

ÜNİVERSİTELERDE İÇ PAYDAŞ ÖĞRENCİLERİNİN TOPLUMSAL KATKI UYGULAMALARI (1)

²İŞİL BÜYÜKGEBİZ

³Öcal Usta

Öz

Günümüzde tüm dünyada üniversitelerin eğitim-öğretim, araştırma ve toplum hizmeti olmak üzere üç temel işlev ve sorumluluğunun olması gerektiği kabul edilmektedir. Bu kapsamda toplumsal katkı üniversitelerin önemli işlev ve sorumluluklarından biridir. Toplumsal katkı uygulamaları topluma doğrudan veya dolaylı olarak sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda değer katan ve üniversitenin tüm paydaşlarının etkileşimi ve iş birliği ile gerçekleştirilen uygulamalar olmalıdır. Toplumsal katkı yaklaşım ve uygulamalarında paydaş katılımı önemlidir. Üniversitelerin en önemli iç paydaşları öğrencilerdir. Ayrıca üniversite sosyal sorumluluğu yaklaşımı ile üniversitelerden sosyal sorumluluk bilinci yüksek bireyler yetiştirmeleri de beklenilmektedir. Bu nedenlerle araştırmamızda üniversitelerin iç paydaş öğrencilerinin toplumsal katkı konusunda algı ve düşünceleri belirlenmek amaçlanmış ve elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal katkı, üniversite sosyal sorumluluğu, kurumsal sosyal sorumluluk, sürdürülebilir kalkınma

Abstract

Today, it is accepted worldwide that universities should have three basic functions and responsibilities: Education, research, and community service. Social contribution practices should be practices that add value to society directly or indirectly in line with sustainable development goals and are carried out with the interaction and cooperation of all university stakeholders. Stakeholder participation is important in community contribution approaches and practices. The most important internal stakeholders of universities are

¹ Bu makale yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

²Öğretim Görevlisi, İstanbul Kent Üniversitesi, İİSBF, İşletme Bölümü (Türkçe), E-Mail: isil.buyukgebiz@kent.edu.tr, ORCID: 0009-0004-0684-1473

³Prof. Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Kent Üniversitesi, İİSBF, İşletme Bölümü (Türkçe), E-Mail: ocal.usta@kent.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4334-1513

students. For these reasons, our research aimed to determine the perception and thoughts of the internal stakeholders of universities and students on community contribution, and the obtained results were evaluated.

Keywords: Social contribution, university social responsibility, corporate social responsibility, sustainable development

Giriş

Bilindiği üzere toplumsal katkı Yüksek Öğretim Kurumu Yükseköğretim Kalite Kurulu (YÖKAK) tarafından gerçekleştirilen değerlendirme kapsamındadır. Üniversiteler eğitim-öğretim ve araştırma işlevlerinin yanı sıra gerçekleştirdikleri toplumsal katkı yaratan yaklaşım ve uygulamaları ile de değerlendirilmektedir. Bu nedenle hemen her üniversite çeşitli aktiviteler düzenlemektedir. Ancak toplumsal katkının kavram, içerik ve kapsamı, hem Türkçe hem de yabancı literatürde netleşmiş bir konu değildir. Sıklıkla kurumsal sosyal sorumluluk ile ilişkilendirilse de, farklı bir yaklaşımdır.

Güncel Üniversite Fonksiyonları ve Toplumsal Katkı

Günümüzde tüm dünyada üniversitelerin eğitim-öğretim, araştırma ve toplum hizmeti olmak üzere üç temel işlev ve sorumluluğunun olması gerektiği kabul edilmektedir. Doğal olarak farklı ülkelerdeki üniversiteler bu üç temel işleve değişik nedenlerle farklı ağırlık ve önem vermektedirler. Bu durum tarihi geçmişlerine ve toplumların güncel önemlilik ve ihtiyaçlarına bağlıdır. Hatta aynı ülke içindeki üniversiteler bile bu üç temel fonksiyona farklı önemlilik verebilirler. Ancak her şeye rağmen bu üç temel işlevler, global değişimler ve ülkelerin konjonktürleri de dikkate alınarak, üniversitelerin asal işlevleri arasında kabul edilmektedir.

Yükseköğretim Kanunu'nun 12. Maddesi'nde yükseköğretim kurumlarının görevleri tanımlanmıştır (Yükseköğretim Kanunu, 1981). Kanun'da belirtildiği gibi bunların başında, toplumun ihtiyaçları ve kalkınma planları ilke ve hedeflerine uygun ve

ortaöğretime dayalı çeşitli düzeylerde eğitim-öğretim, bilimsel araştırma, yayım ve danışmanlık yapmak gelmektedir. Bunun yanı sıra üniversiteler, yörelerindeki tarım ve sanayinin gelişmesine ve ihtiyaçlarına katkıda bulunmalı; sanayi, tarım ve sağlık hizmetleri ile diğer hizmetleri ile hizmetlerde modernleşmeyi, üretimde artışı sağlayacak çalışma ve programlar yapmalı, uygulamalı ve yapılanlara katılmalı, bununla ilgili kurumlarla iş birliği yapmalı ve çevre sorunlarına çözüm getirici önerilerde bulunmalıdırlar, (Yükseköğretim Kanunu, 1981). Kısaca, üniversiteler yerel, bölgesel ve ulusal düzeyde toplumla bütünleşerek katkı sağlayacak, değer katacak yaklaşım ve uygulamalar gerçekleştirmelidirler. Toplumsal katkı, toplumsal içerikli bu yaklaşım ve uygulamaların ürünüdür.

Yükseköğretim kurumları bu yaklaşım ve hizmetleri sürdürürken kalite kriterlerini de karşılamalıdırlar. Ülkemizde bu türden hizmet standartlarının belirlenmesi ve üniversitelerin iç ve dış kalite özelliklerini tespit etmek adına çalışan kurum Yükseköğretim Kalite Kurulu'dur. Üniversiteler, eğitim-öğretim ve araştırma işlevlerinde olduğu gibi toplumsal katkı ile ilgili rollerini de bir politika olarak belirlemeli, bu konuda stratejik plan geliştirmeli ve hedefler oluşturmalıdır. Bu aşamada kurum, sahip olduğu bilimsel bilgi potansiyelini, toplum hizmetlerine ne ölçüde ve hangi öncelikte, hangi alanlarda, hangi mekanizma ve araçlarla yansıtacağını planlamalı ve açıklamalıdır. Bu tercih belirlenirken; ulusal, bölgesel veya yerel toplum önceliklerine, öncelikli alanlara (tarım, doğal kaynakların geliştirilmesi, turizm vb.) vurgu yapılmalıdır. Kurum, geliştirdiği stratejik plana uygun olarak bu kapsam çerçevesinde toplumsal katkı politikası ile ilişkili olarak belirlediği strateji ve hedeflerle uyumlu olmak üzere toplumsal katkı uygulamalarını düzenlemeli ve teşvik etmelidir. Toplumsal katkı uygulamalarının hedeflerinin; ihtiyaç analizlerine göre ve beklenen toplumsal katkı çıktıları dikkate alınarak belirlenmesi gerekmektedir. Toplumsal katkı çıktıları, genel ve uygulamalar özelinde belirlenebilir.

