

DİJİTALLEŞEN ARAŞTIRMA ALTYAPILARINDA KURUMSAL İLETİŞİM PRATİKLERİ: TÜRKİYE ULUSAL GÖZLEMEVLERİ¹

CORPORATE COMMUNICATION PRACTICES IN DIGITIZED RESEARCH INFRASTRUCTURES: TURKISH NATIONAL OBSERVATORIES

Mehtap TOPÇUOĞLU KURNAZ

Türkiye Ulusal Gözlemvleri, mehtap.topcuoglu@atatuni.edu.tr

ORCID: 0009-0000-2138-6641

Erzurum, Türkiye

Doç. Dr. Fatih DEĞİRMENCİ

Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü,
f.degirmenci@atauni.edu.tr

ORCID: 0000-0002-5589-3331

Erzurum, Türkiye

ÖZET

Küreselleşme ve dijitalleşme süreçleri, bilimsel bilgi üretiminde ve araştırma altyapılarının işleyişinde köklü dönüşümleri beraberinde getirmektedir. Bu dönüşüm, yalnızca teknik ve teknolojik yatırımlarla sınırlı kalmamakta; aynı zamanda araştırma altyapılarının yönetim anlayışlarını, paydaş ilişkilerini ve kurumsal iletişim pratiklerini de doğrudan etkilemektedir. Özellikle büyük ölçekli ve stratejik öneme sahip araştırma altyapılarında kurumsal iletişim, bilimsel üretimin görünürlüğünü artıran, kurumsal itibarı güçlendiren ve sürdürülebilir iş birliklerinin geliştirilmesine katkı sağlayan temel bir yönetim fonksiyonu haline gelmiştir. Bu çalışma, dijitalleşen araştırma altyapılarında kurumsal iletişim pratiklerini incelemeyi ve Türkiye Ulusal Gözlemvleri örneği üzerinden mevcut yapıyı analiz etmeyi amaçlamaktadır.

¹ Bu çalışma, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı'nda 05.01.2026 tarihinde savunulan "Araştırma Altyapılarında Kurumsal İletişim Yapılanmaları Üzerine Bir Analiz: Türkiye Ulusal Gözlemvleri Örneği" başlıklı Yüksek Lisans Tezi'nden türetilmiştir.

Çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş; içerik analizi ve doküman incelemesi yoluyla Türkiye Ulusal Gözlemleri'nin kurumsal iletişim yapılanması, dijital görünürlüğü ve paydaş ilişkileri değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, söz konusu araştırma altyapısında kurumsal iletişim faaliyetlerinin kurumsal bir yapıdan ziyade parçalı bir biçimde yürütüldüğünü, merkezi bir iletişim biriminin bulunmadığını ve dijital iletişim araçlarının stratejik düzeyde yeterince kullanılmadığını ortaya koymaktadır. Çalışma kapsamında, Türkiye Ulusal Gözlemleri için bütüncül bir kurumsal iletişim modeli önerilmektedir. Önerilen model, iç ve dış iletişimin eşgüdümlü biçimde yönetilmesini, dijital mecraların etkin kullanımını ve kurumsal kimliğin tutarlı bir şekilde yapılandırılmasını esas almaktadır. Bu yönüyle çalışma, dijitalleşme bağlamında araştırma altyapılarında kurumsal iletişimin stratejik bir yönetim alanı olarak ele alınmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal İletişim, Dijitalleşme, Araştırma Altyapıları, Türkiye Ulusal Gözlemleri

ABSTRACT

Globalization and digitalization processes have led to profound transformations in scientific knowledge production and the functioning of research infrastructures. This transformation is not limited to technical and technological investments; it also directly affects management approaches, stakeholder relations, and corporate communication practices of research infrastructures. In large-scale and strategically significant research infrastructures, corporate communication has become a key management function that enhances the visibility of scientific output, strengthens institutional reputation, and supports sustainable collaborations. This study aims to examine corporate communication practices in digitalizing research infrastructures and to analyze the existing structure through the case of Turkey's National Observatories. A qualitative research method was employed, and the corporate communication structure, digital visibility, and stakeholder relations of Turkey's National Observatories were analyzed through content analysis and document review. The findings reveal that corporate communication activities within the observatories are conducted in a fragmented manner rather than through an institutionalized structure, that there is no centralized communication unit, and that digital communication tools are not used strategically at a sufficient level. Based on these findings, the study proposes a holistic corporate communication model for Turkey's National Observatories. The proposed model emphasizes coordinated management of internal and external communication, strategic use of digital media, and consistent construction of corporate identity. In this respect, the study highlights the necessity of addressing corporate communication as a strategic management tool in research infrastructures within the context of digitalization.

Keywords: Corporate communication, Digitalization, Research Infrastructures, Turkey's National Observatories

GİRİŞ

Günümüzde küreselleşme ve dijitalleşmenin etkisiyle kurumlar, yalnızca kendi görev ve sorumluluk alanlarına odaklanarak kalıcı bir başarı elde edememektedir. Değişen toplumsal yapılar, artan paydaş beklentileri ve bilgiye erişimin hızlanması, kurumları kamuoyu ile açık, sürdürülebilir ve güven temelli bir iletişim kurmaya zorlamaktadır. Bilgi çağında etkili iletişim, kurumların yalnızca işlevlerini yerine getirmeleri açısından değil, aynı zamanda uzun vadeli kurumsal itibarlarını koruyabilmeleri açısından da stratejik bir önem taşımaktadır. Bu bağlamda kurumsal iletişim, kurumların hem iç işleyişlerini düzenleyen hem de dış çevreyle olan ilişkilerini yöneten temel bir yönetim aracı olarak öne çıkmaktadır. Dijitalleşme ve küreselleşme, çağımızın en belirleyici iki dinamiği olarak kurumların yapısal ve işlevsel dönüşümünü hızlandırmaktadır. Küreselleşme; sermaye, mal ve hizmetlerin yanı sıra bilgi ve teknolojinin ulusal sınırları aşarak kurumsal faaliyetleri küresel ölçekte yeniden yapılandığı bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Kaygusuz, 2024, s.25). Dijitalleşme ise iletişim teknolojileri ve bilgi sistemlerinin yaygınlaşmasıyla birlikte kurumların hem içsel işleyişlerinde hem de çevreleriyle etkileşimlerinde yeni fırsatlar ve zorluklar ortaya çıkarmaktadır. Bu iki olgu, bilgi ve iletişim teknolojilerinin kurumsal süreçlere entegrasyonunu hızlandırarak örgütlerin küresel rekabet koşullarına uyum sağlamasını zorunlu kılmaktadır (Kaygusuz, 2024, s.27). Dolayısıyla dijitalleşme ve küreselleşme arasındaki etkileşim, kurumsal stratejilerin ve yönetim biçimlerinin yeniden düşünülmesini gerekli hale getirmektedir.

