T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANA BİLİM DALI
SANAT VE TASARIM YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GÖSTERGEBİLİM, FOTOĞRAF VE KURUMSAL KİMLİK BAĞLAMINDA YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

SABRİ BAKIŞ
21715018

TEZ DANIŞMANI
DR. ÖĞR. ÜYESİ ERKAN ÇİÇEK

2025

T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANA BİLİM DALI
SANAT VE TASARIM YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GÖSTERGEBİLİM, FOTOĞRAF VE KURUMSAL KİMLİK BAĞLAMINDA YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

SABRİ BAKIŞ
21715018
ORCID NO: 0000-0001-9781-2037

TEZ DANIŞMANI
DR. ÖĞR. ÜYESİ ERKAN ÇİÇEK

NİSAN
2025

Sabri BAKIŞ tarafından hazırlanan “Göstergebilim, Fotoğraf ve Kurumsal Kimlik Bağlamında Yıldız Teknik Üniversitesi Örneği” başlıklı çalışma, **08/04/2025** tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği ile başarılı bulunmuş ve jürimiz tarafından Sanat ve Tasarım Ana Bilim Dalı Sanat ve Tasarım Programında **YÜKSEK LİSANS** tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman	**İmza**
Dr. Öğr. Üyesi Erkan Çiçek	……

Jüri Üyeleri	**İmza**
Doç. Dr. Burak Boyraz	……
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Hikmet Aydıngüler	……

ÖZET

GÖSTERGEBİLİM, FOTOĞRAF VE KURUMSAL KİMLİK BAĞLAMINDA YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Göstergebilim kavramı hayatın hemen her alanında varlığını hissettirse de çok daha büyük ölçüde görsel sanatlar açısından ve görsel olarak karşılaşılan hususlar dahilinde ele alınan bir noktadadır. Fakat araştırmacılar, göstergebilimle ilintili olarak hayatın her alanında ve anında dikkati çekebilecek türden imgenin, söylemin ve davranışın incelemesini gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar.

Taşıdığı nitelik açısından, açıklayıcılığı güçlü ve etkin olan göstergebilim, kurumsal yaşam içerisinde de birçok farklı unsuru insanların gözünün önüne getirmektedir. Özellikle son yıllarda kurumların pazarlama açısından birçok farklı unsuru sürecin içerisinde katmak suretiyle kendilerini, ürünlerini, hizmetlerini ve markalarını tanıtmak konusunda yoğun bir çaba sarf ettikleri görülmektedir. Kurumsal bakımdan ele alındığında, göstergebilim, şirketler açısından birincil uygulama ve çalışma alanı olmasa da giderek çok daha fazla şirket bu disiplinin sağladığı imkanlar, araştırma yöntemleri ve ortaya çıkardığı bulgular ekseninde kurumsal kimliklerine nasıl şekil verebileceklerine dair düşünmektedirler.

Bu araştırmanın temel amacı, göstergebilim inceleme tekniğine dayalı olarak Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Yıldız ve Davutpaşa kampüslerinde, araştırmacı tarafından elde edilen fotoğraflar eşliğinde, bu fotoğrafların, üniversitenin kurumsal kimliğine olan etkilerini incelemektir.

Araştırmanın bulguları, göstergebilim açısından incelendiğinde, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin her iki incelenen kampüsünde de göstergelerin gören için tarihle bütünleşik bir mekân algısı ortaya koyduğunu fark etmek mümkündür. Üniversitenin her iki kampüsünde söz konusu olan tarihi binaların yaşatılması ve görsel olarak restorasyonla niteliklerinin korunması, mekânı gören ve ziyaret edenler için yine okul açısından pozitif bir niteliğin oluşmasını mümkün kılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Fotoğraf, Gösteren, Gösterge, Göstergebilim, Kurumsal kimlik

ABSTRACT

SEMIOTICS, IN THE CONTEXT OF PHOTOGRAPHY AND CORPORATE IDENTITY, THE CASE OF YILDIZ TECHNICAL UNIVERSITY

Although the concept of semiotics makes its presence felt in almost every area of life, it is at a point where it is addressed much more in terms of visual arts and visually encountered issues. However, researchers are trying to examine the type of image, discourse and behavior that can attract attention in every area of life and at any moment in relation to semiotics.

In terms of the quality it carries, semiotics, which is powerful and effective in its explanatory power, also brings many different elements to people's eyes in corporate life. Especially in recent years, it has been seen that institutions have made an intensive effort to introduce themselves, their products, services and brands by including many different elements in the process in terms of marketing. When considered from an institutional perspective, although semiotics is not the primary application and field of study for companies, more and more companies are thinking about how they can shape their corporate identities in line with the opportunities, research methods and findings provided by this discipline.

The main purpose of this research is to examine the effects of these photographs on the university's corporate identity, accompanied by photographs obtained by the researcher at Yıldız Technical University's Yıldız and Davutpaşa campuses based on the semiotics examination technique.

When the findings of the research are examined in terms of semiology, it is possible to notice that the signs in both examined campuses of Yıldız Technical University present a spatial perception integrated with history for the viewer. The survival of the historical buildings in question in both campuses of the university and the preservation of their qualities through visual restoration make it possible for a positive quality to be created in terms of the school for those who see and visit the place.

Key Words: Corporational identity, Photography, Semiology, Signifier, Sign

ÖN SÖZ

"Göstergebilim, Fotoğraf ve Kurumsal Kimlik Bağlamında Yıldız Teknik Üniversitesi Örneği" başlıklı bu yüksek lisans tezi, sanat ve tasarım disiplinlerinin kuramsal derinliği ile görsel kültürün etkileyici gücünü bir araya getirme amacıyla hazırlanmıştır. Akademik araştırma sürecim boyunca, yalnızca bilgi değil aynı zamanda vizyon kazandığım bu çalışmanın ortaya çıkmasında pek çok kişinin katkısı olmuştur.

Öncelikle, tez sürecimin her aşamasında akademik birikimi, titiz yaklaşımı ve yönlendirici desteğiyle bana ışık tutan değerli tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Erkan Çiçek'e içtenlikle teşekkür ederim. Kendisinin katkıları, bu çalışmanın bilimsel zemin üzerinde ilerlemesini sağlayan en önemli yapı taşlarından biri olmuştur.

Bu tez aynı zamanda görsel iletişimin kurumsal kimlik üzerindeki etkilerini sorgularken, üniversitelerin kendilerini nasıl ifade ettikleri ve bu ifadenin görsel temsilleri üzerine düşünmeye davet eden bir çalışmadır. Süreç boyunca elde ettiğim deneyimlerin, ileride yapılacak benzer araştırmalar için bir temel oluşturmasını dilerim.

Sabri BAKIŞ

Nisan, 2025; İstanbul

İÇİNDEKİLER

ÖZET iii
ABSTRACT iv
ÖN SÖZ v
İÇİNDEKİLER vi
TABLOLAR LİSTESİ viii
ŞEKİLLER LİSTESİ ix

1. GİRİŞ 1

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE 1
2.1. Araştırmanın Konusu 1
2.2. Araştırmanın Problemi 1
2.3. Araştırmanın Amacı 2
2.4. Araştırmanın Yöntemi 2
2.5. Araştırmanın Sınırlılığı 3

3. ŞİRKETLERDE KURUMSALLAŞMA VE KURUMSAL KİMLİK OLUŞUMU 4
3.1. Kurumsallaşma Kavramı 4
3.2. Kurumsal Kimlik Kavramı 6
3.3. Kurumsal Kimliği Oluşturan Öğeler 9
3.4. Kurumsal Kimlik ile İlgili Kavramlar 10
3.4.1. Kurum Kültürü 11
3.4.2. Kurumsal İletişim 12
3.4.3. Kurumsal Çekicilik 13
3.4.4. Kurumsal Prestij 15
3.4.5. Kurumsal Liderlik 16

4. GÖSTERGEBİLİM 19
4.1. Göstergebilim Kavramı 19
4.2. Göstergebilimin Nitelikleri 21
4.3. Göstergebilim Kuramları 23
4.3.1. Ferdinand de Saussure 23
4.3.2. Charles Sanders Pierce 24
4.3.3. William Morris 26
4.3.4. Algirdas Julien Greimas 28
4.3.5. Roland Barthes 29

5. KURUMSAL KİMLİK OLUŞTURMADA GÖSTERGEBİLİM VE FOTOĞRAF UNSURLARININ ETKİSİ: YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ 32
5.1. Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Tarihçesi 32
5.2. Yıldız Teknik Üniversitesi Yıldız ve Davutpaşa Kampüslerinin Göstergebilimsel Olarak Çözümlenmesi 34

5.2.1. Yıldız Kampüsü 34
5.2.2. Davutpaşa Kampüsü 44

6. SONUÇ 54

KAYNAKÇA 59

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Gösterge 1 Çözümlemesi 35
Tablo 2. Gösterge 2 Çözümlemesi 37
Tablo 3. Gösterge 3 Çözümlemesi 38
Tablo 4. Gösterge 4 Çözümlemesi 40
Tablo 5. Gösterge 5 Çözümlemesi 42
Tablo 6. Gösterge 6 Çözümlemesi 45
Tablo 7. Gösterge 7 Çözümlemesi 46
Tablo 8. Gösterge 8 Çözümlemesi 48
Tablo 9. Gösterge 9 Çözümlemesi 50
Tablo 10. Gösterge 10 Çözümlemesi 52

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Kurumsal Kimliğin Tanımlanmasında Ön Plana Çıkan Unsurlar 8
Şekil 2. Ferdinand de Saussure'ün Teorisinin Genel Yapısı 24
Şekil 3. Charles Sanders Pierce'in Teorisinin Genel Yapısı..... 25
Şekil 4. William Morris'in Teorisinin Genel Yapısı..... 28
Şekil 5. Algirdas Julien Greimas'ın Teorisinin Genel Yapısı..... 29
Şekil 6. Gösterge 1 - Yıldız Kampüsü Şehzade ve Sultan Köşkü (Ana Bina)..... 34
Şekil 7. Gösterge 2 - Yıldız Kampüsü Şehzade ve Sultan Köşkü (Ek Bina)..... 36
Şekil 8. Gösterge 3 - Yıldız Kampüsü Köşk Nilüferli Havuz..... 38
Şekil 9. Gösterge 4 - Yıldız Kampüsü Köşk Şelaleli Havuz 40
Şekil 10. Gösterge 5 - Yıldız Kampüsü, Mühendislik Fakültesi İçerisinden Görünüm 42
Şekil 11. Gösterge 6 - Davutpaşa Kampüsü Orta Bahçesi..... 44
Şekil 12. Gösterge 7 - Davutpaşa Kampüsü Alanı İçerisindeki Otağ-ı Hümayun..... 46
Şekil 13. Gösterge 8 - Davutpaşa Kampüsü Alanı İçerisindeki Tarihi Hamam Binası 48
Şekil 14. Gösterge 9 - Davutpaşa Kampüsü Alanı İçerisindeki Tarihi Taş Bina İçi . 50
Şekil 15. Gösterge 10 - Davutpaşa Kampüsü Alanı İçerisindeki Müzenin Üst Kattan Görünüşü..... 52

1. GİRİŞ

İnsanların karşılaştıkları imgeler ile ilgili olarak görüşleri ve bu imgelerin onların yaşamlarına yansımaları bireyden bireye farklılıklar arz etmektedir. Her bireyin farklı algılamaları farklı görüşleri ve farklı yaklaşımları söz konusu olmakla birlikte karşılaştıkları imgeleri değerlendirme şekilleri ve bunlara istinaden söylem ve eylemleri birbirinden çok farklı olabilmektedir. Bu durum, bireylerin kültürel olarak birbirlerinden farklı olmaları ile birlikte yaşamlarının ekseninde birbirlerinden farklı yaşamları sürdürüyor olmalarıyla da ilintilidir. Bu sayede, farklı görüşlerin, farklı duyguları ve farklı yaşam tarzlarının ortaya çıkması söz konusu olmaktadır. Duygusal ve düşünsel anlamda birbirlerinden çok farklı hayatları sürdüren bireyler bunları şekillendirirken yaşamlarının getirileri olan unsurları sürecin içerisine dahil etmekten çekinmemektedirler.

Bireylerin gördükleri unsurlar ekseninde yaşamlarını şekillendirmeleri ve bunun içerisine dil başta olmak üzere farklı kültürel unsurları da eklemeleri bu durumun bilimsel anlamda araştırılmasını teşvik ettiği kadar bir zorunluluk haline de getirmiştir. Hayatın hemen her alanında gördüğünden, duyduğundan ve yaşadığından etkilenen bireyler bu sayede zihinlerinde çeşitli imgeler ile yaşamlarını şekillendirmeye başlamışlardır. Bu tür bir yaşam şekli yeni anlamlandırma çabalarını beraberinde getirirken gösterge bilim unsurunun ortaya çıkışına da vesile olmuştur. 20. yüzyılın başlarından itibaren giderek derinleşen bir araştırma alanına dönüşen göstergebilim onu araştıran ve geliştiren araştırmacıların tespitleri ekseninde kimliğini bulmuştur. Göstergebilim, aslında her birey için farklı anlamlandırmaların ortaya çıkmasına sebebiyet veren ve bu şekilde, neredeyse tüm bireyler için birbirinden farklı imgesel anlamların incelenmesini mümkün kılan bir araştırma alanıdır.

Bireylerin görmüş oldukları imgelerin, konuştukları dillerin ve yazıya döktükleri düşüncelerinin hemen hepsi göstergebilimin inceleme alanına girmektedir. Birçok araştırmacının dikkatini çekecek biçimde insanların farklı yaklaşımlarını imgesel anlamda incelemeye ve açıklamaya çalışan göstergebilim, hayatın hemen her alanında

bir görüntünün, bir mesajın ve bir söylemin insanlar nazarında ifade ettiği anlamı derinleştirmeye çalışan ve onu yoğun bir biçimde incelemeyi amaçlayan bir disiplin olarak dikkati çekmektedir. İnsanın yaşamında görsel unsurların giderek çok daha büyük bir anlam ifade ettiği ve tek bir görselin birçok farklı anlamı ortaya koyduğu bir sosyal yaşam mekanizması içerisinde göstergebilimin açıklayıcılığı büyük bir önem arz etmektedir.

İmgelerin insan zihninde yaratmış olduğu etkiden en fazla yararlanmaya çalışan alanlardan biri, ticaret rekabeti etkisiyle şirketlerin mücadele ettiğin kurumsal dünya olmaktadır. Şirketler, tam olarak göstergebilimin işaret ettiği yolları takip etmeseler bile, tüketicilerin zihninde nasıl bir imge yarattıklarını ve bunun etkililiğinin ne düzeyde olduğunu araştırmak istemektedirler. Kurumsal anlamda yaratılan bu imge kimi zaman herhangi bir hazırlık ya da çabanın sonucu olmasa da kimi zaman planlı ve programlı olarak ortaya çıkarılan bir unsur olmaktadır. Fakat her ne şekilde olursa olsun, göstergebilim, doğrudan ya da dolaylı olarak şirketlerin kurumsal yaşamdaki görünümleri ve ifade ettikleri anlam bakımından belirleyici bir nitelik taşımaktadır.

İş yaşamında, göstergebilimin ortaya koymuş olduğu, şirketlere dair imgeler, bir bakıma, kurumsal kimliğim şekillenmesinde etkili olmaktadırlar. Kurumsal kimlik son yıllarda şirketlerin çok boyutlu olarak üzerine düşündüğü ve kurumsal olarak kendilerini doğru bir biçimde ifade edebilmenin en doğru yolu olarak görülmektedir. Çünkü şirketler kendilerini ifade edebilme konusunda artık sadece ürün ve hizmetlerinin ortaya koymuş olduğu görüntü ile kendilerini sınırlamamaktadırlar. Sahip olunan üretim alanları, logo, çalışma ortamı vb. unsurlar şirketlerin kurumsal kimliklerinin tanıtımı açısından son derece kritik öğeler haline gelmektedirler. Bu nedenle, şirketlerin kurumsal kimlikleri hakkında düşündükleri süre zarfında, sahip oldukları her bir unsuru hassasiyetle ele almaları gerekmektedir.

Geçmiş yıllarda, yalnızca satmış olduğu ürünler temelinde kendisini ifade etmeyi düşünen şirketler, artık bu kısıtlamanın dışına çıkmak suretiyle kendilerine yeni tanıtım unsurları aramaktadır. Bu nedenle, görsel anlamda oluşturulan ve insanların zihinlerinde güçlü ve kalıcı bir anlam yaratan imgeler kurumsal kimliğin daha anlaşılabilir ve kabul edilebilir olması konusunda şirketlerin işlerini kolaylaştırmaktadır. Fakat mevcut iş dünyasının şartları kurumsal kimliğin sadece iş ile ilgili olarak değerlendirilmesini mümkün kılmamaktadır. Bunun ötesinde,

göstergebilim gibi bilimsel alanların ortaya koymuş olduğu çalışmalar ve sonuçlar da kurumsal yaşamın dikkatle incelenmesi gereken bir alanı haline gelmektedir.

Araştırmanın temel amacı, göstergebilim inceleme tekniğine dayalı olarak Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Yıldız ve Davutpaşa kampüslerinde, araştırmacı tarafından elde edilen fotoğraflar eşliğinde, bu fotoğrafların, üniversitenin kurumsal kimliğine olan etkilerini incelemektir. Araştırmada, üniversitenin tarihsel anlamdaki kimliğini dün ve bugün açısından ifade eden alan, mekân ve unsurların fotoğraflarının çekimi ile birlikte elde edilen fotoğrafların göstergebilim eşleniğinde ne ifade ettiği ve Yıldız Teknik Üniversitesi'nin kurumsal kimliğini ne oranda ve ne şekilde açıkladığını tespit edilmeye çalışılacaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Araştırmanın Konusu

Araştırmanın ana konusu, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin kurumsal kimliğinin açıklanması konusunda göstergebilim yöntemlerinin kullanılarak üniversiteyi tanımlayan unsurların değerlendirilmesidir. Bu nedenle, üniversitenin Yıldız ve Davutpaşa kampüslerinde yer alan lokasyonların fotoğraflarına bağlı olarak bir kurumsal kimlik anlayışı incelemesi yapılmış, bu noktada da göstergebilimin sağlamış olduğu değerlendirme imkanları ön plana çıkarılmaya çalışılmıştır.

2.2. Araştırmanın Problemi

Araştırmanın temel olarak problemi aşağıdaki cümle ekseninde değerlendirilebilecektir:

Yıldız Teknik Üniversitesi'nin kurumsal kimliğinin oluşumunda eski ve modern dönem bina inşa tarzının etkisi nedir?

Kurumsal kimlik ile ilgili olarak yapılan araştırmalarda, genel olarak kurumların faaliyetleri konusunda bazı unsurların etkili olduğu düşünülebileceği gibi bunun göstergebilim açısından incelenmesi konusunda literatürün dar olduğu görülmektedir. Özellikle de Türkiye'de, kurumsal kimlik niteliğinin göstergebilim ekseninde ve üniversiteler özelinde incelenmesi adına kısıtlı sayıda çalışmanın varlığından bahsetmek mümkündür. Bu konuda araştırma yapan kesimler için ulaşılabilecek örnek metinler yeterli düzeyde değildir.