Toplumsal katkı çıktıları; yükseköğretim kurumlarının ülkeye, topluma, bölgeye, kültüre ve ekonomiye vb. sağladığı her tür katkı olabilir.

Toplumsal katkı sürecinin değerlendirmesi de önemlidir ve kurumun kalite güvence sisteminin bir parçasıdır. Toplumsal katkı süreçleri değerlendirilirken kurumun toplumsal katkı politika, strateji ve hedeflerinin ve bu hedeflerin nasıl gerçekleştirileceğinin belirlenmiş olması gereklidir. Projelendirilen toplumsal katkı uygulamalarının gerçekleştirilişi izlenmeli, bu faaliyetlerden toplum adına nasıl bir fayda elde edildiği (toplumsal katkı çıktıları), hem nitelik itibarıyla hem de nicelik olarak değerlendirilmelidir. Ulaşılan sonuçların kontrol edilerek ihtiyaç duyulan iyileştirme çalışmalarının yapıldığı bir süreç olarak ele alınmalıdır. Kurum, toplumsal katkı faaliyetlerinin benimsediği toplumsal katkı hedefleri ve stratejileri doğrultusunda yerel, bölgesel ve ulusal kalkınma hedefleriyle uyumunun olduğu kadar BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile de örtüşümünü sağlamalıdır.

Sonuç olarak, Yükseköğretim Kurumu, üniversitelerden yerel, bölgesel, ulusal veya uluslararası toplumsal katkı uygulamalarında liderlik yapabilen bir kurum olmalarını beklemektedir. Toplumsal katkı uygulamaları bir yükseköğretim kurumunun gerçekleştirdiği çok çeşitli toplumsal katkı amaçlı faaliyetleri kapsar. Bunlar hizmet, araştırma ve yayın, toplumsal projeler, sosyal, sportif, sanatsal ve kültürel etkinlikler vb. olabilir. Toplumsal katkı ile ilgili tüm süreçlerin planlanması, uygulanması, izlenerek değerlendirilmesi ve iyileştirme çalışmalarının yapılması bir gerekliliktir.

Üniversiteler ve kuruldukları kentler ile olan etkileşimleri önemlidir. Üniversiteler, topluma sosyal ve kültürel olarak önemli katkıda bulunan eğitim kurumlarıdır. Benzer şekilde ekonomik gelişmeye de katkıda bulunurlar ve yeni iş alanları yaratırlar. Üniversitelerin toplum ile sahip oldukları ve ürettikleri bilgiyi paylaşması, üniversitelerin toplumsal katkılarının temelinde yer alır. Üniversite

öğrencileri, öğretim üye ve elemanları ile diğer çalışanları da aynı kentte yaşarlar ve yaşam sürecindeki aktiviteleri ile de üniversite ve yerel çevre arasındaki bu etkileşime etki ederler.

Ülkemizde de üniversitelerin kentlerinin ve hatta bölgelerinin kalkınması üzerinde önemli etkilerinin olduğu çok iyi ortaya konmuştur (Yavuzçehre, 2016; Sankır ve Sankır, 2017). Sosyal ve ekonomik açıdan geri kalmış şehirlerde ve bölgelerde bu nedenle üniversiteler açılmakta ve kentsel/bölgesel canlanma amaçlanmaktadır. Üniversitelerin kentler üzerindeki katkıları öncelikle ekonomiktir. Üniversitenin açılması ile birlikte bölge sosyal ve kültürel olarak da canlanır, sosyal ve kültürel değişimi hızlanır, yöre halkının yaşam düzeyi artar, gençler sosyal yetenekleri keşfederler.

Üniversiteler ile içinde bulundukları çevre arasında gerçekleşen ve kaçınılmaz olan bu etkileşim spontan olarak gerçekleşebileceği gibi çok çeşitli faaliyetlerle de desteklenerek yönetsel olarak da planlanabilir ve yönetilebilir. İşte bu noktada bazı stratejik yaklaşım ve uygulamalar toplumsal katkı kavramı içinde yer alır. Toplumsal değer üreten bu uygulamaların hareket noktası ise bazen kurumsal sosyal sorumluluk kapsamına girebilir.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Günümüzde hemen hemen tüm iş kollarında yoğun olarak kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) yaklaşım ve uygulamalarını görmekteyiz. Bu konu sadece ticari kurumsal dünyada değil akademik ortamda da değişik vesilelerle tartışılmış; teoriler geliştirilmiş ve araştırmalar gerçekleştirilmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluğu tam olarak açıklayan bir tanım ortaya konamamış veya kurumsal sosyal sorumluluğun gerçekte ne anlama geldiği konusunda fikir birliğine varılamamıştır (Crowther ve Aras, 2008). Carroll (1991) KSS'nin kavramsal olarak dört farklı sorumluluk içerdiğini savunmuştur. Temel sorumluluk kurumun ekonomik sorumluluklarıdır; işletmelere ekonomik olarak toplumdaki temel birim olarak bakılır.

İşletmeler öncelikle tüketicilerin ihtiyaçlarına cevap vermeli; bu doğrultuda ürün ve/veya hizmet sunmalıdırlar. Bunun sonucunda da makul ölçüde ekonomik kâr sağlamaları doğal karşılanmalıdır. Ticari bir kurumun en temel sorumluluğu budur. Diğer sorumluluk ise, yasal/hukuki sorumluluklardır. Aksi düşünilemeyecek bir sorumluluk olup, şirketlerin ekonomik sorumluluklarını yerine getirirken yasalara ve yönetmeliklere uygun davranmaları gerekliliğini; toplumun da bunu beklediğini ifade eder. Bundan sonraki aşamada etik sorumluluklar gelir. Önceki sorumluluklar yerine getirilirken, başta hakkaniyet ve adalet gibi etik değerler önemsenmeli ve dikkate alınmalıdır; toplumun beklentisi yine bu yöndedir. Carroll tüm bu sorumlulukların üstünde gönüllülüğe yer verir. Gönüllü sorumluluk, diğer bir ifade ile, sorumluluk almaya gönüllü olma yaklaşımı, işletmeyi kurumsal vatandaşlık kavramında üst düzeye çıkarır.