Kurumlar, dijitalleşme ve küreselleşme sürecine uyum sağlayabilmek için yalnızca teknolojik altyapılarını güçlendirmekle yetinmemekte; aynı zamanda kurum içi süreçlerini dönüştürmek ve küresel ölçekte paydaşlarıyla etkileşimlerini artırmak durumunda kalmaktadır. Bu süreç, teknik altyapı yatırımlarının ötesinde, kurumsal öğrenme, örgütsel uyum ve stratejik planlama gereksinimlerini de beraberinde getirmektedir. Bu yönüyle dijitalleşme, yalnızca teknolojik bir dönüşüm değil; kurumların değişen çevresel koşullara uyum sağlama kapasitesini belirleyen bütüncül bir süreçtir. Öte yandan dijitalleşme ve küreselleşme, kurumlar açısından çeşitli riskleri ve belirsizlikleri de beraberinde getirmektedir. Uluslararası rekabetin artması, karar alma süreçlerinde bilgi teknolojilerinin etkin kullanımını zorunlu kılmaktadır (Goloventchik ve Kovalev, 2025). Dijitalleşme süreci, kurumsal kültür ve iletişim modelleri üzerinde de önemli etkiler yaratmakta; kurumlar, dijital ortamlarda faaliyet gösterirken paydaş beklentilerini yönetmek ve kurumsal itibarlarını sürdürebilmek için yeni iletişim stratejileri geliştirmek durumunda kalmaktadır (Kaygusuz, 2024, s.20). Bu bağlamda dijitalleşme ve

küreselleşme, kurumların yalnızca ekonomik performanslarını değil, aynı zamanda örgüt kültürünü, iletişim biçimlerini ve paydaş ilişkilerini dönüştüren çok boyutlu bir süreç olarak değerlendirilebilir.

Kurumsal iletişim, çoğu zaman halkla ilişkiler kavramı ile eş anlamlı biçimde kullanılsa da, kapsamı ve işlevi itibarıyla daha geniş bir alanı ifade etmektedir. Kurumsal iletişim; kurumun vizyon ve misyonunun paydaşlara aktarılması, iç iletişimin güçlendirilmesi, marka değerinin yönetilmesi ve kurumsal itibarın sürdürülmesi gibi çok sayıda işlevi aynı anda yerine getiren bütüncül bir yönetim fonksiyonudur. Bu yönüyle kurumsal iletişim, örgütün tüm yapısını kapsayan sistematik ve stratejik bir yaklaşımı zorunlu kılmaktadır. Kurumsal iletişim ve halkla ilişkiler, örgütlerin paydaşlarıyla kurduğu ilişkilerin yönetiminde birbirini tamamlayan iki temel kavramsal çerçeve olarak ele alınmaktadır. Kurumsal iletişim, kurumun kimliğini, vizyonunu ve stratejik hedeflerini iç ve dış paydaşlara tutarlı bir biçimde aktarmayı amaçlayan bütüncül bir yönetim fonksiyonu iken; halkla ilişkiler, bu sürecin paydaşlarla karşılıklı anlayış ve güven temelinde yürütülmesini sağlayan uygulama boyutunu temsil etmektedir (Cornelissen, 2020). Bu bağlamda halkla ilişkiler, kurumsal iletişimin stratejik çerçevesi içinde konumlanmakta ve kurumun söylem ile eylem bütünlüğünün sağlanmasında önemli bir rol üstlenmektedir.

Halkla ilişkiler literatüründe öne çıkan iki yönlü simetrik iletişim modeli, kurumsal iletişim ile halkla ilişkiler arasındaki ilişkiyi açıklamak açısından kuramsal temel sunmaktadır. Grunig ve Hunt'a (1984) göre etkili halkla ilişkiler, yalnızca kurumun mesajlarını ileten tek yönlü bir süreç değil; paydaşların beklenti ve geri bildirimlerini dikkate alan karşılıklı iletişim sürecidir. Bu yaklaşım, kurumsal iletişimin stratejik karar alma süreçlerine paydaş perspektifini dâhil etmekte; kurumların meşruiyet, güven ve itibar inşa etme kapasitelerini güçlendirmektedir. Dolayısıyla halkla ilişkiler, kurumsal iletişimin normatif ve etik boyutunu destekleyen temel araçlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Dijitalleşme ve ağ toplumunun gelişmesiyle birlikte kurumsal iletişim ve halkla ilişkiler arasındaki etkileşim daha da yoğunlaşmıştır. Sosyal medya, çevrimiçi platformlar ve etkileşimli iletişim araçları, kurumların paydaşlarıyla doğrudan ve anlık iletişim kurmalarını sağlarken; halkla ilişkiler uygulamalarını stratejik iletişim yönetiminin merkezine taşımıştır (Kent ve Taylor, 2016). Bu dönüşüm, kurumsal iletişimin yalnızca mesaj üretimine dayalı bir yapı olmaktan çıkarak, katılımcı ve diyalog temelli bir anlayışa evrilmesine katkı sağlamıştır.

Teknolojik gelişmeler, iletişim araçlarını çeşitlendirerek bilgi akışını çok yönlü hale getirmiş; dikey iletişim modellerinin yerini yatay, çapraz ve ağ temelli iletişim biçimleri

almıştır. Bu durum, kurumlar açısından iletişim süreçlerinin daha stratejik bir bakış açısıyla yönetilmesini gerektirmektedir. Şeffaflık, hız ve güvenilirlik gibi değerler, dijital iletişim ortamlarında kurumsal iletişimin temel ilkelerini oluşturmaktadır. Dijitalleşmenin etkisiyle halkla ilişkiler uygulamaları, geleneksel medya ilişkilerinin ötesine geçerek sosyal medya, çevrimiçi topluluklar ve etkileşimli platformlar aracılığıyla yürütülmeye başlanmıştır. Bu süreçte paydaşlar, yalnızca ileti alıcıları değil; aynı zamanda içerik üreticileri ve yorumlayıcıları haline gelmiştir. Grunig ve Hunt'ın (1984) iki yönlü simetrik iletişim yaklaşımı, bu yeni iletişim ortamında halkla ilişkilerin rolünü açıklamak açısından önemli bir kuramsal çerçeve sunmaktadır.

Kurumsal iletişim açısından teknoloji, kurumsal itibar yönetimi, kriz iletişimi ve kurumsal kimliğin sürdürülebilirliği üzerinde belirleyici etkidedir. Dijital ağlar içinde faaliyet gösteren kurumlar, şeffaflık, hesap verebilirlik ve tutarlılık ilkelerini daha görünür biçimde uygulamaktadır. Kent ve Taylor'a (2016) göre dijital iletişim ortamlarında kurulan diyalog temelli ilişkiler, kurumların meşruiyetini ve toplumsal güven düzeyini doğrudan etkilemektedir. Kurumsal iletişim, aynı zamanda kurum kültürünün inşasında ve kurumsal aidiyetin geliştirilmesinde önemli rol üstlenmektedir. Çalışanların kurumla özdeşleşmesi, stratejik hedefleri içselleştirmesi ve değişim süreçlerine uyum sağlayabilmesi, büyük ölçüde etkili iç iletişim mekanizmalarına bağlıdır. Dış paydaşlar açısından ise kurumsal iletişim, kuruma duyulan güvenin, itibar algısının ve kamuoyunda oluşan kurum imajının temel belirleyicisidir. Sonuç olarak kurumsal iletişim, yalnızca bilgi paylaşımına dayalı bir süreç olarak değil; kurumların stratejik planlamalarının ayrılmaz bir parçası olarak ele alınmalıdır. Etkin bir kurumsal iletişim stratejisi, hem iç hem de dış paydaşlar nezdinde kurumsal bağlılığı artırmakta; aynı zamanda kurumsal itibarı güçlendirerek uzun vadeli başarının sürdürülebilirliğine katkı sunmaktadır. Bu nedenle kurumsal iletişim, modern yönetim anlayışının temel bileşenlerinden biri olarak profesyonel yaklaşımlarla yapılandırılmalıdır.

