altı (%50) yüksek lisans, iki (16.7) doktora derecesine sahip katılımcılardan oluşmaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların sürdürülebilirlik yönetimine yönelik algıları  
(Table 2. Perceptions of participants towards sustainability management)

Kurumumuzun Sürdürülebilirlik Yönetimine Olumlu Bakış Açısı Olduğunu Düşünüyorum				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılıyorum	8	66.7	66.7	66.7
Kesinlikle Katılıyorum	2	16.7	16.7	83.3
Fikrim yok	1	8.3	8.3	91.7
Katılmıyorum	1	8.3	8.3	100
Toplam	12	100	100	

Tablo 2’nin sonuçlarına göre katılımcılar kurumumuzun sürdürülebilirlik yönetimine olumlu bakış açısı olduğunu düşünüyorum sorusuna sekiz (%66.7) kişi katılıyorum, iki (%16.7) kişi kesinlikle katılıyorum, bir (%8.3) kişi fikrim yok, bir (%8.3) kişi katılmıyorum cevabını vermiştir. Dolayısıyla katılımcıların çoğunluğunun kurumlarının sürdürülebilirlik yönetimine olumlu bir bakış açısı geliştirdiği anlaşılmaktadır. Katılmıyorum ve fikrim yok yanıtı kurumun sürdürülebilirlik yönetimine dair olumlu bir bakış açısı kazandıramadığını göstermesine rağmen katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtlarının daha fazla oluşu kurumun sürdürülebilirlik yönetimine karşı olumlu bir bakış açısı kazandırdığını göstermektedir. Tablo 3’deki verilere göre dikkat çeken nokta katılımcıların üniversitelerinin sürdürülebilirlik raporu yayınlama durumuna dokuz (%75) kişi ve sıklığına ilişkin 11 (%91.7) kişi fikrim yok cevabını vermiştir. Erciyes Üniversitesi’nin 2019’dan beri sürdürülebilirlik raporu yayınladığı göz önüne alındığında kurumda çalışanların sürdürülebilirlik faaliyet raporu konusunda çok fazla bilgilerinin olmadığı sonucu çıkarılmıştır. Kayseri Üniversitesi’nde bu rapora rastlanamamıştır. Fikrim yok yanıtı diğer yanıtlara oranla fazla olması

kurumun sürdürülebilirlik raporu kavramının zihinlerde var olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla zihinlerde kurumsal sürdürülebilirlik anlamında bir boşluk olmaması için sürdürülebilirlik raporuna önem verilmesi gerektiğini göstermektedir.

Tablo 3. Katılımcıların sürdürülebilirlik raporuna yönelik algıları  
(Table 3. Perceptions of participants towards the sustainability report)

Kurumumuzun Sürdürülebilirlik Raporu Yayınladığını Düşünüyorum				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılıyorum	2	16.7	16.7	16.7
Kesinlikle katılıyorum	1	8.3	8.3	25
Fikrim yok	9	75	75	100
Toplam	12	100	100	
Kurumunuz Sürdürülebilirlik Raporu Ne Sıklıkla Yayınlıyor?				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Her yıl	1	8.3	8.3	8.3
Fikrim yok	11	91.7	91.7	100
Toplam	12	100	100	

Tablo 4. Katılımcıların sürdürülebilir halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelik algıları  
(Table 4. Perceptions of participants towards sustainable public relations activities)

Kurumumuzun Halkla İlişkiler Birimi Sosyal ve Çevresel Sürdürülebilirlik ve Sorumluluğa Stratejik Olarak Katkıda Bulunduğunu Düşünüyorum				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılıyorum	5	41.7	41.7	41.7
Fikrim yok	5	41.7	41.7	83.3
Katılmıyorum	2	16.7	16.7	100
Toplam	12	100	100	

Tablo 4'ün sonuçlarına göre katılımcıların halkla ilişkiler biriminin sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik ve sorumluluğa stratejik olarak katkıda bulunduğunu düşünüyorum sorusuna beş (%41.7) kişi katılıyorum, beş (%41.7) kişi fikrim yok, iki (%16.7) kişi katılmıyorum cevabını vermiştir. Dolayısıyla sürdürülebilir halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelik kararsız bir algı olduğu görülmektedir. Sosyal ve çevresel anlamda sürdürülebilirliğe katkıda bulunan bir halkla ilişkiler yönetiminin olması kurumların kişiler tarafından zihinlerde var olmasını sağlamaktadır.