Kurumsal sosyal sorumluluk, şirketlerin günlük operasyonlarına ve yönetim sistemlerine entegre ettikleri bir yaklaşımdır. Bu yaklaşımda üç önemli unsure vardır. Birincisi, topluma karşı geliştirdikleri/sahip oldukları sorumluluk bilincidir. Diğer önemli unsur, ticari kurumların sürdürmekte oldukları kurumsal ticari faaliyetlerinin çevre, toplum ve ekonomi üzerindeki etkilerini dikkate almalarıdır. Üçüncü önemli unsur ise, tabii ki farklı paydaş gruplarıyla ilişkileri ve bunu nasıl yönettikleridir. Şirketlerin paydaş ilişkilerinde çokluluk önemlidir. Şirket benimsediği ve sürdürdüğü tek bir faaliyet ile aynı anda birden çok sayıda paydaşın memnuniyetine neden olmalıdır. Şirket tişte bunu amaçlayarak ve buna ulaşmak için sosyal ve çevresel yararlı uygulama ve yaklaşımları, bunu mümkün kılan politika ve stratejileri benimser ve uygular; hepsi birlikte kurumsal sosyal sorumluluğu oluşturur.

Paydaşlar, Freeman'ın (1984) tanımıyla kurumun hedeflerine ulaşmasını etkileyebilen veya bundan etkilenen herhangi bir grup veya bireydir. Paydaşlar dahili veya harici olmak üzere iki grupta değerlendirilirler. Örneğin çalışanlar, tedarikçiler, vb. dahili paydaş

olarak adlandırılırken, müşteriler, hükümetler, yerel topluluklar, gazeteciler, vb. ise harici paydaşlara örnek verilebilir. Mosca ve Civera (2017) ise, kurumsal sosyal sorumluluğu, geleneksel olarak, işletmelerin birden fazla paydaşın çıkarlarına aynı anda hizmet etmek için uyguladığı sosyal ve çevresel faydalarla bağlantılı uygulamaların, politikaların ve stratejilerin toplamı olarak tanımlamaktadır. KSS yaklaşım ve uygulamaları dahili ve harici olarak tüm paydaş gruplarına etkili bir şekilde iletilmelidir (Isenmann, 2006; Basil ve Erlandson, 2008). Bu nedenle, sosyal ve çevresel girişimleri destekleyen kurumlar, farklı paydaş grupları arasında olumlu tepkiler uyandırma gücüne sahiptir (Morsing ve Schultz, 2006).

Ticari işletmeler için geçerli olan KSS yaklaşımı, bu yaklaşımın uygulamaları ve neticeleri yükseköğretim kurumlarına tümüyle uygulanamaz. Şirketlerin ve üniversitelerin sosyal sorumluluğa teorik ve pratik açıdan yaklaşımları farklıdır. Son yıllarda üniversiteler tarafından bu konuda çeşitli uygulamalar hayata geçirilmektedir. Ancak bu faaliyetler toplumsal katkı kapsamında değerlendirilebilir mi? Üniversiteler toplumsal katkı yaklaşım ve uygulamalarının üniversitenin sürdürdüğü tanıtım ve halkla ilişkiler uygulama ve faaliyetlerinden farklılığını nasıl yaşama geçireceklerdir? Konu sadece ulusal düzeyde değil global literatürde de çok yeni ve çözümlenmemiş soruları olan yeni bir konudur.

Diğer taraftan, KSS kavramından farklı olarak üniversite sosyal sorumluluk kavram ve yaklaşımının gereği olarak, üniversitelerden sosyal sorumluluk bilinci yüksek bireyler, yöneticiler ve uygulayıcılar yetiştirmesi de beklenilmektedir. Bu hedef ise, üniversite sosyal sorumluluğu (ÜSS) bilinci ve gereği ile toplumsal katkı yaklaşım ve uygulamalarını içselleştirmiş ve kurumsallaştırmış yönetim anlayışının benimsenmesi, gerekli yapılanmanın kurulması ve işlevsellik kazanması ile mümkündür. Üniversiteler sadece toplumsal katkı yaklaşım ve uygulamalarını planlamak, sürdürmek ve çıktılarını değerlendirmek değil aynı zamanda sosyal sorumluluk

sahibi bireyler yetiştirilmesine de katkı vermelidirler. Üniversitelerin toplumsal katkı kavramsallığına sürdürülebilir katkı verebilmeleri geleceğin yöneticileri de başta olmak üzere toplumun her katmanında yer alacak olan bireyleri bu hassasiyetlerle donatılmış farkındalığı olan bireyler olarak yetiştirerek gerçekleştirebilecektir.

Üniversite Sosyal Sorumluluğu

Modern üniversitelerin öğrenen örgütler olarak sosyal rollerinin süreç içinde değişen eğilimleri, üniversitelerde sosyal sorumluluğun kavramsal çerçevesinin değişimi, kurumsal sosyal sorumluluktan üniversite sosyal sorumluluğuna geçiş ve üniversitelerin diğer kuruluşlar gibi paydaşlarının (mevcut öğrenciler, gelecekteki öğrenciler, destekçiler vb.) beklentilerini karşılamak üzere sosyal sorumluluk stratejisi benimsemesi gereken özel bir kuruluş türü olarak değişim süreci önemli aşamalardır.

Delanty (2001), yükseköğretim kurumlarının toplumsal süreçlere gittikçe artan katılımını vurgulayarak, üniversitelerin modern dünyadaki misyonunun, farklı bir ifade ile üniversitelerin 21. yy'daki temel görevinin kamusal alanda kilit bir aktör haline gelmek olduğunu ve böylece bilginin demokratikleştirilebileceğini ileri sürmüştür. Günümüzde, kültürel değişimlerin ve yeni teknolojilerdeki ilerlemelerin etkisiyle bilginin demokratikleşmesine tanık oluyoruz. Günümüzde bilgi, yalnızca politik açıdan tarafsız akademik araştırmalar yoluyla değil, ticari kuruluşlar ve teknoloji merkezleriyle iş birliği yoluyla da yani birden fazla kaynaktan elde edilebilmektedir.