Türkiye Ulusal Gözlemevlerinin Kurumsal İletişim Yapılanması

Atatürk Üniversitesi Astrofizik Araştırma ve Uygulama Merkezi (ATASAM) ile TÜBİTAK Ulusal Gözlemevi (TUG) işbirliğiyle kurulan "Ortak Araştırma Altyapısı'na (OAA) Türkiye Ulusal Gözlemevleri adı verilmiştir. 6550 Sayılı Araştırma Altyapılarının Desteklenmesine Dair Kanun kapsamında, Atatürk Üniversitesi ile TÜBİTAK arasında bu ortak araştırma altyapısının kurulmasına ilişkin protokol 29 Mart 2022 tarihinde taraflarca imzalanmıştır.

Türkiye Ulusal Gözlemevleri, Araştırma Altyapısı Komisyonu’nun 25 Nisan 2023 tarihli kararıyla beş yıl süreyle yeterlik almış ve bu doğrultuda kamu tüzel kişiliği kazanmıştır. Söz konusu yapı; Erzurum’da yer alan Doğu Anadolu Gözlemevi (DAG) ile Antalya’da bulunan TÜBİTAK Ulusal Gözlemevi (TUG) gibi ülkemizin en büyük iki astronomik gözlemevine ev sahipliği yapmaktadır. Aynı zamanda ulusal düzeyde yürütülen astronomik araştırmaları desteklemeyi ve bu alandaki çalışmaları daha ileriye taşımayı amaçlamaktadır. Türkiye Ulusal Gözlemevleri, sadece ulusal ölçekte değil, uluslararası düzeyde de uzay bilimleri, optik sistemler ve enstrümantal teknolojiler alanlarında öncü araştırmalar gerçekleştirmek üzere yapılandırılmıştır.

Bu bağlamda temel bilimler alanında nitelikli ve rakabet gücü yüksek çalışmalara ev sahipliği yapan, “İleri Araştırma Merkezi” statüsüne sahip ilk ve en büyük araştırma altyapısı olma niteliğini taşımaktadır. **Fiziki Yapı**, Türkiye Ulusal Gözlemevleri, iki ayrı şehirde 4 ayrı işyeri (Erzurum Merkez, Erzurum DAG Yerleşkesi, Antalya Ofis, Antalya TUG Yerleşkesi) tanımıyla, Erzurum ve Antalya’da yer alan gelişmiş ve güçlü alt ve üst yapılarıyla uzay bilimleri ile optik bilimi ve teknolojileri alanında faaliyet göstermektedir.

- a) **Erzurum Yerleşkesi:** Doğu Anadolu Gözlemevi (DAG), Erzurum Merkez Yönetim Binası, Doğu Anadolu Gözlemevi (DAG), Erzurum iline bağlı Konaklı - Karakaya Tepeleri bölgesinde, deniz seviyesinden 3.170 metre yükseklikte konumlanmıştır. Yaklaşık 2.500 dönümlük bir alan üzerine kurulan bu tesis, Türkiye’nin en büyük çaplı teleskobuna (4 metre) ev sahipliği yapmakta ve uluslararası düzeyde gözlemsel astronomi çalışmalarına imkan sağlamaktadır. 2012 yılında yapımına başlanan gözlemevi projesi, halen gelişim sürecini sürdürmektedir. Erzurum yerleşkesi bünyesinde yer alan DAG, Merkez Yönetim Binası ve inşası planlanan Optomekatronik Araştırma Laboratuvarı (OPAL) ile birlikte, Türkiye’nin uzay ve astronomi alanındaki bilimsel kapasitesinin artırılmasına katkı sunmayı amaçlamaktadır.
- b) **Antalya Yerleşkesi:** TÜBİTAK Ulusal Gözlemevi (TUG) ve Antalya Ofis Binası, TÜBİTAK Ulusal Gözlemevi (TUG), Türkiye’nin astronomi alanındaki bilimsel faaliyetlerini desteklemek ve uluslararası düzeyde araştırmalara katkı sunmak amacıyla kurulmuş, önemli bir gözlemsel araştırma merkezidir. Antalya Saklıkent bölgesinde, deniz seviyesinden yaklaşık 2.500 m yükseklikte konumlanan TUG, ülkenin önde gelen astronomik altyapılarından biri olarak dikkat çekmektedir. 1992 yılında başlatılan hazırlık ve inşaa sürecinin ardından, gözlemevi 5 Eylül 1997 tarihinde resmi olarak faaliyete geçmiştir. Modern teleskop sistemleri ve destekleyici teknik altyapısıyla TUG, hem ulusal düzeyde araştırma projelerine ev sahipliği yapmakta hem de küresel ölçekte bilimsel iş birliklerine olanak sağlamaktadır.

Merkezin Amacı, Türkiye'nin 'Milli Uzay Programı' kapsamında belirlenen öncelikli hedeflere katkı sunmak amacıyla; nitelikli bir araştırma altyapısının oluşturulması, uzay bilimleri alanında ulusal ve uluslararası ölçekte bilimsel çalışmalar yürütülmesi ve uzay teknolojileri konularında Ar-Ge faaliyetlerinin desteklenmesi büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda, aynı nitelikli insan kaynağının yetiştirilmesine de katkı sağlanması hedeflenmektedir. Bu amaçlar çerçevesinde:

- Ulusal ve uluslararası araştırmacıların uzay bilimleri alanındaki gözlemsel çalışmalarına uygun ortam ve olanaklar sunulması,
- Uzay teknolojilerine ilişkin optik sistemler ve astronomik cihazlar özelinde aygıtların Ar-Ge kapasitesinin geliştirilmesi,
- Mevcut altyapı kapasitesinin performans odaklı bir yaklaşımla daha etkin hale getirilmesi,
- Bilimsel ve teknik alanlarda uzmanlaşmış insan gücünün yetiştirilmesi,
- Genç nesillerin uzay bilimi ve teknolojilerine yönelik farkındalık düzeyinin yükseltilmesi amaçlanmaktadır.

Vizyon: Uzay bilimleri ile optik bilim ve teknolojilerinde, küresel çapta yenilikçi, rekabetçi ve lider araştırma altyapısı olmak.

Misyon: Uzay bilimleri ile optik bilim ve teknolojilerinde, ulusal çalışmalar yön vererek, uluslararası düzeyde söz sahibi olmak.

Stratejik Amaçlar: Altyapı kapasitesi ve yeteneklerini geliştirmek. Temel araştırma ve ArGe faaliyetleri yapmak, astronomik gözlem faaliyetlerini yürütmek. Uzay Durumsal Farkındalık altyapısı kapasitesini ve yeteneklerini geliştirmek. Faaliyet alanlarında uzman insan kaynağı kapasitesini geliştirmek ve bilim - toplum farkındalığı oluşturmak. Bilimsel işbirlikleri çerçevesinde altyapı olanakları sunmak ve dış destek hizmetleri vermek.