Tablo 5. Katılımcıların sürdürülebilir halkla ilişkiler faaliyetlerinin dijital iletişimsel ilişkilerine yönelik algıları  
(Table 5. Perceptions of the participants towards the digital communicative relations of sustainable public relations activities)

Kurumumuzda Sürdürülebilir Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Dijital Teknoloji İle İletişimsel İlişkilerine Olumlu Bir Bakış Açısı Olduğunu Düşünüyorum				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılıyorum	7	58.3	58.3	58.3
Fikrim yok	5	41.7	41.7	100
Toplam	12	100	100	

Tablo 5'e göre katılımcıların sürdürülebilir halkla ilişkiler faaliyetlerinin dijital iletişimsel ilişkilerine yönelik algı sorusuna yedi (%58.3) kişi katılıyorum, beş (%41.7) kişi fikrim yok cevabını vermiştir. Katılıyorum yanıtı fikrim yok yanıtına oranla fazla çıktığı görülmektedir. Fakat günümüzde sürdürülebilir halkla ilişkiler faaliyetlerinin dijital teknoloji ile iletişimsel ilişkilerine yönelik



olumlu faaliyetler gerçekleştirmesi kurumlar için çok önemlidir. Dolayısıyla fikrim yok yanıtının katılımcı sayısına göre endişe verici olduğu düşünülmektedir. Kurumların sürdürülebilir bakış açısıyla dijital teknoloji ile iletişimsel ilişkilerine olumlu katkıda bulunması bu kurumların dijitalleşen dünyada daha başarılı olmalarını sağlayabilecektir.

Tablo 6. Katılımcıların KÜYS uygulamasına yönelik algıları  
(Table 6. Perceptions of the participants towards the PUMS application)

Kağıtsız Üniversite Uygulamasının Sürdürülebilir Gelişme Yararlılığı Konusunda Olumlu Bir Algı İçerisindeyim				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılıyorum	5	41.7	41.7	41.7
Kesinlikle Katılıyorum	5	41.7	41.7	83.3
Fikrim yok	1	8.3	8.3	91.7
Katılmıyorum	1	8.3	8.3	100
Toplam	12	100	100	
Kurumumuzun Kağıtsız Üniversite Uygulamasının Kurumun Sürdürülebilir Rekabet Avantajına Erişim Konusunda Olumlu Bir Algı İçerisindeyim				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılıyorum	10	83.3	83.3	83.3
Kesinlikle Katılıyorum	2	16.7	16.7	100
Toplam	12	100	100	

Katılımcıların çoğunluğunun kurumlarının sürdürülebilirlik yönetimi ve KÜYS uygulamasının sürdürülebilirlik yönetimine olumlu bir bakış açısı geliştirdiği fakat bu duruma karşı halkla ilişkiler ve sürdürülebilir halkla ilişkiler faaliyetlerinin dijital iletişimsel ilişkilerine yönelik daha az olumlu bir algı geliştirdiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla sürdürülebilirliğin halkla ilişkiler faaliyetlerinin çoğu çalışanın zihninde var olmadığını göstermektedir. Kurumların çalışanlarının zihninde var olmayan sürdürülebilir halkla ilişkiler faaliyeti çevreye yansıtılmada başarılı olamaz. Bu anlamda kurum içerisinde halkla ilişkiler faaliyetlerinin sürdürülebilirliği tam anlamıyla gerçekleştirmesi kurum açısından birçok sürdürülebilir faaliyete ve diğer gelişmelere de büyük katkıları olacaktır.