Bu önemli değişiklikler kültürel ve teknolojik vatandaşlığın artan önemine dikkat çekiyor. Kültürel vatandaşlık, kültürel geleneklerin bir bütün olarak toplum içinde korunması ve yayılması anlamına gelirken, teknolojik vatandaşlık profesyonel topluma, mesleki sistemin taleplerine ve fırsat eşitliğinin genişletilmesine katkıda bulunan bir kavramdır. Üniversiteler, toplum, bilim dalları, uzman

kültürü ve toplumsal söylem arasındaki çok yönlü ve çok çeşitli ilişki ve yeni bağlar kurabilmelidirler. Bunun sonucu olarak üniversitenin işlevlerinin çeşitlenmesi kaçınılmazdır. Modern üniversitelerin temel işlevlerinin öğretim, araştırma, hizmet ve toplumsal eleştiri olduğu da öne sürülmüştür (van der Walt, 2014). Yazara göre üniversitelerin ilk iki işlevi olan öğretim ve araştırma, üniversite için geleneksel fonksiyonlardır. Üniversitelerin diğer hizmetleri olarak sayılan hizmet ve toplumsal eleştiri ise konumuz itibarıyla özellikle ilgi çekicidir.

Üniversiteler tarafından sürdürülen hizmetler iki gruba ayrılabilir. Birinci grup hizmetler, öğretim üyelerine, öğrencilere ve araştırmacılara yönelik iç hizmet olarak adlandırılabilirler. Diğerleri ise dış hizmet olarak adlandırılır ve üniversitelerdeki uzmanlıkların çeşitli dış paydaşlar için kullanılmasıdır. Danışmanlık, hizmet öğretimi, topluluk eylemine dayalı araştırma, toplumu iyileştirme projeleri, kültürel etkinliklere katılım ve sivil hizmetler bu grup içinde yer alırlar (van der Walt, 2014). Üniversitelerin dış hizmetlerinin özelliği topluma dokunan, katkı veren hizmetler oluşlarıdır.

Üniversite sosyal sorumluluğu, sivil bağlılığı ve aktif vatandaşlığı güçlendirme ihtiyacıyla ilgilidir; gönüllülükle, etik yaklaşımla, öğrencileri ve akademik personeli yerel topluluğa sosyal hizmetler sağlamaya desteklemekle veya yerel ve küresel sürdürülebilir kalkınma için ekolojik, çevresel bilinç ve bağlılığı teşvik ederek sivil vatandaşlık duygusunu geliştirmekle de ilgilidir. ÜSS, üniversitelerin sadece iç paydaşların katılımı ile değişik toplum kesimlerine sahip oldukları potansiyel yetkinlikler ile ulaşması değildir. Üniversiteler içinde bulundukları toplum katmanını başta olmak üzere değişik katmanlarda toplumsal katkı verirken bunun yanı sıra bu konuda profesyonellerin ve liderlerin yetiştirilmesi açısından dünyanın geleceği üzerinde doğrudan bir etkiye de sahiptirler. ÜSS kavramı, üniversite tarafından üretilen eğitimsel, bilişsel, işgücü ve çevresel etkilerin sorumlu yönetimi yoluyla

öğrenciler, öğretim üyeleri ve idari çalışanlardan oluşan üniversite topluluğunun performansının etik kalitesine ilişkin bir politika, olarak tanımlamaktadır. Bu tanım oldukça kapsamlı olmasına rağmen yeterli değildir. ÜSS, üniversitenin sürdürülebilir insani gelişmeyi teşvik etmek, geliştirmek ve desteklemek için toplumla etkileşimli bir diyalogdur. Bu kavramın önemi, yükseköğretimin karşı karşıya olduğu akademik özgürlük ve üniversite özerkliği gibi diğer güncel zorluklarla birlikte Uluslararası Üniversiteler Birliği Politika Beyanları'nda da yer almasından da anlaşılabilmektedir (International Association of Universities (IAU), 2022).

Üniversitelerden beklenen toplumsal katkılar hem çok çeşitlidir hem de çok derinliktir. Öncelikle yerel ve bölgesel olmak üzere, ulusal ve uluslararası hizmet sunularak yerelin, toplumun ve insanlığın içinde olduğu, karşı karşıya kaldığı sorunların iyileştirilmesi toplumsal katkı olarak amaçlanmaktadır. Ancak üniversiteler bu düzeyde toplumsal katkı gerçekleştirirken aynı zamanda gerçekleşen sorumlulukların sürdürülebilirliğini de gözetmek zorundadırlar.

Süreç içinde gerçekleştirilen araştırmalar ÜSS'nin, üniversitenin eğitim, araştırma ve sosyal eylemleri ile paydaşlarının eğitimsel gelişiminde ve toplumun yaşam kalitesinin arttırılmasında kritik bir rol oynadığını ortaya koymaktadır (Nuchprasop ve Intarakamhang, 2018; Shaari ve diğerleri, 2018). ÜSS kavramı, bilgi ve hakikat arayışına, yurttaşlık bilincinin geliştirilmesine ve toplumun uzun vadeli gelişimine (sürdürülebilirlik) dayanan KSS ruhunun bir uzantısıdır. ÜSS'nin özü sosyal sorumluluk üstlenmek ve üniversitenin gelecekteki refahı (gelişimi) için bir umut yeri haline gelebilmesidir. Ayrıca ÜSS, yükseköğretim kurumlarının bölgesel ve küresel toplum hizmetlerine, sürdürülebilir ekonomik kalkınmaya, ekolojik, sosyal, çevresel ve teknik toplumsal kalkınmaya dahil olması gerektiğine dair bir inancı da temsil etmektedir (Sanchez vd., 2020; Latif, 2018).

Üniversite sosyal sorumluluğunu KSS'den ayırmak için profesyonel eğitim verebilmenin ne kadar önemli olduğunu anlamak ve kabul etmek gerekir. Yeni bilgi oluşturmak ve bu bilgiyi yaymak, üniversitelerin ana faaliyetleridir. Üniversiteler ve eğitim kurumları “sosyal sorumlu yönetim”e yönlenmişler ve bunu benimsemişlerdir. Üniversiteler toplumun ihtiyaçlarını bir bütün olarak değerlendirebilmeli ve sorunlarına çözüm üretebilmeli, refahına, sosyal ve insani gelişimine katkıda bulunmalıdırlar (Muijen, 2004b). Üniversite kurumlarının yönetim organlarında sosyal sorumlulukta paydaş yaklaşımını yönetime dahil etmek için gerekli değişikliklerin gerçekleştirilmesi de önemlidir.