Teşkilat Yapısı: Türkiye Ulusal Gözlemevleri'nin teşkilat yapısı; çeşitli üniversitelerde görev yapan akademisyenler ve ilgili kamu kurum temsilcilerinden oluşan bir Yönetim Kurulu tarafından şekillendirilmektedir. İdari-yönetim yapılanmasında ise; 1 Müdür, 1 İdari Müdür Yardımcısı ve 1 Teknik Müdür Yardımcısından oluşmaktadır.

Yönetim Kurulu ve Görevleri: Türkiye Ulusal Gözlemevlerinin en üst karar oranı olan Yönetim Kurulu, araştırma altyapısının stratejik hedeflerini belirler, kurumsal politikaları onaylar ve faaliyetlerin 6550 sayılı kanun kapsamında yürütülmesini denetler. Yönetim Kurulu, Merkez Müdürü tarafından sunulan raporları değerlendirerek gerekli kararları alır ve altyapının etkin, verimli ve sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesini sağlar. Türkiye Ulusal Gözlemevleri

Ortak Araştırma Altyapısı Yönetim Kurulu (YK), Mart 2025 itibariyle Başkan ve Müdür dahil olmak üzere toplam 8 üyeden oluşmaktadır. Yönetim Kurulu'nda görev alan üyeler, çeşitli üniversiteler de görev yapan öğretim üyeleri ile kamu kurumların da ve özel sektör de görev yapan kişilerden oluşmaktadır.

Müdür ve Görevleri: Merkez müdürü, Yönetim Kurulu tarafından oy çokluğu ile alınan karar doğrultusunda 3 yıl süreyle sözleşmeli olarak görevlendirilir. 6550 Sayılı Araştırma Altyapıları Hakkında Kanun kapsamında tanımlanan görev, yetki ve sorumluluklara sahiptir ve bu görevlerini Yönetim Kurulu'na karşı sorumlu olarak yerine getirir. Stratejik hedeflerin uygulanmasını sağlamak amacıyla Yönetim Kurulu ile sürekli koordinasyon içinde çalışır. Araştırma altyapısında görev alacak araştırmacı, teknisyen ve destek personelinin sayısı, nitelikleri, ücretlendirme ve performans kriterleri gibi konularda değerlendirmeler yaparak Yönetim Kurulu'na bilgi sunar ve gerekli tekliflerde bulunur. Ayrıca altyapının bütçesini hazırlar; eylem planlarını ve faaliyet raporlarını oluşturarak Yönetim Kurulu'nun onayına sunar.

İdari Müdür Yardımcısı: Araştırma Altyapısı'nın satın alma, finans, muhasebe, insan kaynakları ve diğer idari işlemlerini koordine eder, yürütülen süreçlerin kontrolünü sağlar. Bu kapsamda gerekli raporları hazırlayarak Merkez Müdürlüğü'ne sunar. Görev ve sorumlulukları doğrultusunda Müdür'e karşı sorumludur.

Teknik Müdür Yardımcısı: Teknik Müdür Yardımcısı, araştırma altyapısının bilimsel ve teknik kapasitesinin geliştirilmesi ile işletilmesinden sorumludur. Astronomik gözlem ekipleri, optik sistem geliştirme birimleri ve diğer teknik kadrolarla işbirliği içerisinde çalışarak, gözlemevlerinin etkin ve verimli bir şekilde faaliyet göstermesini sağlar. Teleskopların, gözlem sistemlerinin ve diğer elektronik cihazların bakım, kontrol ve modernizasyon süreçlerini planlar ve yürütür.

İnsan Kaynakları Planlaması: Türkiye Ulusal Gözlemevlerinde, 31 Aralık 2024 tarihi itibariyle yönetici, araştırmacı, teknik personel, idari ve destek personelinden oluşan insan kaynağı yapısı aşağıdaki şekilde sınıflandırılmıştır:

- a) **DAG Yerleşkesi (İstihdam Edilen Personel)** Müdür Yrd. ünvanı ile 1 Yönetici, 15 Araştırmacı, 6 Teknik Personel (*Mühendis*), 6 Teknisyen (*Tekniker ve Operatör*), 3 İdari- Mali İşler Personeli, 4 Hizmet Personeli, 2 Aşçı, 9 Güvenlik görev almaktadır.
- b) **DAG Yerleşkesi (Görevlendirmeye Çalışan Personel)** Müdür ünvanı ile 1 Yönetici, 1 Araştırmacı, 1 İdari Personel görev yapmaktadır.

- c) **TUG Yerleşkesi (İstihdam Edilen Personel)**, 7 Araştırmacı, 1 Teknik Personel (*Mühendis*), 5 Teknisyen (*Tekniker ve Operatör*), 4 İdari-Mali İşler Personeli, 3 Hizmet Personeli, 2 Aşçı, 9 Güvenlik görev almaktadır.
- d) **TUG Yerleşkesinde (Görevlendirmeyeyle Çalışan Personel)** Müdür Yrd. ünvanı ile 1 Yönetici, 6 Araştırmacı, 5 Teknisyen (*Mühendis ve Tekniker*), 4 İdari Personel ve 1 Destek Personelinden oluşmaktadır.

DAG Yerleşkesinde bulunan araştırmacı kadrosunun (İstihdam edilen ve görevlendirmeli çalışanlar) 6'sı Doktora, 8'i Yüksek Lisans ve 4'ü Lisans mezuniyetine sahiptir. TUG yerleşkesinin Araştırmacı kadrosunun 7'si Doktora, 6'sı Yüksek Lisans ve 1'i Lisans mezuniyetine sahiptir.

Ayrıca her iki şehirdeki yerleşkelerde, ve lisans ve yüksek lisans öğrencileri eğitimleri süresince kısmi zamanlı olarak; doktora öğrencileri ise bursiyer statüsünde haftanın belirli saatlerinde görev alarak hem kendi akademik gelişimlerine hem de araştırma altyapısının etkinliğine katkı sağlamaktadır.

Kurumsal Kimlik Unsurları: “Kurumsal Kimlik; bir kurumun kullandığı görsel unsurları (logosu, ismi, antetli kağıdı ve kullandığı yazı karakterleri, binasının iç ve dış mimari düzenlemesi, kullandığı renkler, çalışanlarının giyindikleri özel kıyafetlerin şekli, rengi, taşıma araçlarındaki görsel bütünlük vb.), kurum felsefesi ve kurumsal davranıştan (kurumda kabul edilmiş ortak değerler, normlar, amaç ve misyon, yönetim şekli, kurumun çalışanlarına ve paydaşlarına yönelik davranışlarının şekli, çalışanlarının, üretim, yönetim ve hizmet kalitesinin düzeyi vb.) kurumsal iletişime (kurumun iç ve dış iletişim çabalarının tamamı) kadar uzanan, daha önceden planlanmış, bir düzen içinde bir araya getirilmiş unsurlardan oluşan ve stratejik olarak yönetilmesi gereken bir sistemdir” (Elden ve Yeygel, 2006, ss.87-88).

Logolar ve Renkler: Türkiye Ulusal Gözlemevleri'nin hâlihazırda resmi bir logosu bulunmamaktadır. Ancak, kurumsal yazışmalarda kullanılmak üzere, logo tasarımı tamamlanıncaya kadar geçici bir logo benimsenmiştir. Bu kapsamda mavi tonlarda dikdörtgen bir çerçeve içerisinde beyaz zemin üzerinde “Türkiye Ulusal Gözlemevleri” ifadesi mavi renkte yazılarak geçici logo olarak kullanılmaktadır.