## 6. SONUÇLAR (RESULTS)

Toplumsal olarak var olan birey yaşamını sürdürmek ve ihtiyaçlarını karşılamak için doğada meydana gelen değişikliklere uyum sağlamalıdır. Çevre sorunları sebebiyle toplumların ve bireylerin yaşamlarını sürdürebilecek çevresel kaynaklar git gide azalmaktadır. Bunun sonucunda çevreye duyarlı tüketici bireyler ve bu durumun farkında olan, çevre sorunlarına karşı sorumluluk sahibi, riskleri azaltan kurumlarda ortaya çıkmaktadır. Kurumlar üretim esnasında çevreye daha az zarar verebilecek atık üretimi gerçekleştirmeli ve ambalajlı ürünlerde azaltmaya giderek çevreye duyarlı ve sorumlu bir bakış açısı geliştirmelidirler. Aynı zamanda kurumlar teknolojik gelişmelerle birlikte artan dijitalleşmenin fırsatlarını etkili bir biçimde kullanabilmelidir. Daha az maliyet, daha hızlı olma, anında geri dönüş, zaman tasarrufu ve çift yönlü iletişim gibi özellikler bu fırsatlardan büyük önem taşımaktadır. Çevreye karşı sorumluluk bilinciyle hareket eden ve sürdürülebilir faaliyet alanlarını geliştiren kurumlar daha başarılı olabilmektedir. Çünkü çevre dostu, ekonomik, güvenilir, geri dönüştürülebilir hızlı, çift yönlü iletişim ve etik unsurları içeren bir kurum diğer kurumlara göre daha çok tercih edilmekte ve saygı görmektedir. Kurumlarda tüm bu faaliyetlerin daha planlı ve sağlıklı yürütülebilmesi için halkla ilişkiler birimine ihtiyaç vardır. Halkla

ilişkiler kurumun her faaliyetinde olduğu gibi sürdürülebilir faaliyetlerinde de kurumun imajını ve iyiliğini düşünmektedir. Teknolojik gelişmelerle hızla gelişen dijitalleşme ve bilgi işlem sistemleri kurumlara birçok yönden avantajlar sunarak her zaman her yerde anında bilgiyi sunma ve yayma işlevini gerçekleştirmektedir. Bu avantajların yanı sıra bilgi işlem teknolojileri kâğıt israfını önlemekte ve zaman tasarrufu sağlamaktadır. Dolayısıyla günümüzde bilgi işlemin teknolojinin sürdürülebilir faydalarından yararlanması için halkla ilişkilerin stratejilerine ihtiyacı olduğu görülmektedir.

Çalışma Erciyes Üniversitesi ve Kayseri Üniversitesi'nin ortaklaşa yürütmüş olduğu bir projeyi, Kağıtsız Üniversite Yönetim Sistemi (KÜYS)'ni dijital halkla ilişkiler bağlamında kurumsal sürdürülebilirlik anlamında incelemektedir. Katılımcıların görüşlerine göre, KÜYS uygulamasının kurumların sürdürülebilirlik yönetimine olumlu bir bakış açısı geliştirdiği fakat halkla ilişkiler faaliyetleri açısından dijital iletişimsel ilişkilerine yönelik daha az olumlu bir algı geliştirdiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla halkla ilişkiler biriminin çift yönlü iletişim kurma, doğru ve açık bilgi verme, inandırıcılık, kurum imajı, sabırlı çalışma ve sorumluluk ilkeleri kapsamında KÜYS uygulamasında ortaya koyabilecekleri önemli katkılar olabilir. Kurumların bu ilkeler kapsamında hayata geçirilecek dijital uygulamaları halkla ilişkiler birimleri tarafından titizlikle takip edilmelidir.

Sonuç olarak kurumsal sürdürülebilirlik; bilgi yönetimi, kurum itibarı, kurum değeri, kurum vizyonu, kurum misyonu, kurum kültürü ve kurum sermayesine önemli katkılar sunabilmektedir. Bu anlamda, KÜYS projesinin sürdürülebilir dijital halkla ilişkiler açısından incelenmesi, ileride yapılacak çalışmalar için önemli bir örnek teşkil etmektedir. Bu çalışma, dijital halkla ilişkilerin kurumsal sürdürülebilirlik üzerindeki etkisini anlamak, sürdürülebilirlik odaklı projelerin nasıl başarılı bir şekilde uygulanabileceğini göstermek ve gelecekte benzer çalışmalara ilham kaynağı olmak amacıyla önemlidir. KÜYS projesi, kağıtsız bir üniversite yönetim sistemi olarak, çevresel etkileri azaltmaya, verimliliği artırmaya ve sürdürülebilirlik hedeflerini desteklemeye yönelik bir adımdır. Bu çalışma, bu tür projelerin başarısı ve önemi hakkında bilgi sağlayarak, diğer kurumlar ve organizasyonlar için bir örnek ve yol gösterici olabilir.