Araştırmanın Konusu ve Amacı

Üniversiteler tarafından gerçekleştirilen aktivitelerin konu, içerik ve kapsamlarına bakıldığında kimi aktivite ve uygulamaların sosyal sorumluluk ve/veya halkla ilişkiler kapsamı içinde değerlendirilebileceği, toplumsal katkı yaklaşım ve uygulaması olarak kabul edilemeyeceği ileri sürülmektedir (Güleç ve Demir, 2023). Toplumsal katkı uygulamaları, topluma doğrudan veya dolaylı olarak sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda değer katan ve üniversitenin tüm paydaşlarının etkileşimi ve iş birliği ile gerçekleştirilen uygulamalar olmalıdır. İşte bütün bu nedenlerle üniversitelerin en önemli iç paydaşı olan öğrencilerin üniversitelere görev ve sorumluluk olarak verilen toplumsal katkı ile ilgili algıları, duygu-düşünce ve deneyimleri araştırılmak istenmiştir. Kısaca araştırmamızın konusu, üniversitelerin iç paydaşı olan öğrencilerinin toplumsal katkı algı, bilgi ve uygulamaları olup; amacı ise öncelikle öğrencilerin üniversitelerin önemli fonksiyonlarından biri olan toplumsal katkı ile ilgili algı, duygu ve düşüncelerini belirlemektir. Bu nedenle, öğrencilerin toplumsal katkı kavramı, kapsamı, amaçları, öncelikleri, bireysel kazanımları ile ilgili düşünceleri, konu ile ilgili deneyimleri, sorgulanmış ve bilimsel gerçekler olarak ortaya konmaya çalışılmıştır.

YÖNTEM

Araştırma Evreni ve Örneklemi

Bu araştırmanın evrenini, yükseköğretim kurumlarında okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini üç vakıf üniversitesinin (İstanbul Kent Üniversitesi, Sanko Üniversitesi ve Demiroğlu Bilim Üniversitesi) öğrencilerinden oluşturulmuştur. Araştırmamızda amacımız doğrultusunda bir veri toplama yöntemi olan elverişli örnekleme yöntemi (kolayda örnekleme) kullanılmıştır. Bu yöntem ile adı geçen üniversitelerin üç ve daha üst sınıflarında eğitim görmekte olan öğrencilere ulaşılarak gönüllü olmaları halinde araştırmaya katılımları sağlanmıştır.

Veri Toplama Aracının Özellikleri ve Uygulanması

Çalışmada veri toplama aracı olarak altı bölümden oluşan anket formu kullanılmıştır. Anket formunun ilk bölümünde öğrencilerin toplumsal katkı algı, duygu ve düşünceleri 12 önerme cümlesi ile; ikinci bölümünde toplumsal katkı amaç algıları dokuz önerme cümlesi ile; toplumsal katkı uygulamalarında öncelik algıları yedi önerme cümlesi ile; dördüncü bölümde de toplumsal katkı uygulamalarının bireysel kazanımları konusunda algı, duygu ve düşünceleri dokuz önerme cümlesi ile sorgulanmıştır. Anket formunun ilk dört bölümde toplam 37 önerme cümlesi yer almış ve 5’li Likert tipi ölçekleme kullanılmıştır. Anket formundaki son iki bölüm “toplumsal katkı deneyim” ve “toplumsal katkı plan” olarak isimlendirilmiş; öğrencilerin geçmişte toplumsal sosyal sorumluluk faaliyeti ile ilgili deneyimleri ve gelecekte bu konudaki planları sorgulanmıştır. Bu amaçla hazırlanan maddeler soru cümlelerinden oluşmuştur.

Araştırma Ekim 2023 – Kasım 2023 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Öğrencilerin üniversitelerinin toplumsal katkı faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olmaları için bu aktiviteleri deneyimleyecek vakit gereklidir. Bu nedenle araştırmada en az iki yıldan bu yana üniversitede okumakta olan üçüncü ve daha üst

sınıflarda eğitim gören öğrenciler araştırmanın örnekleme dahil edilmiştir. Toplam 1917 öğrenciden konuyla ilgili bilgisi olduğunu belirten 430 (%22,4) öğrenciye anket formu verilmiş, aynı sayıda anket formu öğrenciler tarafından doldurulduktan sonra geri alınmıştır. Ancak 27 anket formu güvenilir bulunmadığı için değerlendirilmeye alınmamıştır.

Veri Analizi

Anket çalışmamızda elde ettiğimiz bilginin nicel verilere dönüştürülmesinden sonra, tanımlayıcı istatistiksel analizleri için, SPSS 26.0 İstatistik Paket Programı kullanılmıştır. Analizin amacı, öğrencilerin toplumsal katkı ve ilgili konularda, anket formunda yer alan önermeleri ne kadar benimsediklerini veya benimsemediklerini ortaya çıkarmak; algı, duygu ve düşüncelerinde yer alan toplumsal katkı özelliklerini detaylı olarak irdelemek ve belirlemektir. Önermelere verilen cevaplar, ortalama, standart sapma ve yüzde şeklinde tanımlayıcı istatistiklerle betimlenmiştir.

BULGULAR

Güvenilirlik Analizi

Araştırmamızda gerçekleştirilen anket uygulaması ile elde edilen verilerin güvenilirliğini test etmek için iç tutarlılık katsayısı olan “Cronbach Alfa” katsayı değeri hesaplanmıştır. Güvenirlik, ölçülmek istenilen özelliğin ne kadar doğru ölçülebildiğidir (Büyüköztürk, 2011). Güvenilirlik, bizim araştırmamızda öğrencilerin ankette yer alan sorulara verdikleri cevaplar arasındaki tutarlılık olarak tanımlanabilir. Araştırmamızda Cronbach Alfa katsayısı değeri 0,849 olarak bulunmuştur. Bu sonuç, araştırmada elde edilen verilerin “Yüksek Güvenilirlik” düzeyinde olduğunu göstermektedir (Tablo 1). Tablo 2’de tüm önerme gruplarının Cronbach Alfa katsayı değerleri topluca görülmektedir.

Tablo 1: Anket formundaki maddelerin
“Cronbach Alfa Katsayısı”

Cronbach Alfa Katsayısı	Madde Sayısı
0.849	47

Tablo 2: Tüm toplumsal katkı önerme gruplarının
“Cronbach Alfa Katsayısı”