Görsel 1: Türkiye Ulusal Gözlemevleri Resmi Yazışmalarda Kullanılan Logo

Kaynak: TRGÖZ 2024 Yılı Faaliyet Raporu

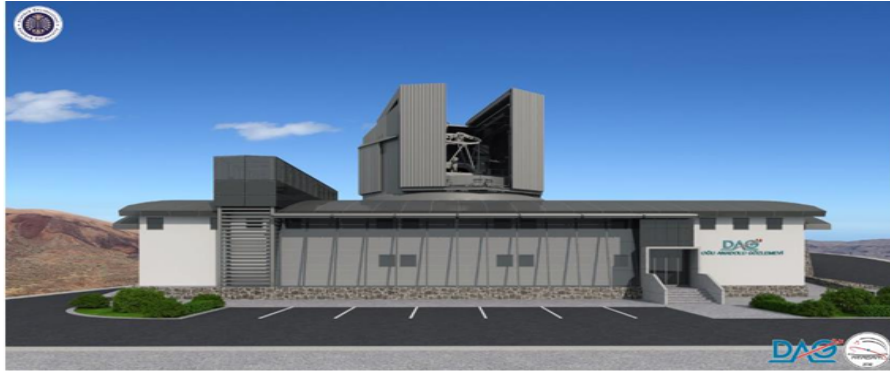
Türkiye Ulusal Gözlemevleri için tasarlanacak logoda, astronomi ve gözlem temalarıyla ilişkili olarak evreni simgeleyen semboller soyut unsurlar yer alabilir. Renk paletinde ise geceyi, yıldızları ve evrenin derinliğini temsil eden koyu mavi ve beyaz tonların kullanılması önerilmektedir.

Sosyal Medya

Instagram: Türkiye Ulusal Gözlemevleri, Şubat 2024 itibariyle “trgozlemevleri” kullanıcı adıyla Instagram platformunda yer almaya başlamıştır. Bu hesap üzerinden kurumun katılım sağladığı fuarlar, gök olaylarına ilişkin bilgilendirmeler, Doğu Anadolu Gözlemevi (DAG) tanıtım videoları, araştırma programları ve staj başvuruları gibi duyurular ile özel günlere ait mesajlar (Yeni Yıl, 10 Kasım, 24 Kasım vb.) düzenli olarak paylaşılmaktadır (trgozlemevleri, 2025).

LinkedIn: Türkiye Ulusal Gözlemevleri, LinkedIn platformunda “Uzay Araştırmaları ve Teknolojisi” sektöründe faaliyet göstermekte olup, Nisan 2025 itibariyle 461 takipçiye sahiptir. Kurumsal LinkedIn hesabı üzerinden; iş başvuruları, staj programlarına ilişkin bilgiler ve güncel duyurular paylaşılmaktadır.

DAG (Doğu Anadolu Gözlemevi)



Görsel 2: DAG (Doğu Anadolu Gözlemevi)

Kaynak: atasam.atauni.edu.tr

Doğu Anadolu Gözlemevi (DAG), Türkiye'nin Doğu Anadolu Bölgesi'nde yer almakta olup, astronomik gözlemler ve bilimsel araştırmalar açısından stratejik öneme sahip bir gözlemevidir. Türkiye'nin astronomi alanındaki altyapısını güçlendirmek ve uluslararası bilim camiasıyla işbirliğini artırmak amacıyla 2013 yılında Erzurum ili Konaklı- Karakaya Tepeleri'nde, deniz seviyesinden 3.170 metre yükseklikte konumlandırılmıştır. Gözlemevi'nin bulunduğu bölge yıldızlar, galaksiler ve evrenin yapısı üzerine yapılan araştırmalar için kritik bir öneme sahiptir. Bu yüksek irtifa, atmosferik kırılma ve ışık kirliliği gibi gözlem kalitesini düşüren çevresel etkenlerin en aza indirgenmesini sağlamaktadır

DAG'ın bulunduğu konum, yalnızca Türkiye için değil; hatta Orta Doğu ve çevre coğrafyalar açısından da bu ölçekteki bir gözlemevi için benzersizdir. Dünya genelinde birçok gözlemevi ışık ve hava kirliliği tehdidi altındayken, DAG'ın bu tür olumsuzluklardan uzak ve elverişli bir bölgede yer alması, uluslararası düzeyde ilgi gören bir araştırma merkezi haline gelmesini sağlamaktadır. DAG Projesi, Kalkınma Bakanlığı ve Atatürk Üniversitesi destekleriyle Atatürk Üniversitesi bünyesindeki Astrofizik Araştırma ve Uygulama Merkezi (ATASAM) tarafından yürütülmektedir. Proje kapsamında, Türkiye'nin en büyük çaplı (4 metre) teleskobunun kurulumu sürdürülmekte olup, bu teleskop hem görsel (VIS) hem de yakın kızılötesi (NIR, <3 micron) boylarında gözlem yapma kapasitesine sahiptir. Gözlemevi, yalnızca teleskopla sınırlı kalmayıp kubbe, enerji sistemleri ve hizmet binaları gibi tüm altyapı ve üst yapı bileşenleriyle modern bir araştırma kompleksi olarak tasarlanmıştır.

DAG Projesi, **üç aşamadan** oluşmaktadır: **1. DAG Ana Projesi** (2012-2019) Gözlemevinin teleskop, kubbe, hizmet binalarının ve altyapısının inşasını kapsamaktadır. **2. Odak Düzlemi Aygıtlar (ODA) Projesi** (2016-2019) Gözlem verilerinin bilimsel olarak analiz

edilebilmesini sağlayacak aygıtların tasarımı, üretimi ve bu amaçla bir optik laboratuvarının kurulmasını içermektedir. **3. Ayna Kaplama Sistemi (AKS) Projesi** (2018-2020) 4 m’ye kadar olan bütün ayna, uzay ve uydu ekipmanlarının kaplanabileceği ileri düzey bir kaplama sisteminin geliştirilmesini amaçlamaktadır. Ayna Kaplama Sistemi’nden (AKS) oluşan AKS Projesi’dir. DAG, Anadolu’nun zirvesinde Erzurum ilinde yer alan ve Türkiye’nin en büyük çaplı kırmızı öte teleskobuna sahip olan ilk gözlemevidir. Bu yönüyle hem ulusal hem de uluslararası astronomi çalışmalarında önemli bir merkez olma yolunda ilerlemektedir (atasam, 2025).



Görsel 3 : DAG (Doğu Anadolu Gözlemevi)

Kaynak: atasam.atauni.edu.tr

TUG (Tübitak Ulusal Gözlemevi) TÜBİTAK Ulusal Gözlemevi’nin (TUG) temelleri 1979 yılında TÜBİTAK bünyesinde kurulan “Uzay Bilimleri Araştırma Ünitesi” ile atılmıştır. Bu birim, 1983 yılında “Ulusal Gözlemevi Yerleşimi Gündümlü Projesi” ne dönüştürülerek, Türkiye’de gökbilimi alanında önemli bir adım atılmıştır. Projenin yürütücülüğü, çeşitli üniversitelerden akademisyenlerin yer aldığı 7 kişilik ekip üstlenmiştir. . Proje kapsamında, Türkiye genelinde 17 dağ astronomik gözlemler için aday olarak belirlenmiş, bunlardan sadece 4’ünde gözlemler başlatılmıştır. Bu yerleşkelerden biri de Antalya’nın Saklıkent bölgesinde, 2.547 metre yükseklikte bulunan Bakırlitepe yerleşkesidir. TÜBİTAK Ulusal Gözlemevi’nin (TUG) resmi açılışı 5 Eylül 1997 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Gözlemevi’nin ilk teleskopu olan 40 cm çapındaki T40 teleskobu ile Ocak 1997’de ilk ışık alınmış, 150 cm çapındaki RTT150 teleskobu ile ise Eylül 2001’de ilk bilimsel gözlemler yapılmaya başlanmıştır (tug.tubitak.gov.tr).