Literatürün kısıtılılığı, bu araştırmanın sahip olduğu içeriğin hem kendisi için önemli bir nitelik desteği sağlamasını hem de literatürün farklı bir şekilde gelişimi açısından yeni bir yol açılmasını mümkün hale getirmektedir. Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Yıldız ve Davutpaşa kampüslerinin tarihi hakkında literatürde geniş ölçekli bir veri yığını bulunmamakla birlikte bu mekanların göstergebilim ve kurumsal kimlik ekseninde değerlendirilebilmeleri adına da yeterli düzeyde güçlü bir veri ve bulgu

yığının da olmaması, bu çalışmanın içeriğindeki araştırma unsurlarının ve erişilen sonuçların literatür açısından kıymetli olmasını sağlamaktadır.

Özellikle, konunun araştırılması açısından, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin tarihi kimliğini ön plana çıkararak konuyu değerlendiren araştırmaların sayısının az olması da önemli bir sorun şeklinde ele alınabilecektir. Bu nedenle, mevcut araştırmada, üniversitenin tarihsel anlamdaki arkaplanının ve hali hazırdaki, modern kimliğinin harmanlanarak hem göstergebilimin sunduğu araştırma teknikleri hem de kurumsal kimliğe etkileri bakımından incelenmesi ekseninde incelenmesi literatür açısından bir eksik, bu araştırma açısından ise fark yaratan bir durumdur.

Tüm bunlara istinaden, bu araştırmanın, Türkiye'de, kurumsal kimlik niteliğinin göstergebilim ekseninde ve üniversiteler özelinde incelenmesi konusunda bir örnek teşkil ederek bundan sonraki süre zarfında gerçekleştirilecek olan araştırmalara bir öncül role sahip olması mümkün olabilecektir. Araştırmada, konu ile ilintili, gelecekteki farklı çalışmalar için bir fikir zemini oluşturulması söz konusudur.

2.3. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, göstergebilim inceleme tekniğine dayalı olarak Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Yıldız ve Davutpaşa kampüslerinde, araştırmacı tarafından elde edilen fotoğraflar eşliğinde, bu fotoğrafların, üniversitenin kurumsal kimliğine olan etkilerini incelemektir. Araştırmada, üniversitenin tarihsel anlamdaki kimliğini dün ve bugün açısından ifade eden alan, mekân ve unsurların fotoğraflarının çekimi ile birlikte elde edilen fotoğrafların göstergebilim eşleniğinde ne ifade ettiği ve Yıldız Teknik Üniversitesi'nin kurumsal kimliğini ne oranda ve ne şekilde açıkladığını tespit edilmeye çalışılacaktır.

2.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada yöntem olarak Roland Barthes tarafından geliştirilen göstergebilim inceleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntemin tercih edilmesinin nedeni, bir konuda toplanan fotoğrafların incelenmesi ve değerlendirilmesi açısından kolay, detaylı ve açıklayıcı bir yöntem olması ile birlikte Yıldız Teknik Üniversitesi'nin genel görünümünün doğru bir şekilde incelenmesi adına en uygun göstergebilim inceleme yöntemi olarak denenerek tespitte bulunulmuş olmasıdır.

Roland Barthes'in yöntemi temel olarak iki anlamdan oluşmaktadır. Bunlar düz ve yan anlam olarak nitelendirilmektedir. Düz anlam boyutunda araştırmacı nesneleri seçer, yan anlam boyutunda seçilen öğelere bir anlam yüklemek sureti ile bir bütün oluşturmaya çalışmaktadır. Barthes, bu şekilde, göstergelerin bir anlamlılık dahilinde şekillenmesini ve anlaşılmasını sağlamaya çalışmaktadır. Yöntemde bir gösterge bir de gösterilen bulunmaktadır. Bu şekilde, gösteren ve gösterilen, düz ve yan anlamları dahilinde, fotoğrafta göze çarpan en önemli hususlara dayalı olarak değerlendirilmektedirler (Karaman, 2017: 31).

2.5. Araştırmanın Sınırlılığı

Yıldız Teknik Üniversitesi, sahip olduğu kampüslerinin dışında, birçok farklı kurumsal mekanlara sahiptir. Fakat bu araştırmada, üniversitenin sahip olduğu en geniş ölçekli eğitim, öğretim ve yönetim alanları olan Yıldız ve Davutpaşa kampüsleri değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Bu kampüslerde ise eğitim, öğretim ve yönetim mekanları ile çeşitli ortamları arasında ayrım gerçekleştirilmemiş olup üniversitenin tarihsel değeri ve tarihi anlamda koruma alanında olan yapıları araştırmanın kapsamına dahil edilmiştir. Bu şekilde, Üniversitenin, kurumsal kimlik açısından, göstergebilimden yararlanarak Üniversitenin kurumsal kimliğine yönelik bir incelemede ve tespitlerde bulunulmaya çalışılmıştır.

3. ŞİRKETLERDE KURUMSALLAŞMA VE KURUMSAL KİMLİK OLUŞUMU

3.1. Kurumsallaşma Kavramı

Literatürde farklı birçok kavramsallaştırma söz konusu olmakla birlikte genel olarak kurumsallaşma, bir işletmenin, faaliyetleri ve yönetim anlayışı bazında, genel olarak profesyonel bir şekilde işlemesi ve bu işleyişin de geniş çevrelerce kabul görmesi anlamını taşımaktadır. Kurumsallaşmanın işletmeler açısından yaratmış olduğu genel olumlu tablo, onların iş ilişkileri içerisinde bulundukları tüm, doğrudan ve dolaylı paydaşlarının da görüşlerini yansıtmaktadır (Ulukan, 2005, s. 31).

Karpuzoğlu'na (2004, s. 72) göre kurumsallaşmayı, işletmelerin yönetim anlayışlarının bireylerden ayrı bir şekilde değerlendirilmek sureti ile kural, kanun, yönetmelik, prosedür vb. hususlara dayalı olarak işlemesi olarak değerlendirmektedir. O'nun yaklaşımına göre işletmeler, belirli kimse ya da zümrelerin söylemlerine göre değil; rasyonel olarak bir sistemin gereksinimi olan hususlara göre hareket ettikleri süre zarfında başarıya ulaşabileceklerdir. Bu nedenle de kurumsallık, temel olarak işletmelerin, kendi çıkarlarına uygun olan tüm unsurları göz önünde bulundurmak sureti ile yapılanması, buna istinaden de işletmenin kendisinin olduğu kadar çalışanların da çıkarlarının gözetilmesi anlamını taşımaktadır.

Kurumsallaşma kavramının içerisinde genel olarak iki unsur ön plana çıkmaktadır. Bunlardan ilki rasyonellik, diğeri ise kurallara uygunluktur. İşletmler açısından kurumsallaşma, mantıklı uygulamaların varlığı neticesinde, çalışanların sürecin içerisine dahil olması ve faaliyetlerin hemen hepsinin koordineli bir şekilde, sadece birileri istiyor diye değil, sistem ihtiyaç duyuyor diye yapılmasıdır. Aynı zamanda kurumsallaşma kavramı içerisinde, çevresel değişimlerin takibi ve buna istinaden de dönemsel şartların takip edilmesi hususu da bulunmaktadır. İşletmeler, içerisinde bulundukları sektörün yaşadığı değişim ve dönüşümlere uyum sağlayabildikleri süre zarfında başarılı olabileceklerdir (Cevher, 2014, s. 588).

Meyer ve Rowan açısından kurumsallaşma, işletmenin dış çevresi ile olan etkileşiminin göz ardı edildiği bir faaliyet değildir. Kurumsallaşma, işletmenin dış çevresi ile doğrudan etkileşim haline olduğu süre zarfında, işletmeye etki eden unsurların yarattığı yeni sistemi, bu şekilde de söz konusu sistemin tetiklediği uygulamaların icrasını ifade etmektedir. Bir başka deyişle kurumsallaşma, işletmenin, kendi çevresinde yaşanan değişimleri, olumlu ve işletmenin çıkarıyla gelişimine aynı anda etki edecek şekilde adapte etmesi ve bu şekilde de işletmenin farklılaşmasını ifade etmektedir. Fakat bu farklılaşmanın olumlu anlamda olması ve işletmelerin çıkarlarının korunması adına birer norm haline gelmesi öngörülmektedir (Terzi & Vidinli, 2017, s. 47).

Öte yandan kurumsallaşma, bir iyileştirme faaliyeti olarak da değerlendirilebilecektir. Buna göre kurumsallaşma, faaliyet ve kazanç istikrarı olmayan, organizasyon yapısında bariz ve düzeltilmesi zor sorunlar olan ve teknik anlamda işleyişi mümkün kılan bir yapıya sahip olmayan işletmelerin çehresinin değişimini ifade etmektedir. Kurumsallaşmanın öngördüğü değişimin içerisinde, sosyal anlamda etkin, faaliyet ve işleyiş istikrarı bulunan, buna paralel olarak da kabul edilebilir uygulamaları benimsemiş olan işletme yapılarının oluşturulmasını ifade etmektedir. Bunun yanı sıra kurumsallaşmanın, dönemsel anlamda ortaya çıkan taleplerin karşılanması adına sorumluluk alınması kaydıyla sistemin yenilenmesi anlamını taşımaktadır (Durmaz & Açıkgöz, 2019, s. 495).

Kurumsallaşmanın, bir işletmenin, mevcut rekabet koşulları içerisinde, ayakta kalabilmek ve söz konusu rekabetin bir parçası olabilmek adına önemine bakıldığında ise aşağıdaki noktalar ön plana çıkmaktadır (Özler, Özler & Gümüştekin, 2007, s. 439):

- İşletme yönetimlerinin bir çatı altında toplanmasının sağlanmasına yardımcı olur,
- Kuralların herkes için uygulanması konusunda baskın bir rol üstlenir,
- Modern iş dünyasının getirilerini son derece olumlu bir şekilde işletmeye uygulanmasını sağlar,
- İşletmenin çalışma yapısının ve ortamının esnek bir hal almasını sağlamaktadır.

İşletmelerin gelişim konusunda büyük bir önem vermiş oldukları kurumsallaşma konusu, çoğunlukla sadece bir profesyonel yapının kurulmasını ifade etse de daha fazlasını ortaya koymaktadır. Buna göre kurumsallaşma, bir işletmenin bireylerden öte kurallara, kanunlara, standartlara ve prosedürlere göre kendi oluşturduğu, rasyonel sisteme dayalı olarak işlemesi beklenen ve işletmeyi ayırt edici özellikleri oluşturan kavramdır (Karpuzoğlu, 2004, s. 71).

Greif'in (2005) yaklaşımına göre kurumsallaşma, bir işletmenin bir kurallar çerçevesine bağlı olarak hareket etmesini öngörmektedir. Bu süreçte işletmeler, kendilerini geliştirebilmek adına, belirli bir kurallar çerçevesinde hareket etme zorunluluğuna sahip olmanın yanı sıra bunu herkesin kabul edeceği şekilde tasarlamak durumundadırlar. Buna göre de kurumsallaşma, bu hali ile herkesin kabul gösterebileceği bir sistem halini alabilecektir (Aslan & Çınar, 2010, s. 91).

3.2. Kurumsal Kimlik Kavramı

Bireylerin sahip oldukları kimlikler, onları tanımlamak adına birincil unsur olarak dikkati çekmektedir. Fakat kimlik kavramı, mevcut dönemde yalnızca bireylere ait olmamakta, hatta daha çok kurum için değerlendirilmektedir. Buna istinaden kurumsal kimlik kavramı, bir kurumun ne olduğunu, kim olduğunu, hedeflerini, işleyişini, gelecek planlarını ve hizmet verdiği ya da üretim gerçekleştirdiği alandaki yerini açıklamaktadır. Kurumların sahip oldukları renkler, logolar, markalar vb. unsurlar kurumsal kimliği tanımlamak adına ön plana çıkarılabileceği gibi kurumların eylemler, söylemleri, vaatleri ve iş çevreleri ile olan ilişkileri de kurumsal kimliği açıklamak adına kullanılabilmektedir (Vural & Erkan, 2018, s. 12-13).

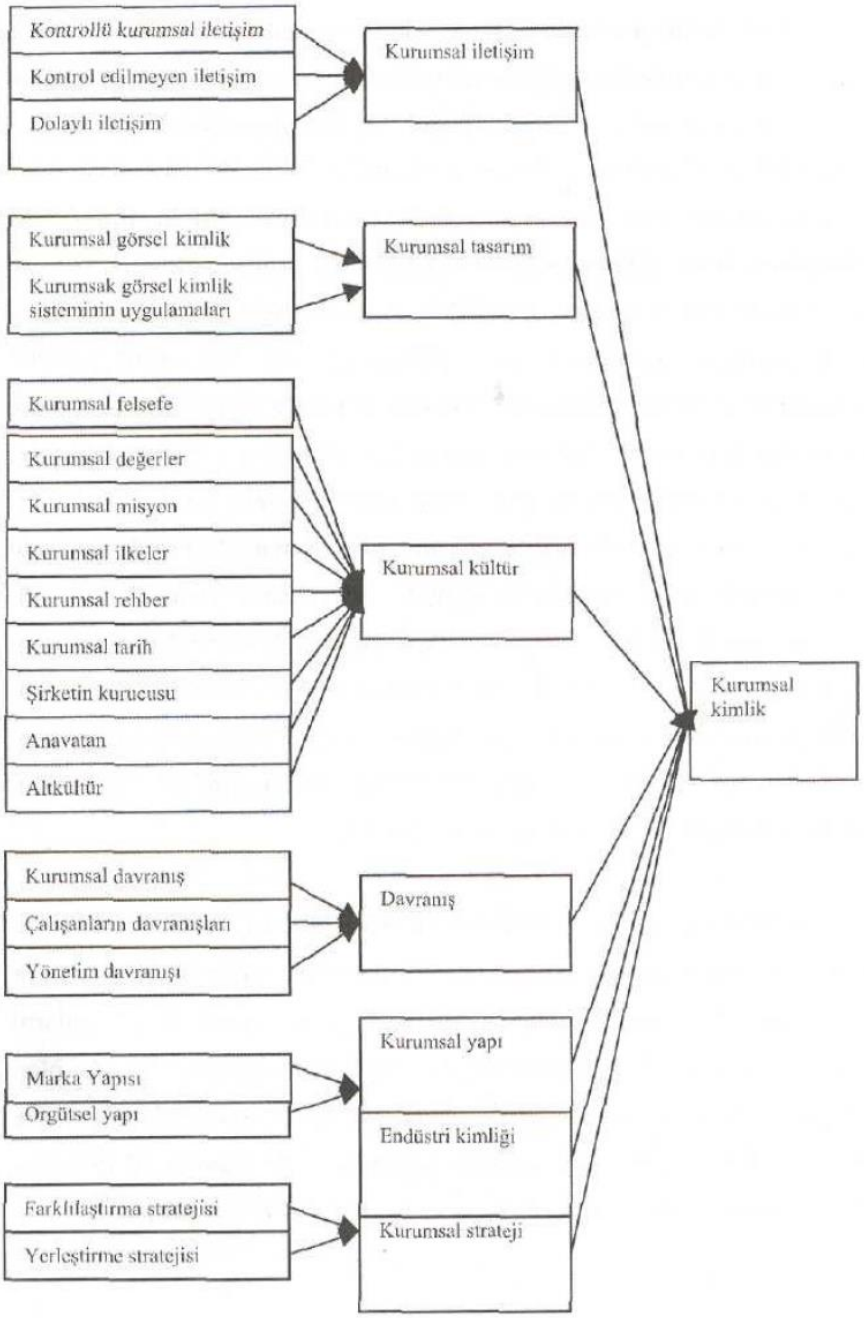
Başka bir tanımlama açısından ele alındığında, kurumsal kimlik, bir kurumun içsel ve dışsal paydaşlarının hepsi ile iletişimini sağlayan bir unsur olarak ön plana çıkmaktadır. Kurumsal kimlik kavramının şekillenmesinde, özellikle çalışanların üstlendikleri sorumluluklar, iş çevreleri ile olan iletişimleri ve bunun kurumun görüntüsünü yansıtması ile ortaya çıkan tablo kurumsal kimlik kavramını tanımlamak adına kullanılmaktadır. Aynı zamanda, temel kurum kimliği, geçmiş, bugün ve gelecek ile ilgili olarak kurumlara dair detaylı bilgileri verebilen bir niteliğe sahiptir. Özellikle de kurumların yeterlilikleri ve yetersizlikleri açısından kurumsal kimlik açıklayıcı bir niteliğe sahip olmaktadır (Satır, 2012, s. 47).

Diğer yandan, kurumsal kimlik, birçok bileşen ile birlikte ele alınan bir kavramdır. Kurumun sahip olduğu tüm imaj, değerler, kültür, etkililik vb. hususlar kurumsal kimliğin oluşturulması adına önemli ve tetikleyici bir niteliğe sahip olmaktadır. Bu şekilde, kurumlar, birçok farklı unsurdan beslenmek sureti ile kurumsal kimliklerini oluşturmaktadırlar. Bu nedenle, kurumsal kimliği, kurumun farklı kaynaklarından beslenmek sureti ile oluşan/oluşturulan ve nihai noktada kurumun kendisini geniş kitlelere tanıtmasına imkân sağlayan bir araç olarak değerlendirildiği görülmektedir (Sağıroğlu & Aysu, 2016, s. 425-426).

Kurumsal kimlik kavramının çevreye yansımaları üzerinden değerlendirilmesinde ise kurumsal kimliğin, örgütsel düzeyde, çalışanların performansı, verimliliği ve örgütsel vatandaşlık davranışları üzerinde olumlu etkileri ve tetikleyici fonksiyonu olan bir öğe olduğu görülmüştür (Kreiner ve Ashforth, 2004, s. 2). Örgütler açısından genel bir toplumsal değerlendirme açısından bakıldığında ise kurumsal kimlik, bir işletmenin ya da belirli olarak bir markanın adını, tüm görselliğini ve kendi iç yapısına ve dışarıya karşı olan dizayn açısından yansımalarını, örgütsel davranışını ve vizyon ile misyon gibi kritik öğelerini gösteren olgudur (Meral, 2011, s. 2).

Başka bir açıdan bakıldığında ise kurumsal kimlik tanımlamalarında, "bir örgütün kendisini tanıtırken ne şekilde algılanacağına şekil veren faaliyetlerin bütünü" olduğuna dair bir yaklaşım söz konusudur. Her ne kadar bir örgütün logo, kartvizit ya da yazışmaları onun kimliğini yansıtıyor gibi gözükse de gerçek bir kurumsal kimlik örgütsel yapılanma başta olmak üzere gerçek bir örgüt olarak hareket etmeyi zorunlu kılmaktadır (Derin & Demirel, 2010, s. 158).

Şekil 1. Kurumsal Kimliğin Tanımlanmasında Ön Plana Çıkan Unsurlar



Kaynak: Hepkon & Melewar, 2003, s. 181.

Literatürdeki farklı değerlendirmelerin ortaya koymuş olduğu tabloya göre ise kurumsal kimlik, bir organizasyonun olmayı seçtiği ya da tam olarak olmak istediği yapının şeklini ifade etmektedir. İçerisinde büyük ölçüde organizasyonun vizyonu, organizasyonun iş sürecinde aslında ne yaptığını ifade etmek istediği, taşıdığı öz değerlerini ve karakteristik özellikleri tarafından oluşturulan yapıyı ifade etmektedir (Büyükbaykal, 2005, s. 61). Bunun yanı sıra kurumsal bir kimlik, bir işletmenin, bir

ürün ya da hizmetinden, marka logosuna; hizmet verdiği binasından çalışanlarının etkinliği, performansı ve verimliliğine dek uzana bir yelpazede kendisini tanımlayan ve ifade eden tün unsurları kapsayan bir kavramdır (Ak, 1998, s. 18).