Önergeler	Cronbach Alfa Katsayısı	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyon	Madde Çıkarıldığında Cronbach Alpha Değeri
Toplumsal Katkı Tanımlama	0.785		
Toplumsal katkı, üniversitelerin temel fonksiyonlarından biridir.		0.566	0.753
Toplumsal katkı, üniversitelerin stratejik planlama sürecinde yer almalıdır.		0.648	0.749
Toplumsal katkı, üniversitelere rekabet üstünlüğü yaratır.		0.482	0.764
Toplumsal katkı, üniversitelerin genel etkinliğini olumlu etkiler.		0.545	0.758
Toplumsal katkı, üniversitelerin eğitim programlarında (müfredat) yer almalıdır.		0.462	0.765
Toplumsal katkı, üniversitelerin tüm paydaşlarının etkileşim ve işbirliğiyle gerçekleşir.		0.414	0.771
Toplumsal katkı, sosyal sorumluluk uygulamalarıdır.		0.513	0.761
Toplumsal katkı, üniversitenin sürdürülebilir kalkınma doğrultusunda uygulamalarıdır.		0.558	0.756
Toplumsal katkı, üniversitenin itibarını olumlu etkiler.		0.656	0.749
Toplumsal katkı, pazarlama uygulamalarıdır.		0.000	0.815
Toplumsal katkı, öğrencinin üniversite tercihinde etkilidir.		0.272	0.788
Toplumsal katkı, iyi niyetli ama sonuç alınamayan uygulamalardır.		0.219	0.793
Toplumsal Katkı Amaç	0.78		
Toplumsal katkı, eğitim amaçlı olmalıdır.		0.467	0.759
Toplumsal katkı, araştırma amaçlı olmalıdır.		0.619	0.736
Toplumsal katkı, kültür amaçlı olmalıdır.		0.626	0.738
Toplumsal katkı, spor amaçlı olmalıdır.		0.683	0.724
Toplumsal katkı, sağlık amaçlı olmalıdır.		0.481	0.758
Toplumsal katkı, danışmanlık amaçlı olmalıdır.		0.583	0.743
Toplumsal katkı, hizmet amaçlı olmalıdır.		0.113	0.798
Toplumsal katkı, eğlence amaçlı olmalıdır.		0.461	0.766
Toplumsal katkı, pazarlama amaçlı olmalıdır.		0.219	0.795
Toplumsal Katkı Öncelik	0.738		
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik iklim krizi olmalıdır.		0.499	0.696
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik çevre sorunları olmalıdır.		0.613	0.668
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik sosyal dayanışma olmalıdır.		0.532	0.692
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik ekonomik dayanışma olmalıdır.		0.205	0.778
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik engelli yaşam olmalıdır.		0.475	0.702
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik ağaçlandırma olmalıdır.		0.536	0.691
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik yerel ve ulusal kalkınma olmalıdır.		0.422	0.713
Toplumsal Katkı Kazanım	0.839		
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak bireysel gelişim için önemlidir.		0.637	0.818
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak empati yeteneğimizi geliştirir.		0.728	0.808
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak özgüven ve özsaygımızı artırır.		0.591	0.821
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak dikkatimizi dağıtır, zaman kaybedir.		0.220	0.867
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak farkındalığımızı artırır.		0.733	0.808
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak önyargılarımızı değiştirir.		0.675	0.812
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak çevre edinmemizi sağlar.		0.558	0.826
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak toplumsal duyarlılığımızı artırır.		0.713	0.811
Üniversiteler sosyal sorumlu yurttaşlar yetiştirmeyi amaçlamalıdır.		0.308	0.846

Tanımlayıcı İstatistiksel Analiz Bulguları

1.) Toplumsal Katkı Tanımlama Grubu

Araştırma kapsamında öğrencilerin toplumsal katkı ile ilgili olmak üzere sahip oldukları algı, duygu, düşünce ve bilgi niteliklerinin irdelenmesini amaçlayan ilk 12 maddeye verdikleri cevapların ortalama değerleri $2,93 \pm 0,79$ ile $4,39 \pm 0,80$ arasında değişmektedir (Tablo 3).

Tablo 3: Toplumsal katkı tanımlama grubu önermeleri
Ortalama ve standart sapma değerleri

Önermeler	Sayı	Ortalama	Std. Sapma
Toplumsal katkı, üniversitelerin temel fonksiyonlarından biridir.	403	3.9653	1.02641
Toplumsal katkı, üniversitelerin genel etkinliğini olumlu etkiler.	403	3.8536	0.87298
Toplumsal katkı, üniversitelerin stratejik planlama sürecinde yer almalıdır.	403	4.0447	0.84228
Toplumsal katkı, üniversitelerin tüm paydaşlarının etkileşim ve işbirliğiyle gerçekleşir.	403	4.3945	0.80153
Toplumsal katkı, üniversitelere rekabet üstünlüğü yaratır.	403	3.9132	0.91690
Toplumsal katkı, üniversitenin itibarını olumlu etkiler.	403	4.3002	0.79905
Toplumsal katkı, öğrencinin üniversite tercihinde etkilidir.	403	3.5062	1.11160
Toplumsal katkı, üniversitenin sürdürülebilir kalkınma doğrultusunda uygulamalarıdır.	403	4.0074	0.90463
Toplumsal katkı, sosyal sorumluluk uygulamalarıdır.	403	4.2308	0.86608
Toplumsal katkı, pazarlama uygulamalarıdır.	403	2.9330	1.06410
Toplumsal katkı, üniversitelerin eğitim programlarında (müfredat) yer almalıdır.	403	4.0993	0.96458
Toplumsal katkı, iyi niyetli ama sonuç alınamayan uygulamalarıdır.	403	3.9305	1.06745

“Toplumsal katkı, üniversitelerin tüm paydaşlarının etkileşim ve iş birliğiyle gerçekleşir.” önermesinin $4,39 \pm 0,80$ ortalama ile en yüksek değere sahip olduğu görülmektedir. “Toplumsal katkı, pazarlama uygulamalarıdır.” önermesi ise, $2,93 \pm 1,06$ ortalama ile en düşük değere sahiptir (Tablo 3). Tablo 4’de ise bu grup önermelerin frekans ve yüzde değerleri görülmektedir.

Tablo 4: Toplumsal katkı tanımlama grubu önermeleri
Frekans ve yüzde değerleri

Önermeler	Katılıyorum		Katılmıyorum	
	n	%	n	%
Toplumsal Katkı Tanımlama Grubu Önermeleri				
Toplumsal katkı, üniversitelerin temel fonksiyonlarından biridir	307	76.2	42	10.4
Toplumsal katkı, üniversitelerin stratejik planlama sürecinde yer almalıdır	309	76.7	17	4.2
Toplumsal katkı, üniversitelere rekabet üstünlüğü yaratır	295	73.2	31	7.7
Toplumsal katkı, üniversitenin genel etkinliğini olumlu etkiler	282	70	27	6.7
Toplumsal katkı, üniversitelerin eğitim programlarında (müfredat) yer almalıdır	323	80.2	28	6.9
Toplumsal katkı, tüm paydaşlarının etkileşim ve işbirliği ile gerçekleşir.	358	88.8	12	8.2
Toplumsal katkı, sosyal sorumluluk uygulamalarıdır	340	84.4	17	4.2
Toplumsal katkı, sürdürülebilir kalkınma doğrultusunda uygulamalarıdır	301	74.7	20	4.9
Toplumsal katkı, üniversitenin itibarını olumlu etkiler	360	89.4	17	4.2
Toplumsal katkı, pazarlama uygulamalarıdır	122	30.3	137	34
Toplumsal katkı, öğrencinin üniversite tercihinde etkilidir	213	52.9	75	18.6
Toplumsal katkı, iyi niyetli ama sonuç alınamayan uygulamalarıdır	46	11.4	299	74.2