Görsel 4 : TUG (Tübitak Ulusal Gözlemevi)

Kaynak: tubitak.gov.tr

Basında Haberler



Görsel 5: Tübitak Ulusal Gözlemevi

Kaynak: trthaber.com



Görsel 6: Doğu Anadolu Gözlemevi

Kaynak: trthaber.com

Seminer, Çalıştay ve Söyleşi Uzay Hukuku Çalıştayı

14 Mayıs 2024 tarihinde Atatürk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Konferans Salonu'nda gerçekleştirilen Uzay Hukuku Çalıştayı, Türkiye Ulusal Gözlemevleri Yönetim Kurulu Üyesi ve Gözlemevi Müdürü Prof. Dr. Cahit YEŞİLYAPRAK katılımıyla düzenlenmiştir



Görsel 7: Uzay Hukuku Çalıştayı

Kaynak: atauni.edu.tr

Fuar



Görsel 8: SAHA EXPO Fuarı

Kaynak: atasam.atauni.edu.tr

Dış Paydaşlar

Türkiye Ulusal Gözlemevleri, ülkemizin astronomi ve uzay araştırmaları alanındaki uluslararası tanınırlığını arttırmak amacıyla çeşitli küresel iş birlikleri gerçekleştirmektedir. Bu kapsamda, Avrupa Uzay Ajansı (ESA), Uluslararası Astronomi Birliği (IAU) ve diğer önde gelen astronomi kuruluşlarıyla sürdürülen ortak çalışmalar, Türkiye'nin bu alandaki bilimsel etkisini uluslararası ölçekte güçlendirmektedir. Öte yandan, Türkiye'nin uzay bilimlerine yönelik en büyük yatırımlarından biri olan Doğu Anadolu Gözlemevi (DAG), yalnızca gözlemsel çalışmalar için değil, farklı bilimsel disiplinlerdeki Ar-Ge altyapılarının kurulumu açısından da önemli bir merkez konumundadır. Bu durum, DAG'ın güçlü, stratejik ve

sürdürülebilir bir araştırma altyapısı çerçevesinde planlandığını ve bu doğrultuda yapılandığını açıkça ortaya koymaktadır.

- a) **Atatürk Üniversitesi:** Doğu Anadolu Gözlemevi (DAG), hem bir proje hem de bir araştırma geliştirme altyapısı olarak Atatürk Üniversitesi bünyesinde yürütülen stratejik bir yatırımdır. Bu 72 çerçevede, hem idari ve mali süreçlerin yönetimi hem de teknik, altyapı ve üstyapı çalışmalarının yürütülmesi bakımından temel sorumluluk Atatürk Üniversitesi'ne aittir. Finansal açıdan proje, T.C. Strateji ve Bütçe Başkanlığı ile Atatürk Üniversitesi'nin katkılarıyla hayata geçirilmektedir. Bununla birlikte, DAG projesi çeşitli üniversitelerle yapılan işbirlikleriyle de desteklenmektedir. Özellikle ODTÜ, İstanbul Üniversitesi, FMV Işık Üniversitesi gibi kurumlarla yapılan ortak çalışmalar ve zaman zaman akademik proje personeli sağlanması gibi katkılar, DAG'ın çok paydaşlı yapısını güçlendirmektedir.
- b) **Türkiye Uzay Ajansı (TUA):** Türkiye Uzay Ajansı'nın (TUA) sağlayacağı katkılar, Doğu Anadolu Gözlemevi (DAG) Projesi'nin başarısına önemli ölçüde ivme kazandırabilecektir. TUA'nın desteğiyle proje, uluslararası platformlarda daha görünür hale gelebilir ve Türkiye'nin astronomi ile uzay bilimleri alanındaki konumunun güçlenmesine katkı sunabilir. DAG'ın, Milli Uzay Programı kapsamında belirlenen hedefler doğrultusunda, özellikle altyapının güçlendirilmesi yönünde stratejik bir rol üstlenmesi öngörülmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'nin gök bilimsel gözlemler alanında söz sahibi ülkeler arasında yer alması hedeflenmektedir.
- c) **Savunma Sanayi:** Erzurum'da inşası devam eden ve Türkiye'nin 2023 vizyon projeleri arasında yer alan Doğu Anadolu Gözlemevi (DAG) Projesi, Atatürk Üniversitesi Astrofizik Araştırma ve Uygulama Merkezi (ATASAM) tarafından yürütülmektedir. Bu kapsamda, ATASAM ile Uzay Teknolojileri Araştırma Merkezi (UZAY) arasında, DAG Projesi ve savunma sanayii alanlarını da kapsayan bir iş birliği protokolü imzalanmıştır. Protokol, Milli Teknoloji Hamlesi hedeflerine katkı sunmayı amaçlamakta olup, optik sistemler, uzay bilim ve teknolojileri, optoelektronik, savunma sanayii, iletişim, atmosfer araştırmaları, yazılım geliştirme, otomasyon sistemleri, astronomi ve uydu teknolojileri gibi pek çok alanda ortak projelerin hayata geçirilmesini öngörmektedir.
- d) **AELSAN:** Doğu Anadolu Gözlemevi (DAG) Projesi kapsamında AELSAN'ın katkıları da önemli bir yer tutmaktadır. Atatürk Üniversitesi Astrofizik Araştırma ve Uygulama Merkezi (ATASAM) ile AELSAN ekipleri tarafından birlikte tasarlanan ve geliştirilen altyapı ve 73 üstyapılar çerçevesinde, AELSAN'a ait Özel Teleskop Sistemi'nin (ÖTS), DAG yerleşkesine kurulması, işletilmesi ve gözlem faaliyetlerinin yürütülmesini içeren Ar-Ge çalışmalarına

yönelik bir iş birliği protokolü imzalanmıştır. Projenin hayata geçirilmesiyle birlikte, Türkiye üzerinden geçen uyduların tespit edilmesi mümkün hale gelecektir.