3.3. Kurumsal Kimliği Oluşturan Öğeler

Kurumsal kimlik, örgütsel anlamda birbirinden farklı anlamlar ifade etmekle birlikte örgütlerin her biri için farklı unsurlardan oluşmaktadır. Kurumlar, ihtiyaç duydukları kimliği oluşturmak adına, kendileri için önem arz eden hususlara odaklanmaya çalışmakta, onları elde etmeye çabalamakta ve bu şekilde onları elde ettikten sonraki süreçte de onları geliştirmeye çabalamaktadırlar. Bu noktada, temel hedef, kurumsal anlamda olduğu kadar kurumun dışındaki çevreler açısından da kabul edilebilir bir kimliğe sahip olmak ve onu yeterli düzeyde tanıtabilmektir (Ravasi, 2016, s. 9-12).

Genel anlamda ele alındığında ise kurumsal kimliğin oluşumunda, örgütler açısından ön plana çıkarılabilecek ve ortak olarak nitelendirilebilecek olan unsurları aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Hatch & Schultz, 2005, s. 116-117; Buşu, 2015, s. 99; Uğurlu & Arslan, 2015, s. 73-74; Baran, 2019, s. 181-182):

- Bir kurumun geçmişten bu yana sürdürdüğü kültürel değerler.
- Kurumun içerisinde bulunduğu sektörün gereklilikleri.
- Kurumun sahip olduğu çalışanların profili.
- Kurumun sahip olduğu çalışanların kurum hakkındaki her türlü görüşleri
- Bir kurumun yönetimsel ve çalışanlar arasında söz konusu olan iletişim şekli.
- Kurumun yaşamış olduğu sorunların çözüm şekli ya da yaşanan çözümsüzlüklerin yaratmış olduğu olumsuz etkiler.
- Bir kurumun çevresinde söz konusu olan tüm paydaşları nezdinde sahip olduğu imaj.
- Kurumun sosyal sorumluluk açısından üstlendiği rol ve buna paralel olarak yürütmüş olduğu faaliyetler.

- Kurumun ulusal pazarda olduğu kadar uluslararası pazarda da yaratmış olduğu değer.

- Bir kurumun, faaliyetlerinde beklentinin üzerine çıkarak elde etmiş olduğu başarılar.

Sıralanan unsurların da göstermiş olduğu üzere, kurumsal kimlik, çok sayıda farklı faktörün bir araya gelmesi ile oluşmaktadır. Her ne kadar bu faktörlerin hepsinin varlığı elzem olarak görülmese de sistemin güçlü bir yapıya sahip olması adına ihtiyaç duyulan ve yukarıda yer alan faktörler, kurumsal kimliğin daha yerleşik ve daha güçlü olması adına yeterince tetikleyici olabilecektir.

Literatürde, kurumsal kimliğin oluşumu adına etki yaratan unsurlar araştırmadan araştırmaya değişiklik gösterse de temel olarak benzerlik gösterenlerin başında, çalışanların süreç içerisinde ne noktada oldukları husus gelmektedir. Bir arada hareket etme, kurum yönetimi ile iletişim ve başarı elde etme konusundaki kararlılık kurumsal kimliğin çalışanlar tarafından benimsendiğini göstermekle birlikte bu kimliğin dışa yansımalarının olumlu yönde olacağını göstermektedir. Bu nedenle, çalışanların katılımcı yaklaşımları ve kurumlarının kimliğine dair inançları, kurumsal kimliğin dışa yansımaları adına olumlu yöndeki tetikleyicilerdir (Gioia, Schultz & Corley, 2000, s. 64-65).

3.4. Kurumsal Kimlik ile İlgili Kavramlar

Şirketlerin kurumsal kimlik oluşturma konusunda yoğun çabaları olmakla birlikte her kurumun bu konudaki faaliyetleri, uygulamaları ve yaklaşımları birbirlerinden farklı olabilmektedir. Fakat, genel anlamda, şirketlerin ihtiyaç duydukları hususlar, zemin olarak temel anlamda birbirlerine benzer olmaktadır. Bunun temel nedeni, sağlam kurumsal kimlik oluşturma konusundaki unsurların, uluslararası anlamda birbirlerine benzer olarak nitelendirilebilecek olmasıdır. Bu nedenle, genel anlamda değerlendirildiğinde, kurumsal kimlik açısından kurum kültürü, kurumsal iletişim, kurumsal çekicilik, kurumsal prestij ve kurumsal liderlik unsurlarının literatürde ön plana çıktığı görülmektedir.

3.4.1. Kurum Kültürü

Kuruma ait bir kimlik meydana getirmek için kurumun yapısı içerisinde birçok farklı unsurdan faydalanılmaktadır. Bunlar arasında, kurumun sahip olduğu ya da sahip olması hedeflenen kültür unsuru önemli bir yere sahiptir. Kurumsal kültür, temel anlamda, bir organizasyonun geçmişten bugüne gelen değerlerinin tamamını kapsayan bir unsurdur. İçerisinde bulunulan süreç ile sınırlı olarak değerlendirilmeyen kurum kültürü, organizasyonun geçmişinden gelen etki ile birlikte geleceği de içerisine dahil eden bir yapıya sahiptir. Organizasyonların bu konu ile ilgili algılamaları ele alındığında, kurum kültürünün geçmiş ile bağının güçlü olduğu düşünülse de mevcut süreçteki şartlar da kurum kültürünü yakından etkilemektedir (Erdem, Adıgüzel & Kaya, 2010, s. 75).

Genel anlamda kurum kültürünü oluşturan unsurları aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Odor, 2018, s. 24):

- Kolektiflik: Kültürlerin yalnızca bireyler tarafından değil, toplu eylemlerin bir sonucu olarak yaratıldığı varsayılır. Bir kültüre ait olmak, grubun inandığına, onların inandığı şekilde inanmayı içerir.

- Duygusallık: Kültürün özü ve biçimleri, kaygıları yönetmeye ve aşmaya yardımcı olmalarının nedeni olan duyguların yanı sıra anlamlarla da doludur. Bir grubun üyeleri, örgütsel kültürün temel değerlerinden ve tutumlarından nadiren şüphe duyarlar.

- Tarihsellik: Kültürel olgular, örgütün tarihi ve gelenekleriyle bağlantılıdır ve hızla ayrılamaz ya da değiştirilemez.

- Semboliklik: Semboller bir yandan belirli bir kültürel biçim türüdür, ancak diğer yandan kültürün en genel ve ikna edici biçimidir. Dahası, semboller doğrudan ele geçirilemez, ancak anlamlarını anlamak için yorumlanmaları gerekir.

- Dinamiklik: Kültür, örgütün tarihiyle bağlantılı olsa da yine de statik değil, dinamiktir. Kültür, çeşitli faktörler nedeniyle sürekli olarak değişir.

- Yaygınlık: Koşullar ne kadar karmaşıksa, örgüt kültürünün unsurları o kadar yaygın hale gelecektir.

- Yenilik ve risk alma; Detaylara dikkat, sonuç ve insan odaklılık, takım odaklılık, çeviklik ve istikrardan oluşmaktadır.

Sıralanan unsurların ortaya koymuş olduğu üzere, kurumsal kültürün oluşumunda, herkesin katılımıyla oluşturulan ve herkesin katılımıyla ayakta kalan bir yapıdan bahsetmek mümkündür. Hatta, bu kültürün, kurumun içerisindeki tüm aktör ve unsurların benimsediği bir noktada olması söz konusudur.

3.4.2. Kurumsal İletişim

İletişim insan yaşamı içerisinde önemli bir yer edinmiş olmakla birlikte kullanıldığı alanların birbirinden farklı olması, iletişimin etkililik düzeyini arttırmaktadır. Bunun yanı sıra, iletişim iş yaşamı içerisinde de önemli bir yere sahiptir. Özellikle de kurumsal anlamda yönetimin nitelikli ve başarılı olması adına buna ihtiyaç duyulmaktadır. Bu vesile ile ortaya çıkan kurumsal iletişim anlayışı, örgütsel yapı içerisinde, birbirleri ile sürdürülebilir ya da belirli aralıklarla iletişim halinde bulunan birey ya da departmanlar arasında gerçekleşen ve yönlendirmeye tabi olan bir iletişim sürecini ifade etmektedir. Kurumsal iletişimde, bir örgütün içerisinde ve dışında söz konusu olan unsurlar, sürecin birer parçası olarak ele alınmakta ve iletişimin pozitif ve negatif tüm unsurları değerlendirmeye tabi tutulmaktadır. (Durgun, 2010, s. 119).

Mevcut organizasyon iletişiminin gelişimi, onu, organizasyondaki en baskın ve önemli aktivitelerden biri olarak ortaya çıkarmaktadır. İlişki iletişimden doğmakta ve daha sonra organizasyonun işlevi ve hayatta kalması bireyler ve gruplar arasındaki etkili bir ilişkiye dayanmaktadır. Organizasyondaki her bir birey en önemli kaynaktır. Çünkü astları ve meslektaşlarıyla etkileşime girmeli ve onları motive etmeli, yönetim ve müşterilerle iletişim kurmalı ve organizasyonel hedeflere ulaşmalıdır (Ramadanty & Martinus, 2016, s. 78).

Öte yandan, örgütsel iletişim süreçlerinde yaşanan ya da yaşanması söz konusu olabilecek sorun ve engelleri aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Mukhopadhyay, 2023, s. 900):

- Dikkat çekici zorluklardan biri, kuruluşlar içinde hiyerarşik yapıların ve izole iletişim kanallarının varlığını içermesidir.

- Geleneksel hiyerarşilerde, iletişim öncelikle yukarıdan aşağıya doğru akar ve farklı yönetim seviyeleri arasındaki açık diyaloğu ve geri bildirimi sınırlar.
- Yoğun ve karmaşık iletişimin olduğu kurumlarda önemli bilgiler gecikebilir, çarpıtılabilir ya da kaybolabilir.
- Yoğun ve karmaşık iletişimin olduğu kurumlarda iletişim niteliksizliği, gecikmesi ve çarpıtılması, zamanında karar almayı ve kurumsal çevikliği engeller.
- Çok kültürlü ve çok dilli kurumsal ortamlarda, kültürler arasındaki iletişim stilleri, değerler ve normlardaki farklılıklar, uygun şekilde ele alınmadığında yanlış anlamalara, çatışmalara ve iletişimde bozulmalara yol açabilir.
- Kurumsal faaliyetlerde kullanılan dijital iletişim araçları kolaylık ve verimlilik sunarken, aynı zamanda bilgi aşırı yüklenmesine, yüz yüze etkileşimin azalmasına ve mesajların yanlış yorumlanmasına da neden olabilir.
- Ekip üyelerinin uzaktan çalışırken coğrafi olarak dağılmış olması ve sözel olmayan iletişimin etkililiğini kullanamamaları nedeniyle iletişim dinamikleri daha da karmaşık hale gelebilir.

Yukarıdaki unsurlar, kurumsal iletişimin, kurumun büyüklüğü, insani yapısı ve giderek daha fazla dijital iletişim odaklı olarak hareket etmesinin sağlıklı ve nitelikli iletişimi engellediğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte tepe yönetimden başlamak sureti ile doğru yönetilemeyen iletişim süreçleri kurumsal işleyişe zarar vermektedir.

3.4.3. Kurumsal Çekicilik

Kurumsal çekicilik, bir örgütün, faaliyet içerisinde bulunduğu spesifik bir alanda sahip olduğu duruş ve sergilediği yönetim ve ticari performans dahilinde hem mevcut çalışanları hem de çalışan adayları nezdinde ortaya çıkan, kurumsal kimliğe dair düşünceleri ifade etmektedir. Kurumsal çekicilik, bir örgütün kimliği ile ilgili pozitif ve negatif yanların, işletme içerisindeki ve dışındaki tüm unsurlar tarafından, detaylı bir şekilde değerlendirilmesi neticesinde ortaya çıkmaktadır. Bu pozitif ve negatif unsurlar, örgütlerin imajı açısından, doğrudan bir belirleyici role sahip olmaktadır (Çekmecelioğlu & Dinçel, 2014, s. 80).

Genel olarak değerlendirildiğinde, kurumsal anlamdaki çekiciliğin içeriğini oluşturan unsurları aşağıdakiler ile değerlendirmek mümkün olmaktadır (de Waal, 2022, s. 3):

- Bir organizasyonda çalışılarak elde edilebilir olarak algılanan faydalar (maaş, yan haklar vb.).
- Daha yüksek bir sosyal statü sağlayan iyi markalı bir organizasyonda çalışma fırsatı
- Eğitim, yurtdışı görevleri, kariyer gelişimi, işte çeşitlilik yoluyla bir birey olarak büyüme ve gelişme fırsatı.
- Çekici, dinamik, yenilikçi ve geleceğe dönük bir çalışma ortamında çalışma imkânı.
- Çevresel ve sosyal açıdan sorumlu bir organizasyonda çalışma imkânı.
- Potansiyel çalışanlara gelecekteki iş fırsatları için olanaklar sağlayan gelişim değeri.
- Çalışanların öğrendiklerini kullanma fırsatlarını ve organizasyonun müşteri odaklı olma derecesini içeren uygulama değeri.
- Mevcut çalışanların çalıştıkları organizasyonu potansiyel çalışanlara tavsiye etme eğilimi.
- Potansiyel çalışan ile organizasyon arasındaki (algılanan) uyum
- Otorite açısından liderlik kalitesi, yerinde değerlendirme ve ödül sistemleri.
- Potansiyel çalışana hitap edebilecek organizasyonun samimiyet ve saygılılık algısı ve pratiği.

Yukarıda yer alan unsurlar, birbirinden farklı çalışanlar açısından birbirinden farklı anlamlar ifade etmekle birlikte çekicilik açısından da farklı etkiler yaratmaktadır. Bu nedenle sürecin değerlendirilmesi aşamasında, çalışanlar ve çalışan adayları, kurumların çekicilik potansiyelini, belirli oranda kendi beklentilerine ve çıkarlarına göre değerlendirme eğilimindedirler. Bunun yanı sıra, çalışanlar ve çalışan adayları

için farklı unsurlar farklı çekicilik etkisi yaratmak sureti ile bireylerin kararlarını şekillendirmektedir.

3.4.4. Kurumsal Prestij

Kurumsal anlamda örgütlerin sahip oldukları değer ve niteliğin kurum içerisinde ve dışında olumlu olarak değerlendirilmesi, kurumsal anlamda bir prestij meselesi olarak görülmektedir. Bu şekilde ön plana çıkan bir unsur olarak kurumsal prestij, örgütlerini kendilerini tanıtmak, tanımlamak ve özellikle dış çevre tarafından doğru şekilde anlaşılabilmek açısından destekleyici bir niteliğe sahip olmaktadır. Fakat kurumsal prestij, daha detaylı unsurları bünyesinde barındırmakta ve söz konusu unsurlar kavramın doğru şekilde tanımlanmasını daha kolay hale getirmektedir. Buna göre kurumsal prestij, bir örgütün çalışanları adına, örgüt dışında bulunan kesimlerin değerlendirmelerine dayalı olarak şekillenen bir bilinci ifade etmektedir (Öcel, 2013, s. 39).

Kurumsal prestij, mevcut çalışanların dış dünyanın kurumlarını nasıl gördüğüne dair ortak algılarını ilgilendirir. Bu nedenle, çalışanların ortak algılanan kurumsal prestiji, kurumun somut imajını şekillendirir ve üyelerin tutum ve davranışlarını etkileyen güçlü bir örgütsel iklim yaratır. Çalışanlar genellikle sosyal açıdan değerli özelliklere sahip olduğuna inanılan bir örgütün üyesi olmaktan gurur duyarlar. Bu prestij duygusu veya benliğin içsel değerlendirmesinin, örgütsel olarak ilgili tutum ve davranışları etkilediği bulunmuştur. Kurumsal prestij, örgüte yönelik bireysel algılara ve bakış açılarına dayalı yorumlardan oluşan, birey içi düzeyde bir değişken olarak kabul edilir (Hatipoğlu, 2022, s. 131).

Diğer taraftan, kurumsal prestij, kurumla ilişkisi olan örgüt dışındaki tarafların, örgütle olan birliktelikleri sonucu edindikleri izlenimlerin toplamıdır. Kurumsal prestij, yalnızca bir kurumun sahip olduğu değerler kümesini ve temsilcilerinin bakış açılarını değil, aynı zamanda örgütle doğrudan veya dolaylı ilişkisi olan herkesin konuya ilişkin ilgi, bağlantı ve algısını da ifade eder. Mevcut süreçte, örgütlerin prestije dayalı yapısı, örgütlerin kendilerini bu alanda olumlu bir şekilde konumlandırmalarını gerekli kılmaktadır. Kurumsal prestij artık çalışanlar için oldukça belirleyici ve yol göstericidir (Yıldız, 2018, s. 277).

Çalışanların kurumsal prestije olan ilgi ve vurgusu artarken, bu unsurun örgütler arasında bir rekabet unsuru olarak kabul edilmesi de söz konusudur. Bu şekilde kurumsal prestij, kurumların tanınırlığını, tercih edilebilirliğini ve rekabetini aynı anda etkileyebilen bir unsurdur. Bu açıdan prestijli ve tanınmış olarak algılanan, kimliği güçlü kurumlardan, çalışanların örgütleriyle özdeşleşme düzeylerinin olumlu yönde etkilenmesi beklenmektedir. Bu çerçevede algılanan kurumsal prestijin, bireyin kendini sınıflandırmasında ve örgütle özdeşleşme sürecinde rol oynayabileceği düşünülebilir (Tak & Çiftçioğlu, 2009, s. 101-102).

Bir şirketin prestiji, marka itibarı, algılanan kalite, sosyal sorumluluk, yenilikçilik ve genel imaj dahil olmak üzere çeşitli boyutları kapsar. Bu faktörler müşteriler, yatırımcılar, çalışanlar ve daha geniş topluluk arasında güven ve itibar oluşturmaya, olumlu ilişkiler geliştirmeye ve şirketin pazardaki konumunu iyileştirmeye katkıda bulunur. Araştırmalar, mükemmellik ve dürüstlük açısından güçlü bir üne sahip şirketlerin en iyi yetenekleri çekmek, sadık müşterileri elde tutmak ve rekabet baskılarına dayanmak için daha iyi konumda olduğunu göstermektedir. Kurumsal prestij yalnızca tüketici algılarını etkilemekle kalmaz, aynı zamanda finansal performans ve pazar konumlandırması için de somut etkileri vardır. Çalışmalar, olumlu bir üne sahip şirketlerin genellikle yüksek fiyatlandırmaya sahip olma, daha yüksek piyasa değerlemesinden yararlanma ve ekonomik gerilemeler sırasında daha fazla dayanıklılık gösterme eğiliminde olduğunu göstermiştir. Dahası, kurumsal prestij krizlere ve olumsuz tanıtımlara karşı bir tampon görevi görebilir, itibar hasarını hafifletebilir ve yatırımcı güvenini koruyabilir (Uzoamaka, Chiedozie & Eze, 2024, s. 386-387).

3.4.5. Kurumsal Liderlik

Örgütlerin içerisinde bulundukları durum ve genel yapı, sistemin işleyişi açısından bir fikir vermektedir. Bu süreçte belirleyici olan kurumsal anlamda söz konusu olan liderlik ve bu liderliğin yönetim anlayışı olmaktadır. Çalışanlarla ve iş çevreleri ile olan iletişim ve etkileşimde ön plana çıkan liderlik, örgütlerin yönetim anlayışlarının şekillerinin ve sınırlarının belirlenmesi konusunda yönlendirici olmaktadır. Olumlu yöndeki bir liderlik anlayışı kurumsal yönetimi daha pozitif bir doğrultuda etkilerken aksi bir durum kurumun yönetim anlayışı açısından liderlik mekanizmasının negatif bir şekilde tanımlanmasına sebebiyet vermektedir (Atay & Koç, 2021, s. 356-359).