2.) Toplumsal Katkı Amaç Grubu

Öğrencilerin toplumsal katkının amaçları konusunda algı, bilgi ve düşüncelerinin açığa çıkarılması amaçlanarak hazırlanan dokuz önermenin ortalamaları $2,61 \pm 1,32$ ile $4,41 \pm 0,76$ arasında değişmiştir. “Toplumsal katkı, hizmet amaçlı olmalıdır.” önermesinin $4,41 \pm 0,76$ ortalama ile en yüksek değere sahip olduğu görülmüştür. “Toplumsal katkı, eğlence amaçlı olmalıdır.” önermesi ise $2,61 \pm 1,32$ ortalama ile en düşük değere sahiptir (Tablo 5). Tablo 6’da ise bu grup önermelerin frekans ve yüzde değerleri görülmektedir.

Tablo 5: Toplumsal katkı amaç grubu önermeleri
Ortalama ve standart Sapma değerleri

Önermeler	Sayı	Ortalama	Std. Sapma
Toplumsal katkı, eğitim amaçlı olmalıdır.	403	3.9504	0.83608
Toplumsal katkı, araştırma amaçlı olmalıdır.	403	3.4342	0.97609
Toplumsal katkı, kültür amaçlı olmalıdır.	403	3.6005	0.88756
Toplumsal katkı, spor amaçlı olmalıdır.	403	3.1166	1.05745
Toplumsal katkı, sağlık amaçlı olmalıdır.	403	3.8759	0.80390
Toplumsal katkı, danışmanlık amaçlı olmalıdır.	403	3.4988	0.92067
Toplumsal katkı, hizmet amaçlı olmalıdır.	403	4.4144	0.76587
Toplumsal katkı, eğlence amaçlı olmalıdır.	403	2.6179	1.32255
Toplumsal katkı, pazarlama amaçlı olmalıdır.	403	3.0993	1.04623

Tablo 6: Toplumsal katkı amaç grubu önermeleri

Frekans ve Yüzde değerleri

Önermeler	Katılıyorum		Katılmıyorum	
	n	%	n	%
Toplumsal Katkı Amaç Grubu Önermeleri				
Toplumsal katkı, eğitim amaçlı olmalıdır	322	79.9	26	6.5
Toplumsal katkı, araştırma amaçlı olmalıdır	199	49.4	68	16.9
Toplumsal katkı, kültür amaçlı olmalıdır	225	55.8	36	8.9
Toplumsal katkı, spor amaçlı olmalıdır	139	34.5	115	28.6
Toplumsal katkı, sağlık amaçlı olmalıdır	307	76.2	22	5.5
Toplumsal katkı, danışmanlık amaçlı olmalıdır	212	52.6	52	12.9
Toplumsal katkı, hizmet amaçlı olmalıdır	355	88.1	9	2.2
Toplumsal katkı, eğlence amaçlı olmalıdır	118	29.3	209	51.9
Toplumsal katkı, pazarlama amaçlı olmalıdır	154	38.2	123	28

3.) Toplumsal Katkı Öncelik Grubu

Öğrencilerin toplumsal katkının öncelikleri ile ilgili algı, düşünce ve bilgileri de yedi önerme cümlesi öğrenilmek istenmiştir. Toplumsal katkının öncelikleri ile ilgili önermelerin ortalamaları $3,23 \pm 1,11$ ile $4,25 \pm 0,80$ arasında değişmiştir. “Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik yerel ve ulusal kalkınma olmalıdır.” önermesinin $4,25 \pm 0,80$ ortalama ile en yüksek değere sahip olduğu

görülmüştür. “Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik ekonomik dayanışma olmalıdır.” önermesi ise $3,23 \pm 1,11$ ortalama ile en düşük değere sahiptir.

Diğer taraftan “Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik sosyal dayanışma olmalıdır.” önermemizin ortalamasının $4,14 \pm 0,76$ olması, buna karşın “Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik ekonomik dayanışma olmalıdır.” önermesinin ortalamasının ise $3,23 \pm 1,11$ olması öğrencilerin toplumsal katkı yaklaşımından ekonomik değil sosyal dayanışma beklentilerini açıkça ortaya koymaktadır (Tablo 7). Tablo 8’de ise bu grup önermelerin frekans ve yüzde değerleri görülmektedir.

Tablo 7: Toplumsal katkı öncelik grubu önermeleri
Ortalama ve standart sapma değerleri

Önermeler	Sayı	Ortalama	Std. Sapma
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik iklim krizi olmalıdır.	403	3.8337	1.03887
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik çevre sorunları olmalıdır.	403	4.0223	0.89052
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik sosyal dayanışma olmalıdır.	403	4.1464	0.76354
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik ekonomik dayanışma olmalıdır.	403	3.2357	1.11369
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik engelli yaşam olmalıdır.	403	3.7270	0.81034
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik ağaçlandırma olmalıdır.	403	3.7742	0.76368
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik yerel ve ulusal kalkınma olmalıdır.	403	4.2556	0.80217

Tablo 8: Toplumsal katkı öncelik grubu önermeleri
Frekans ve yüzde değerleri

Önermeler	Katılıyorum		Katılmıyorum	
	n	%	n	%
Toplumsal Katkı Öncelik Grubu Önermeleri				
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik iklim krizi olmalıdır	279	69.2	48	11.9
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik çevre sorunları olmalıdır	315	78.2	26	6.4
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik sosyal dayanışma olmalıdır	344	85.4	42	2.9
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik ekonomik dayanışma olmalıdır	174	43.2	107	26.6
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik engelli yaşam olmalıdır	258	64	21	5.2
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik ağaçlandırma olmalıdır	276	68.4	17	4.2
Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik yerel ve ulusal kalkınma olmalıdır	352	87.4	14	3.5

4.) Toplumsal Katkı Kazanım Grubu

Araştırmamızın hedef kitlesini oluşturan öğrencilerin, toplumsal katkı faaliyetlerine katılımın olası bireysel kazanımları hakkında ne düşündükleri de sekiz önerme ile sorgulanmıştır. Toplumsal katkı faaliyetlerinin bireysel kazanımları ile ilgili olarak genel algı

ortalamaları $3,85 \pm 1,01$ ile $4,35 \pm 0,71$ arasında değişmektedir. “Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak bireysel gelişim için önemlidir.” önermesinin, $4,35 \pm 0,71$ ortalama ile en yüksek değere sahip olduğu görülmüştür. “Üniversiteler, sosyal sorumlu vatandaşlar yetiştirmeyi amaçlamalıdır” cümlesi ile ifade edilen önermeye öğrencilerin katılımının üst düzeyde ($4,39 \pm 0,80$) gerçekleştirmiş olması dikkat çekici ve yol göstericidir (Tablo 9). Tablo 10’da ise bu grup önermelerin frekans ve yüzde değerleri görülmektedir.