#### **KAYNAKLAR (REFERENCES)**

- [1] Akdağ, M. ve Özdemir, M., (2020). Çevreye duyarlılık ve sorumluluk bağlamında yeşil halkla ilişkiler ve antroposen kavramı: Billboardlar üzerinden bir göstergibilimsel analiz. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16:3505-3532. DOI: 10.26466/opus.791359.
- [2] Atik, A. ve Taşcıoğlu, R., (2012). Radyo ve televizyonun yerel yönetimlerin halkla ilişkiler uygulamalarında iletişim yöntem ve aracı olarak kullanımı: Erzurum belediyeleri örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 5(10):159-170.
- [3] Azapagic, A.S., Perdanand, R.C., (eds.) (2004). *Sustainable Development in Practice: Case Studies for Engineers and Scientists*. John Wiley&Sons, Chichester.
- [4] Brundtland Commission, (1987). *Our Common Future. The Brundtland Report*. Oxford, UK: World Council on Sustainable Development.
- [5] Dos Santos, A.D., Strada, F., and Bottino, A., (2019). Approaching sustainability learning via digital serious games. *IEEE Transactions on Learning Technologies*, 12:303-320.
- [6] Giddings, B., Hopwood, B., and O'Brien, G., (2002). Environment, economy and society: fitting them together into sustainable development. *Sustainable Development*, 10:187-196.

- [7] Göksel, A.B. ve Baytekin, E.P., (2008). Bilgi toplumunda işletmeler açısından önemli bir zenginlik: entelektüel sermaye - halkla ilişkiler perspektifinden bir değerlendirme. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (31):81-98.
- [8] Haig, M., (2000). *E-PR: The Essential Guide to Public Relations on The Internet*. London: Kogan Page.
- [9] Hopwood, B., Mellor, M., and O'Brien, G., (2005). *Sustainable Development: mapping different approaches*. Northumbria University, 13:38-52.
- [10] Kent, M.L. and Taylor, M., (1998). Building dialogic relationships through the World Wide Web. *Public Relations Review*, 24(3):321-334.
- [11] Mazhazhate, C. and Mudondo, T., (2019). Knowledge management-corporate governance nexus: building sustainable competitive practices in organizations. *International Journal of Social and Humanities Sciences*, 3(1):83-94.
- [12] MFA, (2002). *Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi (Johannesburg, 26 Ağustos-4 Eylül2002)*, T.C. Dışişleri Bakanlığı (mfa.gov.tr), (Erişim Tarihi: 15.05.2021).
- [13] Özgen, E., (2019). *Hedef kitlenin dijital dönüşümü (Dijital Halkla İlişkiler ve Değişen Hedef Kitle*, Ed. Elif Başak Sağıroğlu). Konya: Eğitim Yayınevi.
- [14] Petrovici, M.A., (2014). E-public relations: Impact and efficiency. A case study. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 141:79-84.
- [15] Sandelowski, M., (2000). Araştırma yöntemlerine odaklanma. nitel açıklamaya ne oldu?. *Hemşirelik ve Sağlıkta Araştırma*, 23:334-340.
- [16] Signitzer, B. and Prexl, A., (2007). Corporate sustainability communications: Aspects of the oryand professionalization. *Journal of Public Relations Research*, 20(1):1-19.
- [17] Steyn, B. ve Niemann, L., (2010). Enterprise Strategy. A concept that explicates corporate communication's strategic contribution at the macro organizational level. *Journal of Communication Management*, 14(2):106-126.
- [18] Steyn, B. and Niemann, L., (2014). The strategic role of public relations in business strategy, governance and sustainability - A normative framework. *Public Relations Review*, 40(2):171-183.