Örgütsel anlamda liderliğin birçok farklı fonksiyonunun bulunduğu düşünülebilecekse de bu fonksiyonlar arasında ön plana çıkarılabilecek olanları aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Caday & Mallillin, 2023, s. 6298-6300):

- Ekip üyelerine sorumluluklarına ve gelişimlerine tam potansiyel için yatırım yapmaları konusunda tam ilham verir.
- Motivasyonla çalışanların başarısını yönlendirir ve bu da iş gücünün ve organizasyondaki rolün memnuniyeti için hayati önem taşır.
- Çalışanların organizasyonun başarısını nasıl koruyacaklarını ve buna nasıl katılacaklarını motive etme yeteneklerini belirler.
- Köklü çalışanların gerçek etkisi ve güveniyle bağlantılı olarak ikna edici hale getirir.
- Ekibi etkiler ve ekip üyelerinin güvenini kazanmak için gerekli olan harika şeyler başarmaya yardımcı olur.
- İş gücü veya çalışanlarla daha iyi ve güçlü bir ilişki kurmak için yardımcı olur ve ilişki kurar.
- Tüm çalışanların birbirleri ile bağlantı kurması için düzenli toplantılar ve koçluk seansları planlar.
- Tüm çalışanların başarıları için düzenli geri bildirimler yoluyla iş gücünü tanıyarak sağlıklı iletişim kurar.
- İletişim sürecinin bir parçası olarak katılımı oluşturmak için çalışanları başarıları için tanır.
- Daha iyi bir aidiyet duygusu için iş ortamının iş gücü arasında kapsayıcı olmasını sağlar.
- Çalışma ortamını tanımlar ve işbirliği, güven, risk alma desteği, eşitlik ve hesap verebilirliği gözlemler.

- Çalışanlara organizasyondaki eylemler ve davranışlar konusunda daha iyi rehberlik etmek için işyerindeki toksik durumu ele alır.
- Organizasyonda ekip üyeleri olarak büyümek ve gelişmek için ilerleme fırsatı sağlar.
- Organizasyondaki trendler ve beceriler üzerine seminerler ve atölyeler aracılığıyla profesyonel gelişime ve büyümeye yatırım yapar.
- Çoğu kişi gibi ele alınan rollerde profesyonel olarak büyüme ve gelişme için sürece dahil olur, sorumluluk alır.

Sıralanan unsurlar bazında ele alındığında, kurumsal anlamdaki nitelikli yönetim çabalarına öncülük etmesi konusunda kurumların lider konumundaki yöneticilerinin sorumluluk alması, yönlendirici ve destekleyici nitelikte olmaları ve süreçleri takip ederek bu süreçlere uygun bir yönetim anlayışını belirlemeleri, kurumsal kimliğin oluşumu açısından hem kurum içerisinde hem de kurum dışında olumlu bir değerlendirmenin ve uygulamanın gerçekleştirilmesine imkân sağlayabilecektir.

4. GÖSTERGEBİLİM

4.1. Göstergebilim Kavramı

Göstergebilimi kavramı ilk olarak İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure tarafından "işaret bilimi" olarak tanımlanmıştır. Bir bilim olarak göstergebilim, bir işaretin üretimini ve yorumlanmasını belirtmek için kullanılan bir terim olan "semiosis" kelimesiyle ilişkilidir. Ayrıca, Roland Barthes, göstergebiliminin özleri ve sınırları ne olursa olsun herhangi bir işaret sistemini; imgeler, jestler, müzik sesleri, nesneler' kapsamayı amaçladığını belirtmiştir. Bu işaretler bir anlam sistemi oluşturur. Yine Saussure, göstergebilimini dilbilimin yalnızca bir bölümünü oluşturacağı genel bir işaret bilimi olarak varsaymasına rağmen, Barthes, göstergebiliminin dilbilimin yalnızca bir alt kümesi olduğunu iddia etmiştir (Bouzida, 2014, s. 1002).

Doğal olaylar, bilgisayar programları, resim, müzik ve elbette hem yapay hem de doğal diller göstergebilimin konusu olan, gündelik birçok işareti içerisinde barındırmaktadır. Herhangi bir kişi işaretler dünyasında yaşar, işaretleri kullanır ve belirli durumlarda kendisi de bir işarettir. Bir insanın yürüyüşü, figürünün tuhaflıkları, bir ses tınısı ve bir saç modeli, kişinin tanındığı şekilde tanınmasını sağlayan eksik bir karakter kümesidir. Göstergebilimin, film, tiyatro, tıp, mimari, zooloji ve iletişim ve bilgi aktarımıyla ilgili veya bunları içeren bir dizi başka alana uygulanmıştır. Aslında, bazı bilim insanları her şeyin göstergebilimin dahilinde analiz edilebileceğini öne sürmektedirler (Arıklı, 1074, s. 2016).

Gösterge kavramıyla, ortaya konmak istenen ve zihinde şekillenen türden kavramların birbirlerinden farklı oldukları görülmektedir. Fakat gösterge ya da göstergeler, bireylerin algılama ve yaşayışlarındaki farklılıklardan dolayı yanlış anlaşılmalar ekseninde de şekillenebilmektedir. Bireylerin farklılıkları önemsenmeden, asıl farkı yaratanın göstergelere dair anlama şekilleri olduğu görülmektedir. Göstergebilim dilbilimci, felsefeci, bilim adamı ve düşünürler tarafından detaylı bir biçimde ele alınmaktadır. Bu yaklaşıma göre bireylerin kendi çevreleri ile etkileşime girme şekilleri birbirinden farklıdır ve kendine özgü olma ve içsellik unsurları ön plana

çıkmaktadır. Bireylerin bu konudaki farklılıklarında bireylerin yaşamlarının kültürel yapısının tüm unsurlarının önemli bir etkisi bulunmaktadır. Söz konusu unsurların arasındaki bağ ise göstergebiliminin tanımlamasına giren bir anlayışı yaratmaktadır (Dingil & Boydaş, 2021, s. 23-24).

Genel anlamda ele alındığında, göstergebilim, belirli bir dizge dahilinde, bir anlamda ihtiva edecek biçimde, kodlar bütününe odaklı bir şekilde bir araya getirilen göstergeleri ve onları yaratan dizgeleri anlama ve çözmeye dayalı bir kuramdır. Göstergebilim, bir başka açıdan, "anlamlama edinimi" olarak da adlandırılmaktadır. Göstergebilimde, bütünün ne anlam ifade ettiğinin anlaşılabilmesi adına, onu meydana getiren unsurların üretildikleri dizge dahilindeki türlerini, görevlerini, birbiriyle ilişkilerini, söz konusu ilişki ile ortaya çıkan bağıntıları ve bütünü meydana getiren parçaların birbirine eklemleniş biçimlerini değerlendirmeyi ifade etmektedir. Bu şekilde, ortaya çıkan sonuçlara dayalı olarak göstergelerin belirli anlamlarının olmasını sağlamak, bu anlamların kendi içlerindeki unsurlara bağlı olarak yorumlanmasını sağlamak ve bu şekilde bütünü yeniden anlamlandırmak mümkün olmaktadır (Kalelioğlu, 2021, s. 189-190).

Gösterge kavramı, birçok farklı açıdan incelenmiş bir konunun parçasıdır. İlk başlarda yalnızca belirli alanlarda değeri bulunan gösterge kavramı, geçen zamanla birlikte birçok farklı alanda kullanılan bir kavram haline gelmiştir. Modern dönemde gösterge, somut ya da soyut her şeyi ifade edebilecek derecede içeriği genişlemiş bir kavrama dönüşmüştür. Giyimden yaşam tarzına; insan ruhundan pratikteki davranışlara; yazım stilinden dijital dünyada bireysel ifade şekillerine kadar her şey göstergenin bir parçası olarak değerlendirilebilecektir. Buna paralel bir şekilde ortaya çıkmış olan göstergebilim ise anlama ve anlama temeline dayanan, disiplinlerarası niteliği bulunan bir kavramı ifade etmektedir. Yapısalcı ekolün bir üretimi olarak değerlendirilen göstergebilim, bir anlamı, üzerine odaklandığı unsurun sınırları dahilinde değerlendirmektedir (Pulat & Tanyeri, 2021, s. 209-210).

4.2. Göstergebilimin Nitelikleri

Göstergebilim, temel anlamda, sözsüz iletişime vurgu yapması vesilesi ile kelimelerden ya da onların yazıya dökülmesinden ziyade, imgelerin ortaya koyduğu mesajları içeren bir yapıya sahiptir. Bu sayede, bireylerin kendi düşüncelerini, duygularını ve bir imgeden çıkardıkları anlamları içerecek şekilde bir değerlendirmenin ortaya çıkması söz konusudur. Bu nedenle, göstergebilimin temel niteliği olarak kelimelerin geri planda bırakıldığı, görülen, somut unsurların yaratmış olduğu soyut hususların çok daha fazla anlam kazandığı bir süreçten bahsetmek söz konusu olmaktadır (Sebeok, 2001, s. 11-12).

Genel anlamda ele alındığında, göstergebilimin niteliklerini aşağıdaki unsurlar dahilinde ele almak mümkündür (Civelek & Türkay, 2020, s. 773):

- Olay ve olgulara değişik bakış açıları ile geniş bir perspektiften bakmayı mümkün kılar.
- Anlamın nasıl inşa edildiğini, görünen anlamın dışındaki derin anlamı ortaya koymaya çalışır.
- Bir etkileşim sürecini ifade etmektedir. Çözümleme yapılacak metinler üzerinde ilişki kurmayı ve anlamsal çıkarımlar yapmayı sağlamaktadır.
- Anlamlı bir bütünü parçalara ayırarak çözümlemeyi mümkün kılar.
- Tüm parçaların arasındaki anlamsal bağı saptamaya çalışır.
- Gösterge, gösteren ve gösterilen ilişkisini sistemli bir şekilde incelemeye olanak tanır.

Sıralanan unsurların göstermiş olduğu üzere göstergebilim, görülen bir imgeyi, olguyu, görünen anlamından çok daha başka bir anlamda ve boyutta değerlendirmeyi mümkün hale getirmektedir. Aynı zamanda, imgelerin, olguların her birinin farklı bireyler için farklı anlamlar taşıması görünenin daha zengin bir içerik ve nitelik ile ele alınmasını da mümkün hale getirmektedir.

Diğer taraftan, göstergebilim, dilsel göstergeleri kendisine bir sınır olarak görmemekte, aynı zamanda, temsili olan ve anlamlı bir bütün oluşturan her şeyi kendisi için bir araştırma unsuru olarak görmektedir. Bu vesile ile göstergebilimi, göstergelerin anlamını araştırmakta, onların kullanımı üzerinde durmakta ve etkilerine odaklanmaktadır. Yine de göstergebilimin bir bilim dalı olup olmadığı tartışmalıdır. Göstergebilimin gerçek anlamda bir bilim olmadığını belirten taraflar, henüz bir yöntem birliği oluşmadığı ve çoğunluk tarafından kabul görmüş teorik modelleri ya da deneysel metodolojileri bulunmadığı iddiasıyla onun bir bilim olarak tanımlanmasının zor olduğunu belirtmektedirler. Bu şekilde, göstergebilimi, bilimlerarası bir inceleme yöntemi, bilimsel bir tasarı ve henüz gelişimini tamamlamamış bir yaklaşım şeklinde değerlendirilmektedir (Güneş, 2013, s. 346).

Göstergebilim, dilbilimsel metodolojiler ile objeler arasında bir etkileşimi mümkün hale getiren ve her şeyi dil ile ifade etme eğiliminden uzaklaşmanın da bir şekli olarak dikkati çekmektedir. Göstergebilimde dil tamamıyla dışlanmadığı gibi anlamsal bir bütün oluşturan her şey işlenmek sureti ile değerlendirmeye tabi tutulmaktadır. Göstergebilimin, bireylerin kendi aralarında ya da bireyler ile simgeler arasında iletişim kurma safhasında dilin imgesi olan birçok unsuru kullanmanın ötesinde, dilsel ve dilsel olmayan göstergeleri de kullandığı görülmektedir. Fikir odaklı çalışmalar olan şiirde, romanda, tiyatro, dans, resim, grafiksel öge, sanat pratikleri, sosyolojik deneyimler gibi hususlar dil önemli bir unsur olmakla birlikte iletişim şekli kendisine özgü bir dile dayanmaktadır (Mollaoğlu, 2023, s. 155).

Kullanıldığı alanlar bazında değerlendirildiğinde, göstergebilim, ondan, bir etki yaratmak adına faydalanmak isteyen tüm taraflar açısından kişisel çıkarlar eşleniğinde değerlendirilmektedir. Kurumsal açıdan iş dünyası bunlardan biridir ve şirketler, göstergebilimin sağlamış olduğu imkanlardan ve onun yaratmış olduğu olumlu etkiden faydalanmaktadırlar. Etkin bir şekilde faydalanıldığı tanıtım faaliyetleri ve kurumsal kimlik oluşturma çabalarında göstergebilim, mesajın çevreye etkili bir biçimde sunulabilmesi adına önemli bir araç olarak görülmektedir. Amaç, göstergebilimin etkililiğine bağlı olarak tüketici kitlelerinin ve iş ortaklarının süreçten olumlu etkilenerek mesajı doğru şekilde almalarının sağlanmasıdır. Şirketler, ürünleri, hizmetleri, markaları ve hatta kendilerinin yerine geçecek olan bütün simge, biçim, nesne vb. unsuru kullanmaktadırlar (Yılmaz & Saymalı, 2013, s. 168).

4.3. Göstergebilim Kuramları

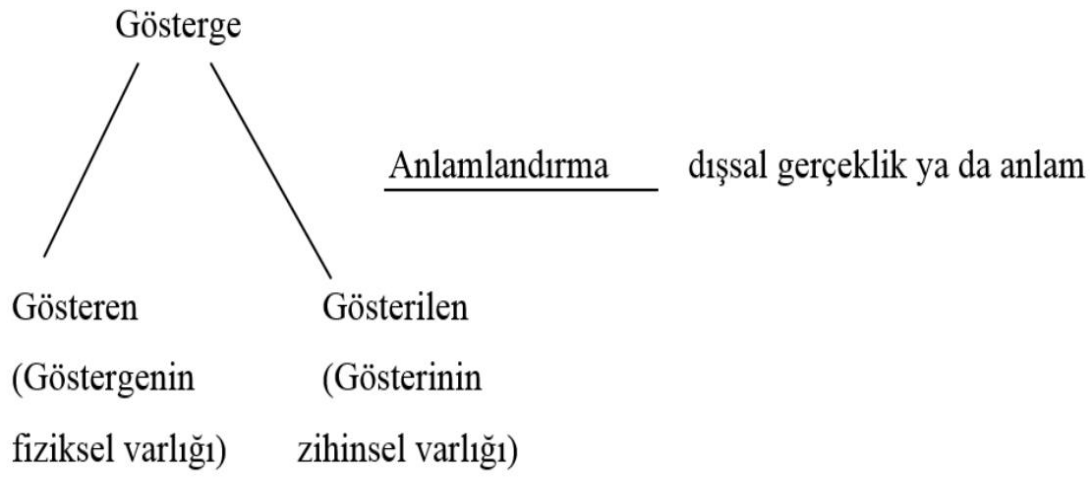
Gösterge bilim ile ilgili çok sayıda araştırmacının bu kavramı ve içeriğini farklı şekilde ele aldıkları çok sayıda çalışmaları bulunmaktadır. Fakat bunlar arasında bazıları, göstergebilimin mevcut süreçteki inceleme yöntemlerinin kuramsal temellerini atmış ve bu disiplinin gelişimi için temel oluşturmuşlardır. Bu vesile ile bu başlık altında göstergebilimin kurucusu Ferdinand de Saussure başta olmak üzere Charles Sanders, William Morris, Algirdas Julien Greimas ve Roland Barthes'ın kuramlarını incelenecektir.

4.3.1. Ferdinand de Saussure

Ferdinand de Saussure'ün teorisinin özü ve birincil odak noktası, dili bir işaret sistemi olarak vurgulayan ilkedir ve dilin yanı sıra insanlık dünyasında var olan birçok başka işaret sistemi vardır. Ancak, onun görüşüne göre dilsel işaretler sistemi veya dil, gerçek dünyada var olan diğer işaret sistemlerine kıyasla en üstün işaret sistemidir. Çünkü gerçekliği inşa etmede önemli bir rol oynar. Dilin kullanımına (parole veya konuşma) kıyasla dilin altta yatan sistemine (langue) odaklanır. Saussure'ün işaret teorisinin altında yatan birkaç görüş veya temel kavram vardır ve iki boyutlu olan sistem, fikir birliği veya geleneksel sistem, işaret sistemi ile keyfi sistem arasındaki ağ ilişkisinden oluşmaktadır (Yakin & Totu, 2014, s. 5-6).

Dil temelli ortaya çıktığını iddia ettiği kültürel karşıtlıklar, Ferdinand de Saussure'ün, göstergeleri değerli ve belirleyici olarak görmesine sebebiyet vermiştir. Söz konusu karşıtlıkların bireysel anlamda, farklı şekillerde ortaya çıkarmış olduğu bilgi ve unsurların genişliğinden ise göstergebilim doğmuştur. Saussure'ün dil-kültür bağlantısı kültürün iletişimsel niteliğini ortaya çıkarmakla birlikte hayatın hemen her alanında, görenin karşılaştığı göstergelerin bir anlam ifade etmesine imkân sağlamıştır (Ünal, 2016, s. 389).

Şekil 2. Ferdinand de Saussure'ün Teorisinin Genel Yapısı



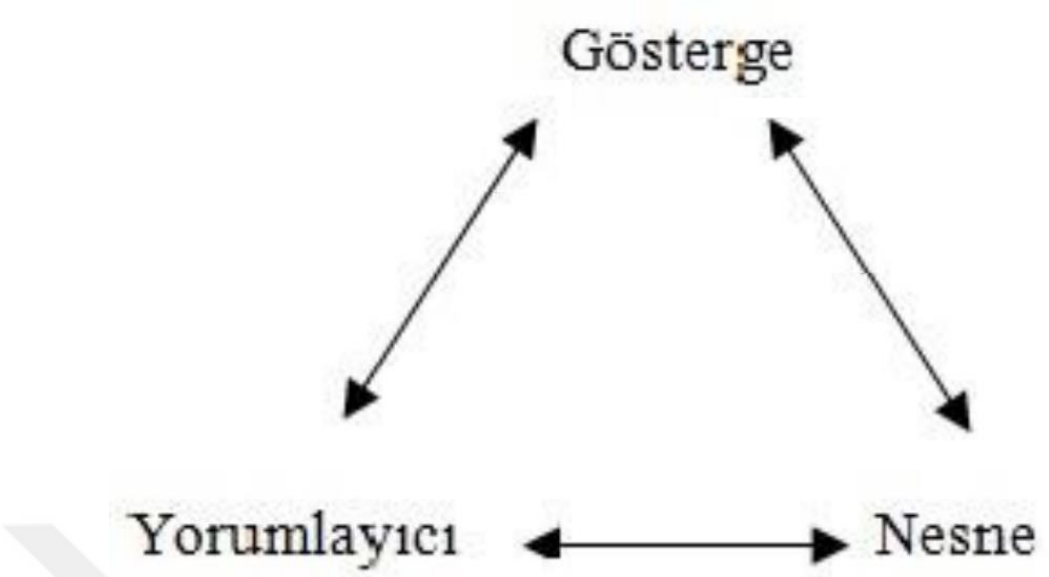
Kaynak: Fiske, 2014'ten akt., Civelek & Türkay, 2020, s. 776.