- e) **Meteoroloji:** Tarım ve Orman Bakanlığı Meteoroloji Genel Müdürlüğü ile Atatürk Üniversitesi arasında, atmosfer ve meteorolojiyle doğrudan ilişkili alanlarda işbirliğini kapsayan görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda halihazırda devam eden Doğu Anadolu Gözlemevi (DAG) Projesi ile Atatürk Üniversitesi yeni gündeminde yer alan ATA-Test Merkezi, Kutup İstasyonu ve Kutup Teleskobu projeleri üzerine istişarelerde bulunulmuştur. Yapılan idari ve teknik değerlendirmeler yapılmış sonucunda, taraflar arasında iş birliğini resmileştiren bir protokol imzalanmıştır. Protokol doğrultusunda, 3.170 metre rakımda Otomatik Meteoroloji Gözlem İstasyonu (OMGİ) kurulmuş ve bu istasyon üzerinden düzenli veri akışı sağlanmaya başlanmıştır
- f) **Diyanet İşleri Başkanlığı:** Diyanet İşleri Başkanlığı ile Atatürk Üniversitesi arasında imzalanan işbirliği protokolü kapsamında “Ufuk Aydınlanma Vakitlerinin Gözlemsel Yolla İncelenmesi” başlıklı bir çalışma yürütülmektedir. Bu gözlemsel araştırma, özellikle yatsı ve imsak vakitlerinin hassas bir şekilde belirlenmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Söz konusu çalışma, Doğu Anadolu Gözlemevi (DAG) yerleşkesine kurulacak özel bir cihaz aracılığıyla gerçekleştirilecektir.
- g) **TÜBİTAK SAGE:** Atatürk Üniversitesi, farklı kurum ve kuruluşlarla çeşitli alanlarda iş birlikleri geliştirme vizyonu doğrultusunda, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) Savunma Sanayii Araştırma ve Geliştirme Enstitüsü (SAGE) ile ortak çalışmalara yönelik bir protokol imzalamıştır. Bu protokol her iki kurumun mevcut altyapı ve teknik kapasitelerinden en üst düzeyde yararlanılmasını hedeflemekte ve Ar-Ge faaliyetlerine ilişkin mal, hizmet ve danışmanlık hizmeti alımları ile karşılıklı uzmanlık paylaşımını kapsamaktadır. 74 Protokol çerçevesinde, TÜBİTAK SAGE ile Atatürk Üniversitesi Astrofizik Araştırma ve Uygulama Merkezi (ATASAM) arasında özellikle optik sistemler, uzay bilimleri ve teknolojileri, atmosfer araştırmaları, otomasyon sistemleri, fotonik ve optik cihazlar ile yazılım geliştirme alanlarında ortak projeler yürütülmesi planlanmaktadır. Ayrıca, iş birliği çerçevesinde lisansüstü düzeyde akademik çalışmaların gerçekleştirilmesi de öngörülmektedir

SONUÇ/ ÖNERİLER

Dijitalleşme süreci, bilimsel bilgi üretim biçimlerini ve araştırma altyapılarının işleyişini köklü biçimde dönüştürmektedir. Bu dönüşüm, yalnızca teknik ve teknolojik yatırımlarla sınırlı kalmayıp; araştırma altyapılarının yönetim anlayışlarını, paydaşlarla kurdukları ilişkileri ve kurumsal iletişim pratiklerini doğrudan etkilemektedir. Özellikle büyük ölçekli ve stratejik

öneme sahip araştırma altyapılarında kurumsal iletişim, bilimsel üretimin görünürlüğünü artıran, kurumsal itibarı güçlendiren ve sürdürülebilir iş birliklerinin geliştirilmesine katkı sağlayan temel bir yönetim fonksiyonu haline gelmiştir. Bu bağlamda çalışma, dijitalleşen araştırma altyapılarında kurumsal iletişim pratiklerini incelemeyi ve gözlemleri örneği üzerinden bütüncül bir iletişim modeli önermeyi amaçlamaktadır. Dijitalleşme süreciyle birlikte kurumsal iletişim anlayışı da tek yönlü bilgi aktarımına dayalı yapıdan uzaklaşarak, etkileşim ve diyalog temelli bir yaklaşıma evrilmiştir. Bu dönüşüm, özellikle bilimsel kurumların paydaşlarıyla daha şeffaf, katılımcı ve sürdürülebilir ilişkiler kurmasını mümkün kılmakta; kurumsal iletişimi yönetsel karar alma süreçlerinin ayrılmaz bir parçası haline getirmektedir.

Kurumsal iletişim, kurumların hem iç paydaşlarıyla hem de dış çevreleriyle yürüttükleri tüm iletişim süreçlerini kapsayan stratejik bir alan olarak tanımlanmaktadır. İç iletişim; çalışanlar arasında bilgi akışını, katılımı ve kurumsal aidiyet duygusunu güçlendirirken; dış iletişim, kurumun kamuoyu, medya, resmi kuruluşlar, iş ortakları ve toplumla kurduğu ilişkileri yönetmektedir. Etkili bir kurumsal iletişim anlayışı, yalnızca bilginin aktarılmasını değil, kurumun misyonu, vizyonu ve değerlerinin tutarlı bir biçimde yansıtılmasını da hedeflemektedir. Dijitalleşme ile birlikte bu süreçler, web siteleri, sosyal medya platformları ve çevrim içi etkileşim kanalları aracılığıyla daha görünür ve ölçülebilir hale gelmiştir.

Araştırma altyapılarında kurumsal iletişimin etkin biçimde yapılandırılması, yalnızca dış paydaşlara yönelik görünürlüğü artırmakla sınırlı kalmamakta; kurum içi süreçlerde de koordinasyonun güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Özellikle çok disiplinli çalışma ortamlarında, sistematik bir iç iletişim yapısı, ortak kurumsal hedeflerin benimsenmesini kolaylaştırmakta ve çalışan bağlılığını desteklemektedir. Araştırma altyapıları, bilimsel ve teknolojik gelişmenin temel bileşenleri arasında yer almakta ve ülkelerin rekabet gücünü doğrudan etkilemektedir. Küresel ölçekte Almanya, ABD ve Avrupa Birliği ülkeleri, araştırma altyapılarına uzun vadeli ve stratejik yatırımlar yaparak bu yapıları yalnızca teknik donanım açısından değil; yönetim, iletişim ve uluslararası iş birlikleri bakımından da güçlendirmektedir. Almanya'daki Max Planck Enstitüleri, disiplinler arası çalışma kültürü, bilimsel özerklik anlayışı ve güçlü kurumsal iletişim yapısıyla öne çıkan örnekler arasında yer almaktadır. Bu örnekler, araştırma altyapılarının sürdürülebilir başarısının, etkili kurumsal iletişim stratejileriyle doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda dijital iletişim araçlarının stratejik kullanımı, araştırma altyapılarının uluslararası akademik ağlara entegrasyonunu kolaylaştırmakta; bilimsel çıktıların küresel ölçekte daha geniş kitlelere

ulaşmasına imkân tanımaktadır. Kurumsal iletişimin bu yönü, araştırma altyapılarını yalnızca ulusal düzeyde değil, uluslararası rekabet ortamında da görünür kılan önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Türkiye’de 6550 sayılı Araştırma Altyapılarının Desteklenmesine Dair Kanun ile birlikte araştırma altyapılarında önemli bir dönüşüm süreci yaşanmaktadır. Üniversiteler ve kamu kurumları bünyesinde kurulan araştırma merkezleri, belirli alanlarda uzmanlaşarak daha kurumsal ve sistematik yapılara kavuşmuştur. Ancak bu gelişmelere rağmen, birçok araştırma altyapısında kurumsal iletişim birimlerinin bulunmadığı; iletişim faaliyetlerinin çoğunlukla idari personel tarafından, parçalı ve süreklilikten uzak biçimde yürütüldüğü görülmektedir. Bu durum, bilimsel çıktıların kamuoyuna yeterince yansıtılamamasına ve ulusal–uluslararası iş birliklerinin sınırlı kalmasına neden olmaktadır.