Şekil 2'de gösterildiği üzere Ferdinand de Saussure'ün göstergebilim modelinde, göstergenin hem fiziki varlığı hem de gösterilenin zihinsel anlamdaki yansımaları önem arz etmekle birlikte görenin karşısındaki anlamlandırma becerisi ve bunun zihinsel anlamdaki yansımaları önem arz etmektedir.

4.3.2. Charles Sanders Pierce

Charles Sanders Peirce, göstergebilimini bir işaret, nesnesi ve yorumlayıcısı gibi üç öznenin işbirliği olan veya bunu içeren bir eylem veya etki olarak değerlendirmiştir. Fakat Pierce'e göre bu üçlü göreli etki hiçbir şekilde çiftler arasındaki eylemlere çözülemez. Bu özel üçlü ilişki türü, Peirce'in mantığı biçimsel bir göstergebilim olarak anlamasının temelini oluşturur. Sonunda felsefi mantığı ya da biçimsel göstergebilimini (1) spekülatif dilbilgisi veya stekioloji, göstergebiliminin unsurları (işaret, nesne, yorumlayıcı), işaretlerin nasıl anlamlandırabileceği ve bununla ilişkili olarak ne tür işaretler, nesneler ve yorumlayıcılar olduğu, işaretlerin nasıl birleştiği ve bazı işaretlerin diğerlerini nasıl somutlaştırdığı veya içerdiği; (2) çıkarım biçimleri üzerine mantıksal eleştiri veya mantık; ve (3) spekülatif retorik veya metodolojik, pragmatizm biçimini de içeren felsefi soruşturma teorisi ile açıklamaya çalışmıştır (Yakin & Totu, 2014, s. 6-7).

Şekil 3. Charles Sanders Pierce'in Teorisinin Genel Yapısı



Kaynak: Fiske, 2014'ten akt., Civelek & Türkay, 2020, s. 777.

Şekil 3 üzerinde gösterildiği üzere Pierce'in teorisinde gösterge, nesne ve yorumlayıcı faktörleri arasında, birbirlerini etkiledikleri ve yönlendirdikleri bir akışının bulunduğunu görmek mümkündür. Bu akış sayesinde, bir noktada, yorumlayıcının, kendi perspektifinden nesneyi gösterge aracılığıyla yorumlaması mümkün hale gelirken bu döngünün, belirli bir noktada bir karmaşaya sebebiyet vermesi de muhtemeldir.

Diğer taraftan, Charles Sanders Pierce'in göstergebilim konusunda temel olarak gördüğü hususlar aşağıdaki gibidir (Ünal, 2016, s. 390-393):

- Her bir düşünce bir işareti temsil ederken, her düşünce, başka bir düşünceye yönlendirmede bulunmaktadır ve işaretin özünü temsil etmektedir.

- Göstergeler, bireylerin anlamlı bir şekilde hareket etmelerini sağlamakta ve belirli düşünceler oluşturmalarını sağlamaktadır.

- Bilgi, deneyimler neticesinde elde edilen göstergeleri ifade etmekte ve dış dünyada, pratiğe aktarılabilen eylemleri temsil etmektedir.

- Bireylerin gösterge ve gerçeklik anlayışlarının kökeninde, bireylerin sosyal gruplar içerisine katılmaları neticesinde yaşadıkları hayatlarının çeşitli unsurları yer almaktadır.

- Bireyler, dünyada, göstergeler ile kurdukları iletişim ve etkileşimlere göre yaşamlarının geri kalanını şekillendirmektedirler.

Charles Sanders Pierce'in göstergebilim yaklaşımlarına bakıldığında, büyük ölçüde, bireylerin yaşamlarındaki tecrübelerin ve etkileşim unsurlarının belirleyici etkisi dikkati çekmektedir. Bu şekilde, bireyler, tecrübelerini göstergeler dönüştürürken göstergeler de onların düşünceleri, yaklaşımları ve pratikteki davranışları haline gelmektedir.

4.3.3. William Morris

William Morris'in davranışsal bir işaret teorisi geliştirmesi, kısmen mantıksal pozitivizmi davranışsal ampirizm ve pragmatizmle birleştirme arzusundan kaynaklanmaktadır. Morris'in bu üç felsefi bakış açısını birleştirmesi, sembollerin üç tür ilişkiye (nesnelerin, kişilerin ve diğer sembollerin ilişkisi) sahip olduğu iddiasıyla sonuçlanmıştır. Göstergebilimini felsefi bakış açıları arasında köprü kurmanın bir yolu olarak gören Morris, aslında, Morris'in Charles Sanders Peirce'in göstergebilimi anlayışında kullanılan bir terim olan yorumlayıcının yorumunun kesinlikle psikolojik olduğu anlaşılmıştır. Morris'in işaret sistemi, eylemin yönelim, manipülasyon ve tamamlanma aşamalarında uyaran ve tepkinin rolünü vurgular. Morris'in göstergebilimi anlayışı, sözdizimsel, semantik ve pragmatik arasındaki üçlü ilişkiyi ikili bir şekilde açıklamakla ilgilenir (Rochberg-Halton & Mcmurtrey, 1983, s. 140-144).

Öte yandan William Morris, göstergebilimi açısından kendi yol haritasını belirlemek adına adımlar atmakla birlikte sürecin içerisinde önem arz eden isimlerin açtıkları yolu da takip etmeye çalışmıştır. Bu şekilde, Morris, Charles Sanders Pierce'in göstergebilim yaklaşımlarını dikkatle incelemiş ve bu alandaki araştırmalarından faydalanmıştır. Buna göre Morris'in, Pierce'dan etkilenmek sureti ile göstergelerin üç boyutta gerçekleştiğini dile getirmek sureti ile bu boyutları aşağıdaki şekilde sıralamıştır (Yazar & Geçen, 2019, s. 209-210):

- Sözdizimsel boyut: Göstergelerin birleşimine dair hususları, diğer göstergeler ile olan ilişkilerini; göstergelerin, birleşik göstergeler meydana getirmek adına nasıl toplandıklarını incelemektedir.

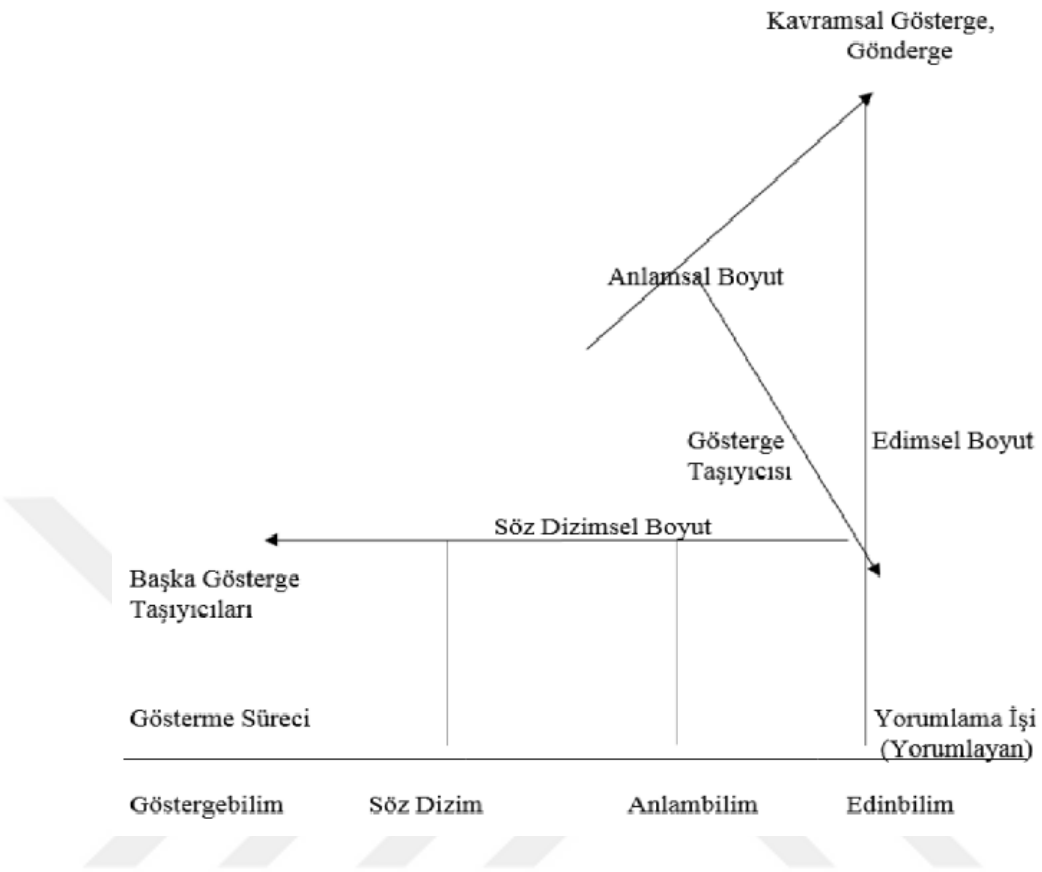
- Anlambilimsel boyut: Göstergelerin sahip oldukları anlamları, gösterge ile belirttiği unsur, husus arasında söz konusu olan ya da olmayan ilişkiyi incelemektedir.

- Edimbilimsel boyut: Göstergelerin kaynağını, onlardan yararlanma şekillerini ve yaratmış oldukları etkilerini, davranış kalıpları dahilinde değerlendirmekte; göstergeler ile göstergelerden faydalananlar arasındaki ilişkileri incelemektedir.

Sıralanan unsurların göstermiş olduğu şekli ile William Morris, çoğunlukla, gösteren-gösterge ilişkilerini incelemektedir. Fakat Morris, bu süreç içerisinde, genel anlamda detaylardaki unsurların gören üzerindeki etkilerini detaylı bir şekilde anlamaya ve anlamlandırmaya çalışmaktadır. Bu sayede, Morris'in göstergebilimi açısından, detayları dengeli bir biçimde ve ortalama olarak her gören bireyin yaklaşımlarının ekseninde ele aldığını düşünmek mümkün olmaktadır.

William Morris, göstergebilim görüşlerinin gelişimi açısından çok kesin ve teknik bir terminolojik aygıtın formülasyonuna doğru çabalamıştır. Birçok yayında yer alan ve çok sayıda araştırmacının önem vererek ön plana çıkarmış oldukları 'anlam' terimi, Morris'in seçtiği temel göstergebilim ile ilintili terimler kümesinden hariç tutulmuştur. Çünkü Morris, bu terimin bilimsel analiz yapmak için yeterince kesin olmadığını düşünmektedir. Kendisinin belirttiği üzere anlam açıklamaları genellikle işaret fenomenlerinin hedefine bir avuç macun fırlatırken, teknik bir semiyotik bize sivriltilmiş oklar olan kelimeler sağlamalıdır (Gramigna, 2022, s. 91).

Şekil 4. William Morris'in Teorisinin Genel Yapısı



Kaynak: Fiske, 2014'ten akt., Civelek & Türkay, 2020, s. 777.

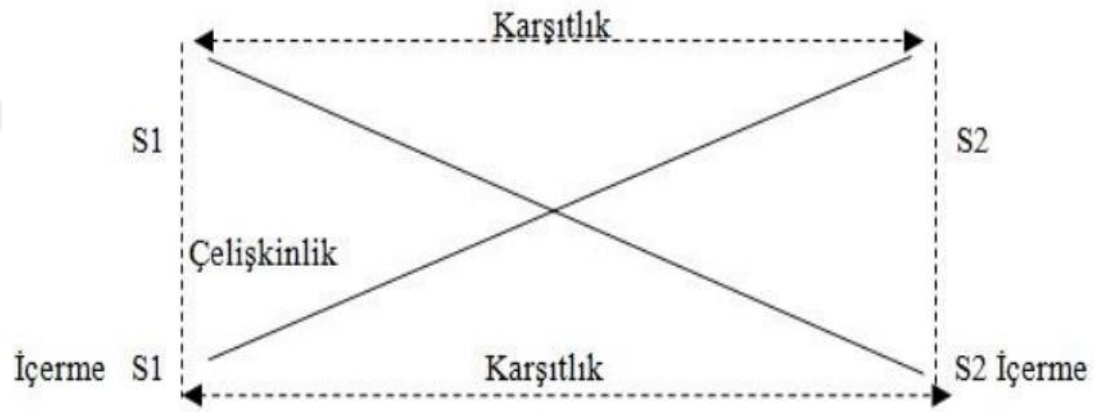
Şekil 4 üzerinde yer alan William Morris'in göstergebilimi anlayışına dair genel yapıyı ortaya koyan şema, bu alanda oluşturulmuş en detaylı şema olarak dikkati çekmektedir. Göstergebilimini söz dizim, anlambilim ve edinbilim ile birlikte ele alan Morris farklı gösterge taşıyıcılarının yorumlayanların süreci değerlendirme konusunda etkilerinin bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bu noktada, gösterge taşıyıcısı olan unsur/unsurlar yorumlayan kişinin algılarının yönlendirilmesinde önemli bir yere sahiptir.

4.3.4. Algirdas Julien Greimas

Algirdas Julien Greimas, otuz yıllık bir süre boyunca evrimleşen söylem göstergebilimi için özgün bir yöntem önermiştir. Başlangıç noktası, yalnızca fonemleri (her dilin en az ses birimi) ve morfemleri (fonemlerin birleşiminde oluşan dilbilgisi birimleri) inceleyen yüzyıl ortası yapısal dilbilimine karşı derin bir memnuniyetsizlikle başlamıştır. Bu dilbilgisi birimleri sonsuz sayıda cümle

üretebilirdi ve cümle, analizin en büyük birimi olmaya devam ederdi. Greimas yaklaşımına, bir etno-linguistik topluluğun tüm kültürünün değer sistemleri tarafından üretilebilecek tüm olası anlamların toplamı olarak tanımladığı bir göstergebilim evrenin varlığını varsayarak başlamıştır. Göstergebilim evrenin bütünüyle kavranması mümkün olmadığından, Greimas yazılı, sözlü veya ikonik metinlerde gerçekleştirildiği gibi semantik mikro evren ve söylem evreni kavramını ortaya atmaya yönelmiştir (Civelek & Türkay, 2020, s. 778).

Şekil 5. Algirdas Julien Greimas'ın Teorisinin Genel Yapısı



Kaynak: Fiske, 2014'ten akt., Civelek & Türkay, 2020, s. 779.

Şekil 5'te Algirdas Julien Greimas'ın teorisine dair bir şema yer almakla birlikte şemada, bir dikdörtgen şeklinde işleyen yapı, çelişkinlik ve karşıtlıkları içerirken, iki algı şekli arasında mutlak olarak bir farklılığın varlığından bahsedilmektedir. Bu şekilde, aslında, dikdörtgenin tüm noktalarındaki hususlar incelenmekte ve sorgulanmak, bu şekilde, çoğunlukla göstergelerin ortaya koyduğu çelişki ve farklılıkları üzerinden bir anlam yaratılmaya çalışılmaktadır.

4.3.5. Roland Barthes

Roland Barthes'ın teorisinin özü, işaretin gösteren ile gösterilen arasındaki bir ilişki olduğu iddiasına dayanmaktadır. Ferdinand de Saussures'un "birinci dereceden sistem" adını verdiği görüşünden etkilenmiş olan Barthes için bir "ölçek" sözcüğü veya imgesi gösteren "gösterim"dir ve ölçüm kavramı gösterilen "çağrışım"dır; işaret ise gösterim ile çağrışım arasındaki ilişkidir. Birinci dereceden sistemin bu işaretine dayanarak Barthes, miti, birinci dereceden sistemin işaretinin başka bir işaretin

göstereni haline geldiği, ölçek örneğinde olduğu gibi başka bir işaret olan “adalet”i üretmek için “ikinci dereceden sistem” inşa etmek için uygulamıştır. Bu gösterim süreci, metinleri ve görsel metinleri analiz etmenin kaygısıdır (Jadou & Al Ghabra, 2021, s. 479).

Genel anlamda, Roland Barthes'ın göstergebilim yaklaşımında ön plana çıkan, tema niteliğindeki hususları aşağıdaki şekilde açıklamak mümkündür (Ünal, 2016, s. 394):

- Dil, insan yaşamının her yerindedir ve her bir dil unsuru birer gösterge niteliği taşımaktadır.
- Göstergebilimin temel kanıtı ve güçlendiricisi niteliğini taşıyan temel unsur dil ve onun parçalarıdır.
- Göstergebilimde dil yazılı olmanın ötesinde şekli, görsel ve betimleyici bir biçimde kullanılabilmektedir.
- Gündelik yaşamda dil, göstergebilimin detaycı ve bilimsel niteliğine ihtiyaç duymadan açıklayıcı ve bilgilendirici olabilmektedir.
- Gösterenler dizgiseldir ve her bir gösteren kendisinden önceki ve sonraki ile ilintili olarak göreni etkileyebilmektedir; bu bir üstdilbilim yaratmaktadır.
- Özellikle yazı, göstergebilim açısından yalnızca bir metin olmamakta, aynı zamanda, sosyal anlamda açıklayıcılığı bulunan bir unsurdur.
- Göstergebilimde anlam kolektif bilinçte hem yazarın hem okuyucunun ve hem de onları ihtiva eden kültürel ortam dahilinde şekillenmektedir.
- Kültür göstergebilim açısından bir kod niteliği taşımakta ve farklı sosyal grupların üyelerine, birbirine benzer anlamlar sunulmasına imkân tanımaktadır.
- Göstergebilim, var olan ya da ortaya çıkacak olan anlamlandırıcı olayları açıklamaya yönelik olarak geliştirilen temel kurallar ve ayrımlar dizgesini ifade etmektedir.

Roland Barthes'a ait, göstergebilim ile ilgili genel yaklaşımlara bakıldığında dil unsurunun vazgeçilmez ve kaçınılmaz bir şekilde ele alındığı fark edilmektedir. Bu nedenle, Barthes açısından dilin, göstergebilimin hem açık hem de gizli, betimleyici unsuru olduğunu düşünmek mümkündür.

Öte yandan, Roland Barthes "Göstergebilimsel Serüven" kitabında göstergebilime ait üç evreden bahsetmektedir. Bunları birinci evre hayranlık evresi, ikinci evre bilim evresi, üçüncü evre metin evresi olarak sıralamak mümkündür. Barthes hayranlık evresinde göstergebilimi ideolojik eleştirinin temel yöntemi olarak görmüştür. Bilim evresinde göstergebilimi bir sistem üzerine oturtmaya çalışmıştır. Son evre olan metin evresinde ise gösterene vurgu yapmıştır (Civelek & Türkay, 2020, s. 779).

5. KURUMSAL KİMLİK OLUŞTURMADA GÖSTERGEBİLİM VE FOTOĞRAF UNSURLARININ ETKİSİ: YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

5.1. Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Tarihçesi

Yıldız Teknik Üniversitesi, 1911'e dayanan tarihiyle Türkiye'nin üçüncü en eski üniversitesi olmasının yanı sıra İstanbul'da bulunan yedi devlet üniversitesinden biridir. Üniversite, mevcut dönemdeki kuruluş yapısına kavuşuncaya dek farklı dönemsel aşamalardan geçmiştir (Yıldız Teknik, 2025a).

İlk aşama olan Kondüktör Mekteb-i Âlisi/ Yüksek Öğretim İdare Mektebi (1911-1922) döneminde, Kondüktör Mekteb-i Âlisi/Teknisyenler Yüksek Okulu, Belediye Bayındırlık İşleri Dairesi'nin "bilim görevlisi" (önceden kondüktör, bugün ise teknisyen olarak bilinir) ihtiyacını karşılamak amacıyla 1911 yılında kuruldu. Okul, Fransız "Ecole de Conducteur" müfredatına göre modellenmişti ve Bayındırlık Bakanlığı'na bağlıydı. Kayıtlar 22 Ağustos 1911'de başladı (Yıldız Teknik, 2025b).

İkinci aşama olan Nafia Fen Mektebi (1922-1937) dönemi 1922 yılında okulun adı Nafia Fen Mektebi olarak değiştirilmiş, öğretim süresi 1926 yılında iki buçuk yıla, 1931 yılında ise üç yıla çıkarılmıştır (Yıldız Teknik, 2025a).

Üçüncü dönem olan İstanbul Teknik Okulu (1937-1969) sürecinde, kamu tesislerinin artması ve teknik hizmetlere duyulan gereksinim üzerine 19 Aralık 1936'da yeni bir yasa yayımlandı. 1 Haziran 1937'de yürürlüğe giren yeni yönetmeliğe göre Nafia Fen Mektebi kapatıldı ve fen memurları ile meslek mühendisleri arasındaki açığı kapatmak amacıyla teknik okul kuruldu. Okulda fen memurları için iki yıllık, mühendislik için dört yıllık bir program vardı. Okula Yıldız Sarayı ek binalarından bugün de kullanılan binalar verilerek buraya taşındı (Yıldız Teknik, 2025b).

Bu, üçüncü aşamanın ilk dönemlerinde okul, fen memuru ve mühendis yetiştiren inşaat ve makine fen bilimleri bölümlerine sahipti. 1942-1943 ders yılından itibaren mühendislik bölümüne bağlı elektrik ve mimarlık bölümleri kuruldu. 26 Eylül 1941

tarihli İstanbul Yüksek Mühendis Okulu ve Teknik Okulu'nun Maarif Vekâleti'ne devredilmesine dair Kanun ile okul, Bayındırlık Bakanlığı'ndan Maarif Vekâleti'ne devredildi. Millî Eğitim Bakanlığı'nın 7 Haziran 1949 tarihli kararıyla Harita ve Kadastro Mühendisliği Bölümü kurulmuş ve Türkiye'de bu alanda mühendis yetiştiren ilk kurum olarak 1949-1950 ders yılında eğitime başlamıştır. 1951-1952 ders yılında Tekniker Yetiştiren Bölüm kapatılmıştır. 1959-1960 ders yılında İstanbul Teknik Okulu'nda bir yıllık öğrenim sonunda Yüksek Mühendis ve Yüksek Mimar unvanları veren bir ihtisas bölümü açılmıştır (Yıldız Teknik, 2025a).

Dördüncü aşama olan mimarlık akademisi döneminde (1969-1982) okul, 3 Haziran 1969'da yayımlanan 1184 sayılı Devlet Mühendislik ve Mimarlık Akademileri Kanunu ile özerk bir yükseköğretim ve araştırma kurumu olarak kuruldu. 1971 yılında 1472 sayılı Kanun ile özel meslek yüksekokulları kapatıldı ve mühendislik okulları İstanbul Devlet Mühendislik ve Mimarlık Akademisi'ne bağlandı (Yıldız Teknik, 2025b).

Beşinci aşama olan Yıldız Üniversitesi döneminde (1982-1992) İstanbul Devlet Mühendislik ve Mimarlık Akademisi ve bağlı mühendislik yüksekokulları ile Kocaeli Devlet Mühendislik ve Mimarlık Akademisi ve Kocaeli Meslek Yüksekokulu'nun ilgili fakülte ve bölümleri, 1982 yılında birleştirilerek Yıldız Üniversitesi kurulmuştur. Yeni üniversite, fen-edebiyat, mühendislik bölümleri, kocaeli'ndeki meslek yüksekokulu, fen bilimleri enstitüsü, sosyal bilimler enstitüsü ile rektörlüğe bağlı yabancı diller, Atatürk ilkeleri ve inkılap tarihi, Türk dili, beden eğitimi ve güzel sanatlar bölümlerini bünyesinde barındırmaktadır (Yıldız Teknik, 2025a).

Son aşama olan ve 1992 yılından bu yana devam eden Yıldız Teknik Üniversitesi döneminde ise üniversite “Yıldız Teknik Üniversitesi” olarak yeniden adlandırıldı. Mühendislik Fakültesi dört fakülteye bölündü ve elektrik-elektronik, inşaat, makine ve kimya-metalurji fakülteleri olarak yeniden yapılandırıldı ve ayrıca iktisadi ve idari bilimler fakültesini de bünyesine dahil etti. Kocaeli Mühendislik Fakültesi ve Kocaeli Meslek Yüksekokulu üniversitemizden ayrılarak Kocaeli Üniversitesi olarak yeniden yapılandırıldı (Yıldız Teknik, 2025b).

5.2. Yıldız Teknik Üniversitesi Yıldız ve Davutpaşa Kampüslerinin Göstergebilimsel Olarak Çözümlenmesi

Araştırmanın bu bölümünde, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin İstanbul'da bulunan ve aktif olarak kullanılan Yıldız ve Davutpaşa kampüslerinde çekilen fotoğrafların göstergebilim açısından incelemesi gerçekleştirilmektedir.

5.2.1. Yıldız Kampüsü

Yıldız Teknik Üniversitesi'nin İstanbul'un Avrupa yakasında yer alan Yıldız kampüsü, "Beşiktaş Yerleşkesi" olarak da bilinmektedir. Yıldız Kampüsü, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin tarihi niteliğini yansıtan çok sayıda mekâna ev sahipliği yapmakla birlikte bunlar arasında Hünkâr Dairesi önemli bir tarihi mekân olarak ön plana çıkmaktadır. Bu vesile ile Yıldız Kampüsü'nün, daha çok, üniversitenin tarihsel anlamdaki hikayesini içerisinde barındırdığını söylemek mümkündür Kampüste rektörlük binası, kütüphane ve Sultan II. Abdülhamid Uygulama ve Araştırma Merkezi'nin yanı sıra gemi inşaatı ve denizcilik fakültesi, makine fakültesi ve mimarlık fakültesi yer almaktadır (Yıldız Teknik, 2025c).

Şekil 6. Gösterge 1 - Yıldız Kampüsü Şehzade ve Sultan Köşkü (Ana Bina)



Kaynak: Vedat Çolak kişisel arşiv

Tablo 1. Gösterge 1 Çözümlemesi

Görüntüsel Gösterge		
Gösterenler	**Gösterilenler**	
	Düz anlamlar	**Yan anlamlar**
Ağaçlar	Doğa unsuru	Doğa ile bütünleşik alan
Ağaçlık alan	Doğa unsuru	Merkezi yaşamdan uzak alanda ikamet hissi
Geniş bahçe	Mekân	Şahsa ait ve izole alana sahip olma
Köşk	Mekân	Tarihsel değeri bulunan ve kalabalık insan topluluğunu barındıran yaşam alanı
Dış cephe kaplaması	Mekân unsuru	Nostaljik ve tarihi kimliğin korunması

Gösterge 1'e ait, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Yıldız Kampüsü'nde yer alan şehzade ve sultan köşkünün ana bina bahçesinden çekilen fotoğraf incelendiğinde, Osmanlı İmparatorluğu döneminden kalan, dönemin değerli bir şahsiyetine ev sahipliği yapan ve kalabalık bir insan topluluğunun yaşadığı bir mekân hissi ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte izole bir niteliğe sahip olduğu düşünülen mekân bu hali ile Osmanlı döneminin sultan ve ailesine özel olarak tahsis edilen, göreceli olan ihtişamlı alan mesajını görenlere açık bir şekilde vermektedir.

Bulunduğu alan açısından geniş bir ağaçlık ve ormanlık alanın içerisinde bulunduğu görülen köşk, dönemsel niteliği açısından ele alındığında, bir yönetim, misafir ağırlama, toplantı ve aile yaşam alanı kimliklerini aynı anda bünyesinde barındırmaktadır. Fakat merkezden uzak kimliği, inzivada bulunan ve ağaçlarla çevrili

yapısı nedeni ile köşkün bir yaşam ve kabul alanı olarak değerlendirilmesi daha kuvvetli bir ihtimaldir.

Karşı cepheden çekilmiş olan bu fotoğraf, köşkün halen nostaljik ve tarihi kimliğini koruduğunu, aynı zamanda, tarihi anlamda Osmanlı'ya ait izleri halen taşıdığını da ortaya koymaktadır. Binanın halen aktif kullanımı ile birlikte mekânın, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin bir eğitim alanı olduğu kadar bir tarihi mekân niteliğini koruduğunu da göstermektedir. Özellikle de mekânın hem geçmişe dair niteliklerini kaybetmemesi hem de üniversitenin sınırları içerisinde bulunması, Yıldız Teknik açısından tarihi bir değer, misyon ve tanıtım unsuru haline de dönüşmektedir.

Şekil 7. Gösterge 2 - Yıldız Kampüsü Şehzade ve Sultan Köşkü (Ek Bina)



Kaynak: Sabri Bakış kişisel arşiv

Tablo 2. Gösterge 2 Çözümlemesi

Görüntüsel Gösterge		
Gösterenler	**Gösterilenler**	
	Düz anlamlar	**Yan anlamlar**
Ağaçlar	Doğa unsuru	Doğa ile bütünleşik alan
Ağaçlık alan	Doğa unsuru	Merkezi yaşamdan uzak alanda ikamet hissi
Köşk	Mekân	Tarihsel değeri bulunan yaşam alanı
Pencere	Eşya	Nostaljik ve tarihi kimliğin korunması

Gösterge 2'ye ait, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Yıldız Kampüsü'nde yer alan şehzade ve sultan köşkünün ek bina bahçesinden çekilen fotoğraf incelendiğinde, ana köşk binasının devamı niteliğinde olmak sureti ile Osmanlı İmparatorluğu döneminden kalan bir eserin varlığı olan bina dikkati çekmekte ve İstanbul gibi bir büyük şehirde ağaçlık kalanda varlığını halen sürdürebilen bir binanın varlığı ön plana çıkmaktadır.

Alan olarak doğa ile bütünleşik olarak görülen köşk ek binası, dönemin yaşam şartları açısından bir inziva yeri olmakla birlikte modern dönemde, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin yoğun öğrenci topluluğu ve eğitim süreçleri içerisinde de aynı görevi görebilecek durumdadır. Doğal kimliğinden halen bir şey kaybetmemiş olan köşk ek binası görenlerin zihninde halen aynı etkiyi yaratabilmektedir.

Her ne kadar köşk ek binasının dış görünümü modern dönemin şartlarına uygun bir mekân havası ortaya çıkarsa da kullanılan pencerelerin halen eski bir niteliğe sahip olması ve yüksek bir girişinin bulunması binanın tarihi ve nostaljik bir kimliği bulunduğuna dair mesajları içerisinde barındırmaktadır.

Köşk ek binasının fotoğrafı, Yıldız Teknik Üniversitesi ek binasının sınırları dahilinde, ana binanın arka tarafında yer almakla birlikte kimlik olarak ana binanınkinden daha farklı olmak sureti ile nitelik olarak üniversite sınırları içerisinde yer alan daha izole ve daha fazla Osmanlı İmparatorluğu döneminin sultan ve ailesinin merkezden uzak yaşamının izlerini taşıdığı düşünülebilecektir.

Şekil 8. Gösterge 3 - Yıldız Kampüsü Köşk Nilüferli Havuz



Kaynak: Sabri Bakış kişisel arşiv

Tablo 3. Gösterge 3 Çözümlemesi

Görüntüsel Gösterge		
Gösterenler	**Gösterilenler**	
	Düz anlamlar	**Yan anlamlar**
Ağaçlar	Doğa unsuru	Doğa ile bütünleşik alan
Bahçe	Doğa unsuru	Kişisel alana sahip olma hissi

Merdivenler	Mekân unsuru	Estetik ve kıymetli bir alanda bulunma hissi
Havuz	Mekân unsuru	Özel ve lüks bir alana sahip olma hissi
Mermer döşeme	Dekoratif unsur	Geçmişin sürekliliği imajı

Gösterge 3'e ait, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Yıldız Kampüsü'nde yer alan nilüferli havuz, köşk alanı açısından tarihi bir değer taşımakla birlikte köşk sağladığı izole ve ferah yaşam alanı hissini bir adım öteye taşımaktadır. Sık ağaçların yer aldığı bahçe mekânın doğal niteliğini artırırken, alanı görenler açısından görsel ve zihinsel açıdan bir ferahlama yaratabilecek niteliğe sahiptir. Yer döşemesindeki taşlar mekâna modern bir nitelik kazandırmış gibi gözükse de eski havuz ve merdivenlerin başındaki trabzanların tutunduğu eski mermer parçalar köşkün tarihsel niteliğinin halen korunduğunu göstermektedir.

Gösterge 3 açısından en fazla fark yaratan unsur, şüphesiz havuzdur. Eski ve bitkilerin doğal etkisi ile birlikte içerisindeki rengi değişmiş olan havuz, bu hali ile hem bir süs havuzu olduğu izlenimini korurken hem de köşk bahçesinin ferahlatıcı, dinlendirici ve bir o kadar da geçmişe ait izlerini taşıdığı niteliğini ön plana çıkarmaktadır. Diğer taraftan hem bahçenin hem de havuzun etrafını köşkün diğer noktaları gibi çevrelemiş olan ağaçlık bölge, bu sayede, köşkün Osmanlı İmparatorluğu dönemindeki inşa ve kullanım niteliğinin belirli oranda bir değişime uğramasına ve bir botanik alana dönüşmesine sebebiyet vermektedir.

Gösterge 1 ve 2'deki fotoğrafların Yıldız Teknik Üniversitesi açısından yaratmış olduğu Osmanlı İmparatorluğu'nun görkemine ait mekân kimliği gören açısından güçlü bir tarihi gösterge niteliği yaratmakla birlikte Gösterge 3'te de görülen çok sayıdaki doğal alanın varlığı ve bu alanların korunması, mekâna dair doğal göstergelerin de gören üzerinde güçlü bir etki yarattığına işaret etmektedir.

Şekil 9. Gösterge 4 - Yıldız Kampüsü Köşk Şelaleli Havuz



Kaynak: Sabri Bakış kişisel arşiv

Tablo 4. Gösterge 4 Çözümlemesi

Görüntüsel Gösterge		
Gösterenler	**Gösterilenler**	
	Düz anlamlar	**Yan anlamlar**
Ağaçlar	Doğa unsuru	Doğa ile bütünleşik alan
Bahçe	Doğa unsuru	Kişisel alana sahip olma hissi
Taş bina (duvar)	Mekân	Eskinin korunması, sağlamlık, devamlılık
Havuz	Mekân unsuru	Özel ve lüks bir alana sahip olma hissi

Kirli havuz	Mekân unsuru	Uzun yıllardır var olan, ancak unutulmuş bir mekan hissi

Gösterge 4'e ait, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Yıldız Kampüsü'nde yer alan köşkün arka tarafında kalan şelaleli havuz, kampüsün doğa ile bütünleşik olarak görülen imajının dışa vurumu açısından en güçlü mekân olarak nitelendirilebilecektir. Çevresinde yoğun bir yeşil alan görülen havuz, eski zamanlardan kalma bir alan olarak dikkati çekse de halen varlığını sürdürmesi ve çevresindeki doğa dokusunun korunmuş olması Gösterge 1, 2 ve 3'ün tam olarak anlamalarının yerleşik hale geldiğini göstermektedir.

Yine, ağaçların önemli bir yer tuttuğu fotoğrafta, mekânsal anlamda, köşkün ve bağlı bulunduğu alanın doğa ile bütünleşik bir niteliğinin bulunduğu görülmektedir. Bu hali ile Gösterge 1, 2, 3 ve 4'ün izole, doğal ve sükûnet sahibi bir alan olmasına dair niteliğin büyük ölçüde korunduğu ve kabul gördüğü anlaşılmaktadır. Özellikle de ağaç unsurunun genel olarak köşk çevresinde yoğun bulunması hem bu alanın hem de Yıldız Teknik Üniversitesi Yıldız Kampüsü'nün doğa ile bütünleşik ve bu hali ile pozitif nitelik taşıyan bir alan olarak görülmesine imkân sunmaktadır.

Son olarak Gösterge 4 üzerinde yer alan fotoğraftaki taş ev duvarı, köşk çevresinin köşk kadar yoğun bir şekilde eski, tarihi ve nostaljik bir nitelik taşıdığına işaret etmektedir. Bu, Yıldız Teknik Üniversitesi Yıldız Kampüsü alanı içerisindeki hem alanın hem mekânın hem de üniversitenin tarihi niteliğinin korunduğuna dair, yine pozitif bir imge yaratmaktadır.

Şekil 10. Gösterge 5 - Yıldız Kampüsü, Mühendislik Fakültesi İçerisinden Görünüm



Kaynak: Sabri Bakış kişisel arşiv

Tablo 5. Gösterge 5 Çözümlemesi

Görüntüsel Gösterge		
Gösterenler	**Gösterilenler**	
	Düz anlamlar	**Yan anlamlar**
Pervane	Teçhizat	Mühendislik faaliyetlerinin gerçekleştirildiği mekân hissi
Uçak motoru	Teçhizat	Mühendislik faaliyetlerinin gerçekleştirildiği mekân hissi

Yer döşemesi	Mekân unsuru	Eski tip mekân olma durumu ve tarihi niteliğin korunması durumu
Aydınlatma (antika)	Eşya	Klasik ve nostaljik niteliğin korunması
Aydınlatma (florasan)	Mekân unsuru	Modernliğe geçiş imgesi
Pencere	Eşya	Aydınlık ve ferah mekân yaratma çabası, klasik ve nostaljik niteliğin korunması
Merdiven	Mekân unsuru	Eski binanın niteliğini ve kimliğini koruma çabası

Gösterge 5'e ait, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Yıldız Kampüsü'nde yer alan Mühendislik Fakültesi binası fotoğrafı, fakültenin niteliğini ortaya koyan ve binada gerçekleştirilen faaliyetleri nostaljik olarak betimleyen bir niteliğe sahiptir. Eski uçak parçalarının sergilendiği, merdiven civarındaki alan, fakültenin niteliğini ortaya koymakla birlikte geçmişten bu yana fakültenin teknik alanda verdiği bir eğitimin bulunduğu ve bu şekilde de köklü bir eğitim niteliğinin söz konusu olduğunu ortaya koymaktadır.

Öte yandan, Gösterge 5 için gösterge açısından önem arz eden hususlar yer döşemesi, aydınlatma, pencere ve merdivenlerdir. Fakülte binasının son derece eski olduğu imgesini ortaya koyan göstergeler yer döşemesi ile merdivenin eski tip olması nedeni ile imgeleri güçlendirmektedir. Bununla birlikte tek başına görülen aydınlatma unsuru, son derece eski ve klasik bir nitelik taşımakla birlikte görenler açısından mekânın geçmişten beslenen kimliğine ve kökenlerine işaret etmektedir. Bunun yanı sıra, uzun ve yüksek pencerelerin varlığı da fakültenin tarihi niteliğine güç katmakla birlikte fakültenin son derece aydınlık bir alan haline gelmesine de yardımcı olmaktadır.

Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Yıldız Kampüsü'nde yer alan Mühendislik Fakültesi binası göstergebilimi açısından, çekilen fotoğrafları dahilinde ele alındığında, gösteren niteliğindeki unsurların hepsinin, fakültenin ve üniversitenin tarihi değerini açık bir şekilde ortaya koyduğu fark edilmektedir. Daha önceki göstergelerde dikkati çeken doğa ile bütünleşik niteliği Gösterge 5'te yer alan, geçmişe ait izleri taşıyan unsurlar, üniversitesinin köklü niteliğini daha açık hale getirmektedir.