Araştırma kapsamında, Türkiye’de faaliyet gösteren araştırma altyapılarının kurumsal iletişim yapıları içerik analizi yöntemiyle incelenmiş; ayrıca yapılandırılmış derinlemesine mülakatlar aracılığıyla mevcut uygulamalar ve sorun alanları değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, araştırma altyapılarının büyük çoğunluğunda kurumsal iletişim biriminin bulunmadığını, kurumsal kimlik kullanımında tutarsızlıklar olduğunu, iç iletişim kanallarının ağırlıklı olarak resmi yazışmalara dayandığını ve dijital iletişim araçlarının etkin biçimde kullanılmadığını ortaya koymaktadır. Bu genel çerçeve içerisinde Türkiye Ulusal Gözlemevleri, çalışma kapsamında ele alınmıştır. Türkiye Ulusal Gözlemevleri bünyesinde yer alan TUG ve DAG teleskopları, astronomi alanında Türkiye’nin en önemli bilimsel altyapıları arasında yer almaktadır. Özellikle DAG projesinin tamamlanmasıyla birlikte Türkiye, Avrupa’daki büyük teleskop projeleriyle rekabet edebilecek bir gözlemsel kapasiteye ulaşmıştır. Buna karşın, gözlemevlerinin kurumsal iletişim yapısının yeterince kurumsallaşmadığı, merkezi bir iletişim biriminin bulunmadığı ve dijital mecralarda sınırlı bir görünürlüğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, sahip olunan ileri düzey teknik kapasite ve bilimsel potansiyele rağmen, gözlemevlerinin kamuoyu ve paydaşlar nezdindeki algısının istenen düzeye ulaşmasını zorlaştırmaktadır. Kurumsal iletişim alanındaki bu eksiklik, bilimsel başarıların yeterince görünür kılınamamasına ve kurumun stratejik konumunun tam olarak değerlendirilememesine yol açmaktadır.

Bu tespitlerden hareketle çalışmada, Türkiye Ulusal Gözlemevleri için bütüncül bir kurumsal iletişim modeli önerilmektedir. Önerilen model; merkezi bir kurumsal iletişim biriminin kurulmasını, iç ve dış iletişimin eşgüdümlü biçimde yönetilmesini ve dijital iletişim araçlarının stratejik olarak kullanılmasını esas almaktadır. Model kapsamında medya ilişkileri,

dijital mecralar, etkinlik ve organizasyon yönetimi, kurum içi iletişim, marka ve kurumsal kimlik gibi alt birimlerin yapılandırılması önerilmektedir. Ayrıca kriz yönetimi planlarının oluşturulması, sosyal sorumluluk projeleriyle kurumsal imajın güçlendirilmesi ve bilimsel faaliyetlerin düzenli olarak kamuoyuyla paylaşılması modelin temel unsurları arasında yer almaktadır. Önerilen kurumsal iletişim modelinin hayata geçirilmesi, Türkiye Ulusal Gözlemleri'nin yalnızca bilimsel üretim kapasitesini değil; aynı zamanda kurumsal kimliğini, kamuoyu algısını ve paydaşlarla kurduğu ilişkilerin niteliğini de güçlendirecektir. Planlı ve sürdürülebilir bir iletişim yapısı, kriz dönemlerinde kurumsal güvenin korunmasına katkı sağlarken, uzun vadede kurumun stratejik hedeflerine ulaşmasını destekleyecektir.

Sonuç olarak, dijitalleşen araştırma altyapılarında kurumsal iletişim, yalnızca destekleyici bir faaliyet değil; bilimsel üretkenliği, kurumsal itibarı ve toplumsal etkiyi doğrudan etkileyen stratejik bir yönetim alanı olarak değerlendirilmelidir. Türkiye Ulusal Gözlemleri için önerilen model, kurumun ulusal ve uluslararası görünürlüğünü artırma, paydaşlarla sürdürülebilir ilişkiler kurma ve bilimsel çalışmaların topluma daha etkin biçimde aktarılmasına katkı sağlama potansiyeline sahiptir. Bu yönüyle çalışma, benzer yapıya sahip diğer araştırma altyapıları için de örnek teşkil edebilecek çerçeve sunmaktadır. Bu çalışma, dijitalleşme bağlamında araştırma altyapılarında kurumsal iletişimin stratejik bir yönetim aracı olarak ele alınmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır.

KAYNAKLAR

Cornelissen, J. (2020). *Corporate communication: A guide to theory and practice* (6th ed.). SAGE Publications.

Elden, M. ve Yeygel, S. (2006). *Kurumsal reklâmın anlattıkları*. Beta Basım Yayım Dağıtım.

Goloventchik, G. G., & Kovalev, M. M. (2025). Digital globalization: Global trends, impact on growth and internationalization of national economies. *RUDN Journal of Economics*, 33(3), 357–381.

Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.

Kaygusuz, İ. (2024). Küreselleşme ve dijitalleşme süreçlerinin kültürel melezleşme eğilimleri üzerindeki etkisi. *Toplum Bilimleri Dergisi / Journal of Social Sciences*, 18(36), 20–38.

Kent, M. L., & Taylor, M. (2016). From homo economicus to homo dialogicus: Rethinking social media use in CSR communication. *Public Relations Review*, 42(1), 60–67.

Atatürk Üniversitesi Astrofizik Araştırma ve Uygulama Merkezi. (2024). *Doğu Anadolu Gözlemevi*. <https://atasam.atauni.edu.tr/dag/> [Erişim Tarihi: 18.10.2024].

TÜBİTAK Ulusal Gözlemevleri (2025). *Kurumsal tarihçe*. <https://tug.tubitak.gov.tr/tr/kurumsal/tarihce> [Erişim Tarihi: 24.02.2025].

TÜBİTAK Ulusal Gözlemevi. (2025). *Türkiye'nin gökyüzüne açılan en büyük penceresi: TÜBİTAK Ulusal Gözlemevi*. <https://www.trthaber.com> [Erişim Tarihi: 24.02.2025].

Atatürk Üniversitesi Hukuk Fakültesi. (2024). *Uzay hukuku çalıştayı*. <https://birimler.atauni.edu.tr> [Erişim Tarihi:24.02.2025].

SAHA Expo. (2025). *SAHA Expo Fuarı etkinlikleri*. <https://atasam.atauni.edu.tr> [Erişim Tarihi:24.02.2025].

Anadolu Ajansı. (2025). *TÜBİTAK ve ATASAM' dan savunma sanayisinde iş birliği*. <https://www.aa.com.tr> [Erişim Tarihi:25.02.2025].

İhlas Haber Ajansı. (2025). *ASELSAN'a ait özel teleskop sistemi DAG yerleşkesinde kurulacak*. <https://www.ih.com.tr> [Erişim Tarihi:25.02.2025]

Meteoroloji Genel Müdürlüğü. (2019). *Atatürk'ün meteoroloji protokolü*.
<https://www.mgm.gov.tr> [Erişim Tarihi:25.02.2025].

Erzurum Olay. (2025). *Savunma sanayisine yönelik iş birliği için imzalar atıldı*.
<https://www.erkurumolay.com> [Erişim Tarihi:25.02.2025].

Türkiye Ulusal Gözlemevleri. (2025). *Resmî web sitesi*.
<https://www.trgozlemevleri.gov.tr> [Erişim Tarihi 10.08.2025].