5.2.2. Davutpaşa Kampüsü

Yıldız Teknik Üniversitesi'nin İstanbul'un Avrupa yakasında yer alan bir diğer kampüsü olan Davutpaşa kampüsü, "Yıldız Yerleşkesi" olarak da bilinmektedir. Kampüste eğitim fakültesi, elektrik-elektronik fakültesi, fen-edebiyat fakültesi, iktisadi ve idari bilimler fakültesi, inşaat fakültesi, kimya-metalurji fakültesi, sanat ve tasarım fakültesi, fen bilimleri enstitüsü, sosyal bilimler enstitüsü ve uygulamalı bilimler fakültesi yer almaktadır.

Şekil 11. Gösterge 6 - Davutpaşa Kampüsü Orta Bahçesi



Kaynak: Sabri Bakış kişisel arşiv

Tablo 6. Gösterge 6 Çözümlemesi

Görüntüsel Gösterge		
Gösterenler	**Gösterilenler**	
	Düz anlamlar	**Yan anlamlar**
Dikdörtgen bina dağılımı	Mekân	Devlet yönetimine ait bina izlenimi
Bina alanı	Mekân	Şehir ile iç içe yaşam görüntüsü
Bahçe	Doğa unsuru	Serbest alan hissi
Güneşli hava	Meteorolojik unsur	Ferah ve özgür bir doğa alanı hissi

Gösterge 6'da yer alan ve Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Davutpaşa Kampüsü'nün tepeden görüntüsü içeren fotoğraf, Yıldız Kampüsü'nde yer alan, doğa ile iç içe ve yeşilin hâkim olduğu mekân izlenimini aratmaktadır. Bu hali ile Gösterge 6'nın ortaya koymuş olduğu tablo, Davutpaşa Kampüsü'nün, Yıldız Kampüsü'nün sahip olduğu yeşil ve pozitif havayı görene sunamadığı yönündedir.

Diğer bir dikkat çekici gösterge, dikdörtgen şeklindeki binanın, tarihi olarak nostaljik bir kimlik taşımaktan ziyade, geçmiş dönemlerin medrese binalarına ya da askeri kışla niteliğine daha fazla benzemesidir. Estetik olmaktan ziyade daha düz bir şekle ve hatlara sahip olan kampüs binası, tarihi anlamda sade ve görkemli olmaktan uzak bir niteliğe sahip gözükmektedir.

Son olarak ise Gösterge 6'da dikkat çeken görünüm, yeşil alan görüntüsünün olması ile birlikte binanın şehir yaşamına çok daha yakın gözükmesidir. Bu şekilde, kampüs alanı, geçmişi hatırlatan, ancak mekanla olumlu bir etkileşim kurulmasını sağlamıştır.

Şekil 12. Gösterge 7 - Davutpaşa Kampüsü Alanı İçerisindeki Otağ-ı Hümayun



Kaynak: Sabri Bakış kişisel arşiv

Tablo 7. Gösterge 7 Çözümlemesi

Görüntüsel Gösterge		
Gösterenler	**Gösterilenler**	
	Düz anlamlar	**Yan anlamlar**
Tarihi bina	Mekân	Devlet yönetimine ait bina izlenimi
Bina alanı	Mekân	Bahçe; gezi alanı
Kar	Meteorolojik unsur	Tenha mekan ve yalnızlık hissi
Karlı toprak	Doğa unsuru	Hüzünlü bir kış günü hissi

Batan güneş	Doğa unsuru	Hüzün; geçmişin izlerine duyulan özlem; veda imgesi

Gösterge 7'ye ait fotoğrafta karşılaşılan imgeler, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin tarihi kimliği ile örtüşmek sureti ile gören üzerinde gösterenin güçlü bir etki yaratmasını mümkün kılmaktadır. Osmanlı İmparatorluğu döneminde padişah ve ailesinin yaşadığı, devlet yönetimine dair işlerin gerçekleştirildiği bir mekân olan Otağ-ı Hümayun'un bulunduğu binanın görüldüğü fotoğrafta, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin geçmiş ile olan bağının halen son derece canlı olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda, binanın halen ilk günkü kadar temiz dış yüzeyinin (muhtemelen bir restorasyon sonucu) göze çarpması neticesinde, üniversite kampüsünde geçmiş ile geleceğin birbiri ile bütünleşik olduğu anlaşılmaktadır.

Öte yandan, Otağ-ı Hümayun önünde bulunan geniş ve karla kaplı alan geniş ve ferah bir mekân düşüncesini ve imgesini fotoğrafın görenleri için sunmaktadır. Eski bir devlet erkanı binası olması hasebi ile görkemli ve geniş ölçekli alanların kullanıldığı bu binanın bahçe kısmı görenler için aynı duygularla birlikte tarihin görkemli niteliğinin görenler için de mümkün hale gelmesini sağlamaktadır.

Yine bu alan içerisinde bulunan karlı görüntü, hüzünlü bir kış gününe atıfla göz önüne gelmektedir. Otağ-ı Hümayun'un karşı cephesinden batan güneşin yaratmış olduğu yine hüzünlü etki de fotoğrafın göreni için açıkça hissedilebilir olduğu gibi fotoğrafla birlikte mekânın geçmişe ait olması, geçmişe duyulan hüzünlü bir özlem etkisini de yaratmaktadır. Gösterge 7, aynı zamanda, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin tarihle bütünleşik kimliğinin, gösteren üzerinden, gören nezdinde güçlenmesini de sağlamaktadır.

Şekil 13. Gösterge 8 - Davutpaşa Kampüsü Alanı İçerisindeki Tarihi Hamam Binası



Kaynak: Sabri Bakış kişisel arşiv

Tablo 8. Gösterge 8 Çözümlemesi

Görüntüsel Gösterge		
Gösterenler	**Gösterilenler**	
	Düz anlamlar	**Yan anlamlar**
Tarihi bina	Mekân	Devlet yönetimine ait bina izlenimi
Bina alanı	Mekân	Düz, mermer zemin, doğallıktan uzaklık hissi
Mermer zemin	Mekân unsuru	Resmiyet ve otorite karşısında bulunma hissi

Taş duvar	Mekân unsuru	Soğuk, olumsuz duygular uyandıran görünüm
Puslu hava	Doğa unsuru	Umutsuzluk ve baskı yaratan duygu hissiyatı

Gösterge 8'de yer alan fotoğraf, Yıldız Teknik Üniversitesi Davutpaşa Kampüsü sınırları içerisinde yer alan tarihi hamam binasını ortaya koyarken, aynı zamanda, dönemsel olarak üniversitenin nasıl bir alan üzerine kurulduğunu da göstermektedir. Köşk gibi bir yaşam ve devlet yönetim binası gibi bürokratik bir yapıyı içerisinde barındıran kampüs, bu hali ile Osmanlı İmparatorluğu döneminin genel yaşam standartlarına dair bir fikir vermekle birlikte gösterge olarak karmaşık bir tablo ortaya koymakta, ama güçlü tarihi kimliğini korumaktadır.

Yine, Gösterge 8 üzerinde görüldüğü üzere bina alanının etrafındaki mermer zemin, Yıldız Kampüsü'nde sıklıkla gözlemlenen doğa ile bütünleşik alan imgesinin ortadan kalkmasına sebebiyet verirken, kasvetli binalar ve yaşam alanları açıdan görenler üzerinde olumsuz bir etki yaratmaktadır. Buna paralel olarak taş duvarlar ile çevrili olan ve son derece uzunlamasına tasarlanmış olan bina, bu hali ile soğuk ve olumsuz görünümünü pekiştirmektedir.

Binanın üzerinde görülen soğuk, puslu ve bir kış günü izlenimini veren hava durumu da binanın soğuk yüzünü daha belirgin hale getirmektedir. Gören için gösteren, Gösterge 8'de, geçmişin izlerini taşıyan bir bina görse de askeri bir kışlaya benzer uzunluktaki, çevrelenmiş binayı görmekle birlikte taş ve mermer unsurların görsel olarak ağırlığı neticesinde mekân ile ilgili olumsuz bir görüşe sahip olabilmektedir.

Şekil 14. Gösterge 9 - Davutpaşa Kampüsü Alanı İçerisindeki Tarihi Taş Bina İçi



Kaynak: Sabri Bakış kişisel arşiv

Tablo 9. Gösterge 9 Çözümlemesi

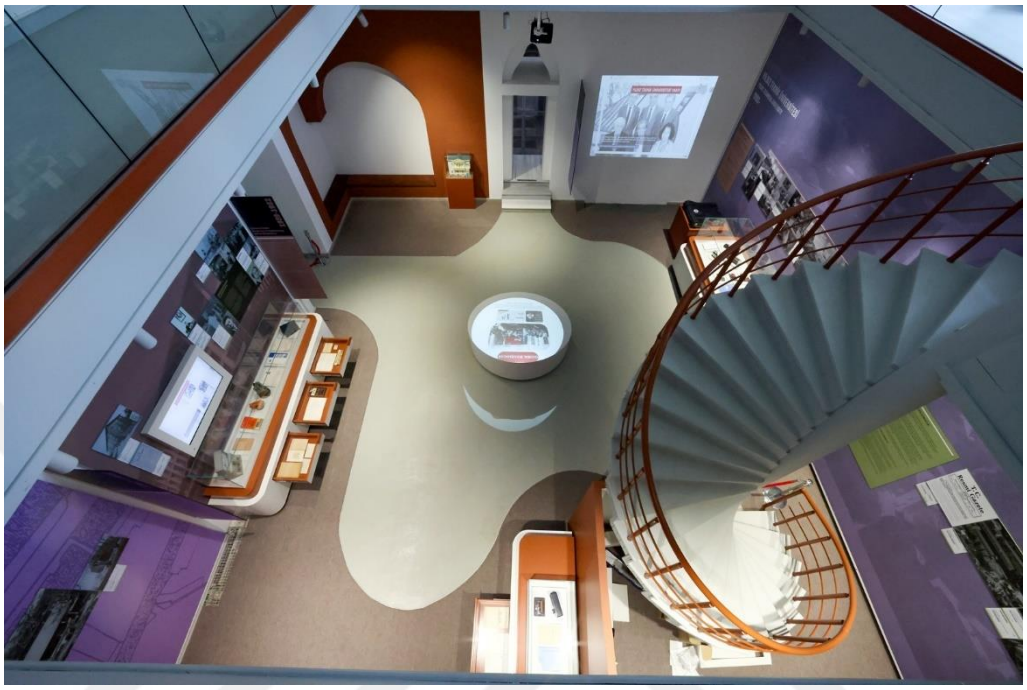
Görüntüsel Gösterge		
Gösterenler	**Gösterilenler**	
	Düz anlamlar	**Yan anlamlar**
Uzun koridor	Mekân	Hastane koridorlarına benzer mekân izlenimi
Beyaz duvar rengi	Mekân unsuru	Ferah bir mekân duygusu
Boş koridor	Mekân	İnsandan arındırılmış, soğuk, olumsuz duygular uyandıran görünüm

Döşeme	Mekân unsuru	Düz, taş zemin, doğallıktan uzaklık hissi
Gün ışığı	Doğa unsuru	Umut ve ferahlama hissi

Gösterge 9'da yer alan Davutpaşa Kampüsü alanı içerisindeki tarihi taş binanın içinden bir görüntüyü ortaya koyan fotoğraf gören için gösterenin bir hastane koridorunda olduğu izlenimini uyandırmaktadır. Sıralanmış odaların bulunduğuna dair izlenimin oluştuğu göstergede, bu şekilde, olumsuz ve kasvetli bir havanın görene etki ettiği fark edilmektedir. Bunun yanı sıra, insanın bulunmadığı, boş ve uzun koridorlar, hastanede bulunulduğu hissiyatı ile birlikte yalnız ve hüznü gören için temsil etmektedir. Gösteren, bu noktada, hastane teması ile birlikte çaresizliği görene sunmaktadır. Bu görüntüyü, bir başka kasvetli gösteren olan yerdeki taş döşemeler güçlendirmektedir. Gören, yerdeki döşemeleri, hastane teması ile bütünleşik olarak değerlendirdiğinde fotoğraftaki mekânın umut verici olmayan ve insanı pozitif düşünmeye sevk etmeyen bir kimliği olduğunu düşünmektedir.

Gösterge 9 üzerinde, gören için pozitif niteliğe sahip olan tek unsur, uzun koridorda yer alan, çok sayıdaki pencereden içeri süzülen ışık olmaktadır. Her ne kadar soğuk, kasvetli, mutsuzluğu çağrıştıran ve göreni çaresizliğe sevk eden bir hastane görüntüsü söz konusu olsa da yoğun gün ışığı mekân açısından umudu ve bir nebze olsun ferahlamayı ifade etmektedir.

Şekil 15. Gösterge 10 - Davutpaşa Kampüsü Alanı İçerisindeki Müzenin Üst Kattan Görünüşü



Kaynak: Sabri Bakış kişisel arşiv

Tablo 10. Gösterge 10 Çözümlemesi

Görüntüsel Gösterge		
Gösterenler	**Gösterilenler**	
	Düz anlamlar	**Yan anlamlar**
Duvar döşemeleri	Mekân unsuru	Renkli, keyif veren mekân izlenimi
Geniş alan	Mekân	Ferah, rahat hareket özgürlüğü sunan alan

Dijital araçlar	Eşya	Teknolojik, modern mekân hissi
Beyaz renk	Mekân unsuru	Ferah ve aydınlık mekân izlenimi
Mekan yerleşimi	Mekân	Modern ve yenilikçi bir yaşam alanı tasarımı

Gösterge 10'da yer alan ve Yıldız Teknik Üniversitesi Davutpaşa Kampüsü sınırları içerisinde bulunan müze, üniversitenin geçmişini binalardan, mekanlardan ve tarihi eserlerden arındırılmış bir biçimde, bağımsız olarak ve tek seferde görenlere sunma potansiyeli taşımaktadır. Üniversitenin Davutpaşa Kampüsü'nde sıklıkla rastlanan kasvetli, boğucu ve negatif izlenim uyandıran imgeler, müze ortamı ile birlikte ortadan kalmaktadır.

Temel olarak müze, renkli eşyalar, beyaz renk ağırlığı ve taş, beton ile mermer unsurlardan arındırılmış görünümü neticesinde, gören üzerinde, gösteren olarak pozitif bir etki yaratmaktadır. Yer ve duvar döşemelerinin yanı sıra duvardaki unsurların, merdiven kenarlarının ve genel olarak eşyaların renkli bir biçimde müze içerisinde yerleştirilmiş olması, geniş alan yaratımı ile birlikte ziyaretçileri ve mekânın fotoğrafını görenleri olumlu düşünmeye sevk etmektedir. Bunun da ötesinde, ortaya çıkan renkli imgeler ve mekân görseli, gören için keyifli bir ortamda bulunulduğu havasını da yaratmaktadır.

Son olarak bakıldığında ise müzenin içerisinde bulunan dijital araç-gereçlerin varlığı, çok büyük ölçüde tarihi unsurları ve buna bağlı olarak ortaya çıkan tarihi kimliği ile göz önünde olan Yıldız Teknik Üniversitesi'nin bugün ve gelecek anlayışı ile yakından ilintili olarak dikkati çekmektedir. Özellikle Davutpaşa Kampüsü'nde yoğun olarak dikkati çeken olumsuz, kasvetli, moral bozucu ve hüzün odaklı mekân niteliği, göreceli olarak müzenin sahip olduğu pozitif nitelik ile gösteren için gören açısından ortadan kalkmaktadır.

6. SONUÇ

Göstergebilim kavramı hayatın hemen her alanında varlığını hissettirse de çok daha büyük ölçüde görsel sanatlar açısından ve görsel olarak karşılaşılan hususlar dahilinde ele alınan bir noktadadır. Fakat araştırmacılar, göstergebilimle ilintili olarak hayatın her alanında ve anında dikkati çekebilecek türden imgenin, söylemin ve davranışın incelemesini gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar. Bu şekilde, temel amaç, insanın hayatına dair olan tüm görsel de yazılı unsurları, bireyden bireye fark yaratsa dahi zihinlerde canlandırdığı imgelerin ne anlam ifade ettiğinin anlaşılmasıdır. Her ne kadar tam anlamıyla bir imgenin ne ifade ettiğine dair hususların belirlenmesi kolay olmasa da araştırmacılar için karşılaştıkları hemen her unsur, onlar açısından açıklanmaya değer bir niteliğe sahiptir.

Taşıdığı nitelik açısından, açıklayıcılığı güçlü ve etkin olan göstergebilim, kurumsal yaşam içerisinde de birçok farklı unsuru insanların gözünün önüne getirmektedir. Özellikle son yıllarda kurumların pazarlama açısından birçok farklı unsuru sürecin içerisinde katmak suretiyle kendilerini, ürünlerini, hizmetlerini ve markalarını tanıtmak konusunda yoğun bir çaba sarf ettikleri görülmektedir.

Fakat, belki de şirketler açısından pazarlama konusunda en önemli hususların başında kendilerini kurumsal olarak insanların zihninde tutunduracak cinsten unsurları ön plana çıkarmak gelmektedir. Bu nedenle, gelişen teknoloji ve yaşam şartlarının da etkisiyle birlikte şirketler birçok farklı alanda, yenilikçi uygulamalarla, kendileri için kalıcı ve güçlü bir kurumsal kimlik yaratmaya çabalamaktadırlar. Kurumsal bakımdan ele alındığında, göstergebilim, şirketler açısından birincil uygulama ve çalışma alanı olmasa da giderek çok daha fazla şirket bu disiplinin sağladığı imkanlar, araştırma yöntemleri ve ortaya çıkardı bulgular ekseninde kurumsal kimliklerine nasıl şekil verebileceklerine dair düşünmektedirler.

Araştırmanın dördüncü bölümünde yer alan ve Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Yıldız ve Davutpaşa kampüslerinin göstergebilim açısından incelenerek kurumsal kimlik açısından yarattığı etkilerinin incelendiği çalışmada, bulguların ortaya koymuş olduğu tablo, kurumsal kimlik açısından iki kampüsün de farklı görüntüler ve izlenimler yarattığı yönündedir. Bunlardan önce ise her iki kampüsün göstergebilim açısından incelenmesi sonucunda ortaya çıkan görüntü, üniversitenin özellikle tarihi anlamda sahip olduğu kimliğin korunduğu ve bunun, üniversitenin, geçmişin bir yadigarı olarak nostaljik bir niteliğinin bulunduğuna işaret etmektedir.

Göstergebilim açısından incelendiğinde, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin her iki incelenen kampüsünde de göstergelerin gören için tarihle bütünleşik bir mekân algısı ortaya koyduğunu fark etmek mümkündür. Özellikle, Yıldız kampüsü içerisinde yer alan köşk ve çevresindeki bakir alan simgesel anlamda tarihle ve el değmemiş doğa ile bütünleşik bir ortama işaret etmektedir. Bu haliyle üniversite, göstergebilim açısından, kendisini görenler nezdinde tarihle bütünleşik ve nostalji odaklı bir kimliğe sahip olmak suretiyle varlığını sürdürürken bu tarihi kimliği gösteren vasıtasıyla onu görenler için pozitif bir görüntü ve düşüncede ortaya çıkmasına vesile olmaktadır. Öte yandan, üniversitenin her iki kampüsünde söz konusu olan tarihi binaların yaşatılması ve görsel olarak restorasyonla niteliklerinin korunması, mekânı gören ve ziyaret edenler için yine okul açısından pozitif bir niteliğin oluşmasını mümkün kılmaktadır.

Bu genel görünüm kurumsal kimlik açısından değerlendirilecek olursa, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Türkiye'nin en köklü ve en eski üniversitelerinden biri olduğuna dair tarihi anlamda ortaya koymuş olduğu misyon ve görüntü fiziki ortamla eşleşmektedir ve kurumsal kimliğim gerçekçi bir şekilde kamuoyuna ve görenlere sunulmasını mümkün kılmaktadır. Bunun ötesinde, üniversitenin doğa ile bütünleşik yapısını özellikle Yıldız kampüsü özelinde koruyor olması da son yıllarda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin çok fazla ön plana çıkardığı doğaya saygılı olma temasının üniversite açısından kabul gördüğünü ve uygulandığını ortaya koymaktadır. Bu haliyle, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin tarihte ve doğayla bütünleşik kurum ve çalışma ortamı görüntüsü fiziki anlamda karşılığını bulmak suretiyle kurumsal kimliği geçerli ve güçlü kılmaktadır.

Araştırma bulguları iki kampüsün farklı durumları açısından değerlendirildiğinde Yıldız ve Davutpaşa kampüslerinin birbirlerinden farklı nitelikleri ile birbirlerinden farklı kurumsal kimlik etkileri olduğunu düşünmek mümkündür. Öncelikli olarak Yıldız Kampüsü, Yıldız Teknik Üniversitesi için tarihsel kimliğini koruma ve doğa ile bütünleşik bir eğitim ve yönetim ortamı yaratma konusundaki kurumsal çabalar açısından daha gerçekçi ve daha somut çıktılar ortaya koymaktadır. Araştırma dahilinde görselleri incelenen köşk, köşk çevresi ve doğal alanlar şeklindeki göstergeler Yıldız kampüsünün makul derecede üniversite kurumsal kimliğine hizmet eden bir niteliğinin var olduğuna işaret etmektedir. Bunun da ötesinde Yıldız kampüsü tarihi nitelik açısından onu görenlere çok daha pozitif ve çok daha çekici bir görüntüsü olmaktadır.

Diğer taraftan, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Yıldız Kampüsü, kampüs alanı içerisinde barındırdığı tarihi mekanları eğitim binalarının mekanlarından ayrı tutmayı başarması ile birlikte tarihi, yaşamı ve eğitimi birbirinden doğru şekilde ayırmış gibi gözükmek suretiyle onu görenler nezdinde pozitif, makul ve nostaljik bir İmge ortaya koymaktadır. Daha da önemlisi, bu görüntü gösterge olarak sunulan imgeleri görenler açısından içine çekildikleri bir ortamın yaratılmasına da vesile olmaktadır. Görüntü olarak eskiyi yaşatan, eskiyi bugünün insanı ile bütünleştiren ve onun etrafında şekillenen doğayı korumak adına çaba sarf eden üniversite Yıldız kampüsünde, üniversitenin tarihsel ve kurumsal kimliğini en doğru şekilde yaşatmayı, korumayı ve görenlere sunmayı başarabilmiştir.

Son olarak Yıldız kampüsü, kurumsal kimlik açısından değerlendirildiğinde, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin tarihi misyonunu ve niteliğini koruyan ve yansıtan bir mekân olmakla birlikte bunun fiziki anlamda gözlemlenebildiği ve somut olarak deneyimlenebildiği bir yer konumundadır. Özellikle köşk binası önemli bir yansıtıcı nitelik taşıyor olsa da üniversitenin kuruluşu sonrasındaki yıllarda ön plana çıktı teknik eğitim niteliğini mühendislik fakültesi binası içerisinde fiziki unsurlarla halen varlığını koruyor olması, gerçek anlamda kurumun tarihsel kimliğini, eğitim anlamındaki hedefini ve tüm bunların korunması adına kurumsal olarak verilen çabayı imgesel bazda ortaya koymaktadır. Tüm bunların ötesinde, Yıldız Kampüsü'nün modern üniversite binalarının betonlaşmış ve doğallıktan uzak niteliğine sahip olmadan, halen

doğal niteliğini koruyabiliyor olması üniversitenin kurumsal kimliğinin gerçek anlamı ile değerlendirilmesine olan aktarılmaktadır.

Konu Davutpaşa Kampüsü açısından değerlendirildiğinde ise Yıldız Kampüsü'nün aksine Yıldız Teknik Üniversitesi'nin kurumsal kimliği açısından daha farklı bir gösterge çözümlemesinin ortaya çıktığını söyleyebiliriz. Tarihi binaların sosyolojik açıdan çözümlemesine bakıldığında Osmanlı İmparatorluğu'nun bürokratik işlemlerinin yürütüldüğü, yönetim disiplinin dikkati çektiği birer mekân olarak algılanmakla birlikte; kampüsün göstergebilim açısından, gösterge eşliğinde görenler için pozitif bir İmge ya da İmge silsilesi ortaya koyduğu söylenebilir. Bu durum, Davutpaşa Kampüsü ile Yıldız Kampüsü arasında, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin kurumsal kimliğinin ortak bir şekilde oluşturulması adına fazla çelişki yaratmadığı düşünülebilmektedir. Bir başka deyişle, Davutpaşa Kampüsü, üniversitenin tarihi eğitimsel kimliğini ve misyonunu fiziki anlamda yansıtıyor olsa bile zamanla oluşan teknolojik gelişmelerin de etkisi ile bu algı değişmiştir.

Davutpaşa Kampüsü'nün Yıldız Kampüsüne göre doğal niteliğinin az, beton niteliğinin yoğun olmasının yanı sıra mekânsal görselliğinin niteliği kampüsü görenler, ziyaret edenler ve içerisinde yaşayanlar için kasvetli bir ortamın oluşmasına sebebiyet vermektedir. Yönetim binası (Taş Bina) içerisinde ki koridorların tasarımına bakıldığı zaman mekanın geniş, uzun ve ferah olması bir yandan huzur ve sükunet diğer yandan ise duygusal bir yalnızlık hissi vermektedir. Böylece Davutpaşa Kampüsü ile Yıldız kampüsü'nün kurumsal kimliği yaratma ve kabul ettirme noktasında tam paralellik gösterdiği söylenemez.

Davutpaşa Kampüsü'nün pozitif olarak algılanması ve üniversitenin bir eğitim Kurumu olarak gelecek odaklı faaliyetlerinin de bulunduğunun anlaşılması adına müze binasının, renkli olması ve dijital unsurlarla bütünleşik niteliği Davutpaşa Kampüsü adına Yıldız Teknik Üniversitesi'nin kurumsal kimliğine pozitif etki edebilecek temel mekânlardan biri olduğu söylenilebilir.

Genel anlamda değerlendirildiğinde, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Yıldız ve Davutpaşa kampüsleri üniversitenin kurumsal kimliği açısından, göstergebilim tahammüllerine göre ele alındığında, üniversitenin tarihi, doğal ve eğitim faaliyetlerini bunlarla bütünleştiren niteliğinin büyük oranda korunduğu görülmektedir. Fakat,

üniversitenin her iki kampüsünde de çoğunlukla tarihi, geçmişi, özlemi ve hüznü hatırlatan türden mekân imgelerinin ön planda olması; kurumsal kimlik açısından pozitif olmakla birlikte duygusal bir atmosferin ön plana çıkarılmasına da sebebiyet vermektedir.

Fakat diğer taraftan ele alındığında ise her iki kampüsün tarihle iç içe olan ve bu tarihi değerlerini koruyan, daha da önemlisi tarihin niteliğiyle bugünün kimliğini bütünleştiren yapısı üniversitenin bu alandaki çabalarının ve faaliyetlerinin yerinde, ölçülü ve kabul gören nitelikte olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun da ötesinde özellikle Yıldız Kampüsü de dikkati çeken doğayla bütünleşik yaşam alanı oluşturma ve bunu koruma çabaları, aynı zamanda geçmişten bu yana gelen doğal yaşamla bütünleşik kimliğin korunması adına yürütülen çalışmalar üniversitenin kurumsal kimliğinin korunması bazında, özellikle genç nesli takdir göstereceği ve pozitif bir gösterge ortaya koyacağı noktadadır.

Bu araştırma içerisinde, Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Yıldız ve Davutpaşa kampüslerinin içerisinde yer alan mekanlara dair elde edilen fotoğraflar eşliğinde, gösterge bilim açısından bir değerlendirme yapılmaya çalışılmıştır. Bu araştırmaya paralel, ilerleyen dönemlerdeki çalışmalar için ortaya konacak iki öneri söz konusudur:

Birinci öneri, iki kampüste ki binaların içlerindeki detayların da çok yoğun bir biçimde fotoğraflanarak göstergebilim ve kurumsal kimlik açısından üniversitenin değerlendirilmesinin sağlanmasıdır. Bu tür bir fotoğraflamanın profesyonel olarak gerçekleştirilmesi ve dönemsel olarak yılın farklı zamanlarında organize edilmesi üniversitenin kurumsal kimliğinin zamana, mekâna ve insana göre nasıl değişiklikler gösterdiğinin analizi açısından faydalı olacaktır.

İkinci öneri olarak sunulabilecek husus ise göstergebilimin kilit unsuru olan bireyin bu süreç ile ilgili olarak konumunun ve etkisinin daha iyi anlaşılabilmesi açısından birinci öneride mevzu bahis olan fotoğraflama süreçlerini ekseninde üniversitenin her iki kampüsünde çalışan, okuyan ve bu kampüsleri ziyaret eden bireylerin gözlerinden ve düşüncelerinden, gösterdiği bilim açısından kurumsal kimlik değerlendirmelerinin gerçekleştirilmesidir.

KAYNAKÇA

Ak, M. (1998). *Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj*. İstanbul: Işıl Ofset.

Akıncı Vural, Z. B. & Erkan, M. (2018). Kurumsal İmajın Güçlendirmesinde Kurumsal Kimliğinin Rolü. *SDÜ İFADE, 1*(1), 9-41.

Arıklı, M. (1074). Science of Semiology: Apply to an Event. *International Review of Management and Marketing, 6*(4), 1074-1079.

Aslan, İ. & Çınar, O. (2010). Bir Aile Şirketinin Kurumsallaşması: Yeniden Yapılandırma ve Varislerin Yönetime Hazırlanması Süreci. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 2*(1), 89-97.

Atay, T. S. & Koç, O. (2021). Kurumsal Liderlik: Nereden Nereye?. *TroyAcademy, 6*(2), 354-378.

Baran, D. (2019). Kurumsal Kimlik Çalışmalarına Eleştirel Bir Bakış. *Sosyal Bilimler Dergisi, 33*(33), 178-192.

Bouzida, F. (2014, Eylül 8-10). *The Semiology Analysis in Media Studies - Roland Barthes Approach* [Tam Metin]. SOCIOINT14- International Conference on Social Sciences and Humanities, s. 1001-1007.

Buşu, O.-V. (2015). Organization's Identity. *European Journal of Business and Social Sciences, 2*(6), 97-102.

Büyükbaykal, G. N. (2005). Günümüzde Kurumsal Kimlik Olgusunun Yeri ve Önemi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, (22), 61-66.

Caday, A. & Mallillin, L. (2023). Organizational Leadership Skills Theory and Practice: A Guide to Management System. *International Journal of Social Science And Human Research, 6*(10), 6297-6308.

Cevher, E. (2014). Kurumsallaşma Küçük İşletmeler İçin Bir Çözüm Müdür Yoksa Yok Olma Nedeni Midir?. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7*(32), 583-593.

Civelek M. & Türkay, O. (2020). Göstergebilimin Kuramsal Açıdan İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Alanya Akademik Bakış, 4*(3), 771-787.

Çekmecelioğlu, H. G. & Dinçel, G. (2014). Çalışanların Kurumsal İtibara İlişkin Algıları ve Bu Algıların Örgütsel Kıvanç, Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini Üzerindeki Etkileri: Doğu Marmara Bölgesi Plastik Ambalaj Sanayi Üzerinde Bir Araştırma. *Business and Economics Research Journal, 5*(2), 79-94.

De Waal (2022). Measuring Organizational Attractiveness. *International Journal of Management and Applied Research, 9*(1), 1-20.

Derin, N. & Demirel, E. T. (2010). Kurum İmajının Kurum Kimliği Açısından Açıklanabilirliği: İnönü Üniversitesi Turgut Özal Tıp Merkezi Örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 13*(2), 155-193.

Dingil, M. & Boydaş, O. (2021). Göstergebilimin Toplumsal Alandaki Analizi. *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, 7*(40), 23-28.

Durmaz, Y. & Açıkgöz, A. (2019). Kurumsallaşmanın Markalaşma Üzerindeki Etkisi ve Diyarbakır Merkezinde Bir Alan Çalışması. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9*(17), 493-510.

Durgun, S. (2010). Örgüt Kültürü ve Örgütsel İletişim. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 3*(2), 112-132.

Erdem, R., Adıgüzel, O. & Kaya, A. (2010). Akademik personelin kurumların ilişkin algıladıkları ve tercih ettikleri örgüt kültürü tipleri. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (36), 73-88.

Gioia, D. A., Schultz, M. & Corley, K. G. (2000). Organizational Identity, Image, and Adaptive Instability. *the Academy of Management Review, 25*(1), 63-81.

Gramigna, R. (2022). Charles W. Morris on truth. Towards a semiotically oriented epistemology. *Estudos Semióticos, 18*(2), 82-105.

Güneş, A. (2013). Göstergebilim Tarihi. *Humanities Sciences, 8*(4), 332-348.

Hatch, M. J. & Schultz, M. (2005). The dynamics of organizational identity. *Comunicação e Sociedade, 8*, 115-139.

Hatipoğlu, G. (2022). *The Relation Between Organizational Prestige and Social Role Identity*. Eric. https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED625354.pdf

Hepkon, Z. & Melewar, T. C. (2003). Kurumsal Kimlik İnşasını Belirleyen Faktörler: Bir Literatür Taraması. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, 2*(4), 175-211.

Jadou, S. H. & Al Ghabra, I. M. M. M. (2021). Barthes' Semiotic Theory and Interpretation of Signs. *International Journal of Research in Social Sciences & Humanities, 11*(3), 470-482.

Kalelioğlu, M. (2021). Göstergebilim Kuramının Genel Bir Değerlendirmesi, Türkiye'deki Yeri ve Önemi. *Söylem Filoloji Dergisi, 6*(1), 189-200.

Karaman, E. (2017). Roland Barthes ve Charles Sanders Peirce'in Göstergebilimsel Yaklaşımlarının Karşılaştırılması. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 9*(2), 25-36.

Kreiner, G. E. & Ashforth, B. E. (2004). Evidence Toward An Expanded Model of Organizational Identification. *Journal of Organizational Behavior*, (27), 1-27.

Meral, P. S. (2011). *Yeni Başlayanlar İçin Kurumsal Kimlik ve Marka*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Mollaoğlu, S. (2023). Göstergebilime İlişkin Lisansüstü Tezlerin İncelenmesi. *Eğitim Bilim ve Araştırma Dergisi, 4*(1), 153-170.

Mukhopadhyay, R. (2023). Enhancing Organizational Communication: Addressing Challenges in Management. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research, 10*(5), 899-906.

Odor, H. O. (2018). Organisational Culture and Dynamics. *Global Journal of Management and Business Research, 18*(1), 22-29.

Öcel, H. (2013). Örgüt Kimliğinin Gücü, Algılanan Örgütsel Prestij ve Kişi-Örgüt Uyumu ile Bağlamsal Performans Arasındaki İlişkiler: Örgütsel Bağlılığın Aracı Rolü. *Türk Psikoloji Dergisi, 28*(71), 37-53.

Özler, H., Özler, D. E. & Gümüştekin, G.E. (2007). Aile İşletmelerinde Nepotizmin Gelişim Evreleri ve Kurumsallaşma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (17), 437-450.

Pulat, A. & Tanyeri, K. (2021). Göstergebilim ve Söylemsel Yapı. *Frankofoni*, (38), 207-222.

Ramadanty, S. & Martinus, H. (2016). Organizational Communication: Communication And Motivation in The Workplace. *HUMANIORA, 7*(1), 77-86.

Ravasi, D. (2016). Organizational Identity, Culture, and Image. Schultz, M., Ashforth, B. E. and Ravasi, D. (Eds.). In *The Oxford Handbook of Organizational Identity* (65-78). Oxford: Oxford University Press.

Rochberg-Halton, E. & Mcmurtrey, K. (1983). The Foundations of Modern Semiotic: Charles Peirce and Charles Morris. *American Journal of Semiotics, 2*(1-2), 129-156.

Sağıroğlu, P. M. & Aysu, G. Ç. (2016). Bütüncül Kurumsal Kimlik Stratejisinde Mimari Tasarımın Önemi. *MEGARON, 11*(3), 423-436.

Satır, D. A. (2012). Kurumsal Kimlik Tasarımı Bağlamında Web Tasarımının Dijitalleşme Sürecinde Kimlik Sorunsalı ve Sürdürülebilirlik. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 2*(2), 46-54.

Sebeok, T. A. (2001). *Signs: n Introduction to Semiotics* (2nd Edition). Toronto: University of Toronto Press.

Tak, B. & Çiftçioğlu, A. (2009). Algılanan örgütsel prestij ile örgütsel bağlılık ve örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişkilerin incelenmesine yönelik bir araştırma. *Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi, 18*, 100-116.

Terzi, H. & Vidinli, M. (2017). Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma: Safranbolu Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama. *Ekonomi İşletme ve Yönetim Dergisi, 1*(1), 44-52.

Uğurlu, C. T., & Arslan, C. (2015). An examination of teachers' organizational identity and their level of trust on school by means of some variables. *Elementary Education Online, 14*(1), 72.

Ulukan, C. (2005). Girişimcilerin ve Profesyonel Yöneticilerin Kurumsallaşma Perspektifi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (2), 29-42.

Uzoamaka, N.-O. P., Chiedozie, F. C. & Eze, O. R. (2024). *International Journal of Business and Management Research, 5*(1), 385-408.

Ünal, M. F. (2016). Göstergebilimin Serüveni. *Mütefekkir, 3*(6), 379-398.

Vedat Çolak, Kişisel Fotoğraf Arşivi (2021)

Yakin, H. S. M. & Totu, A. (2014). The Semiotic Perspectives of Peirce and Saussure: A Brief Comparative Study. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 155*, 4-8.

Yazar, T. & Geçen, F. (2019). Göstergebilim ve Anlam Olgusu: Düşünceyi Görselleştiren Selçuk Demirel'in Metis Defterlerine Yaptığı Resimlere Anlam

Olgusu Penceresinden Bakış. Set Science. https://www.set-science.com/manage/uploads/ISASWINTER-2019(APD)_0085/SETSCI_ISASWINTER-2019(APD)_0085_0053.pdf

Yıldız, K. (2018). The effects of organizational prestige on organizational identification: a case study in primary schools. *European Journal of Education Studies, 4*(7), 275-293.

Yıldız Teknik Üniversitesi (2025a). General Information. Yıldız. https://webarsiv.yildiz.edu.tr/page/ABOUT/HISTORY/76#:~:text=Yildiz%20Technical%20University%20is%20one,in%20the%20country%2C%20as%20well.

Yıldız Teknik Üniversitesi (2025b). Tarihçe. Yıldız. https://www.yildiz.edu.tr/universite/universitemiz/tarihce

Yıldız Teknik (2025c). Kampüsler. Yıldız https://www.yildiz.edu.tr/universite/universitemiz/kampusler

Yılmaz, M. & Saymalı, M. (2013). Göstergebilimsel Yöntem Işığında Otomotiv Firmalarının Amblemlerinin Çözümlenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi, 12*(23), 167-179.