Tablo 9: Toplumsal katkı kazanım grubu önermeleri
Ortalama ve standart sapma değerleri

Önermeler	Sayı	Ortalama	Std. Sapma
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak bireysel gelişim için önemlidir.	403	4.3548	0.71281
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak empati yeteneğimizi geliştirir.	403	4.2854	0.76650
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak özgüven ve özsaygımızı artırır.	403	4.0695	0.99258
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak dikkatimizi dağıtır, zaman kaybedir.	403	4.1762	1.03242
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak farkındalığımızı artırır.	403	4.1811	0.75273
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak önyargılarımızı değiştirir.	403	4.1017	0.80550
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak çevre edinmemizi sağlar.	403	3.8586	1.01596
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak toplumsal duyarlılığımızı artırır.	403	4.2978	0.72666
Üniversiteler sosyal sorumlu yurttaşlar yetiştirmeyi amaçlamalıdır.	403	4,393	0,80224

Tablo 10: Toplumsal katkı kazanım grubu önermeleri
Frekans ve yüzde değerleri

Önermeler	Katılıyor		Katılmıyor	
	n	%	n	%
Toplumsal Katkı Kazanım Grubu Önermeleri				
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak bireysel gelişim için önemlidir	370	91.8	10	2.4
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak empati yeteneğimizi geliştirir	358	88.8	13	3.2
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak özgüven ve özsaygımızı artırır	313	75.2	38	9.4
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak dikkatimizi dağıtır zaman kaybedir	35	8.7	348	86.3
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak farkındalığımızı artırır.”	350	86.8	11	2.7
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak önyargılarımızı değiştirir	327	81.2	15	3.7
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak çevre edinmemizi sağlar	278	69	50	12.4
Toplumsal katkı çalışmalarına katılmak toplumsal duyarlılığımızı artırır	366	90.8	9	2.2
Üniversiteler sosyal sorumlu yurttaşlar yetiştirmeyi amaçlamalıdır	358	88.8	12	3

TARTIŞMA ve ÖNERİLER

1.) Yükseköğretim kurumlarında en az iki yıldan bu yana okumakta olan toplam 1917 öğrenciden 430’u (%22,4) “toplumsal katkı”nın ne olduğu konusunda bilgisi olduğunu ifade ederken, 1487 öğrenci ise,

(%77,6) toplumsal katkı ile ilgili bilgisi olmadığını ifade etmiştir. Oysa ki, toplumsal katkı yükseköğretim kurumlarının tüm paydaşlarının etkileşim ve iş birliği ile gerçekleştirilir. Bu sonucun öngörülebilecek olası nedenleri irdelenmelidir. Olası nedenlerden biri, yükseköğretim kurumunun toplumsal katkı politika ve stratejisinin olmaması, varsa bile bunun tüm paydaşlara iletilmemiş olması, internet sitesinin de bu konuda bilgi içermemesidir. Bir diğeri neden ise, yükseköğretim kurumlarının bu yöndeki çalışmalarının, uygulamalarının, müfredatlarının ve hatta kurumsal yapılanmalarının yetersiz oluşu olarak düşünülebilir. Toplumsal katkı amacıyla gerçekleştirilen eylem ve faaliyetlere öğrencilerin katılım sağlayabilmeleri ve bu alanda proje geliştirebilmeleri ve öneride bulunabilmeleri için gerekli olan toplumsal katkı kurumsal yapılanmasının olmaması varsa bile işlerlik kazanmamış olması da sorumlu olabilir. Yükseköğretim kurumlarının internet sitelerinin sürdürülmekte olan toplumsal katkı faaliyetleri konusunda bilgi içermemesi de öne sürülebilir. Son olarak da yükseköğretim kurumunda bu kapsamda gerçekleştirilen bazı eylemlerin gerçekte toplumsal katkı uygulaması olmayıp, kurumsal halkla ilişkiler veya kurumsal tanıtım faaliyeti kapsamında olması neden olarak öngörülebilir.

2.) Üniversitelerin en önemli iç paydaşı olan öğrencilerinin en az iki yıldan bu yana okumakta oldukları yükseköğretim kurumunda toplumsal katkı felsefesi, yaklaşım ve uygulamaları ile karşılaşmamış olması, karşılaşmış olsalar bile farkındalık geliştirememiş, bu konuda eğitimin öğretime dönüştürülemediği olması düşündürücüdür. ÜSS kavram ve yaklaşımı içinde üniversitelerden sosyal sorumlu yurttaşlar ve geleceğin yöneticilerini yetiştirmeleri beklenmektedir. Üniversitelerin uzun vadede en önemli ve etkin kısaca sürdürülebilir toplumsal katkı yaklaşımı (amacı, stratejisi) bu nitelikte öğrenciler yetiştirmeleridir.

3.) Araştırma evrenimizin temsilcileri olan öğrencilerin, toplumsal katkıyı sosyal sorumlulukla ilişkilendirmeleri dikkat çekicidir.

Toplumsal katkının kavramsal çerçevesi tüm dünyada üzerinde çalışılan bir konudur ve netlik kazanamamıştır (Delanty, 2001; Barnett, 2007; Reiser, 2008; Pachon, 2009 aktaran Giuffre ve Ratto, 2014). Yükseköğretim kurumlarının, toplumsal katkı fonksiyonunu kavramsallaştırırken, toplumsal katkı üniversitelerin kurumsal sosyal sorumlulukları olarak değerlendirilmektedir. Bu değerlendirme yanlış olmamakla birlikte eksiktir; ancak toplumsal katkı ve KSS arasındaki güçlü ilişki nedeniyle kabul görmektedir. Bu kabulde yükseköğretim kurumları da dahil olmak üzere, her düzeyde eğitim kurumlarının günümüzde gittikçe ticari işletmelere, kurumsal örgütlere benzeme eğilimleri de etkilidir. Bu gerçeğin bir tercih mi yoksa bir zaruret mi olduğu da ayrıca tartışılan önemli bir konudur (Vukosovic, 2008; Jonasson, 2008).

4.) Tüm dünya genelinde üniversitelerin, sürdürülebilirlik ve BM sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda yapabilecekleri tartışılmış ve çok sayıda ortak karar alınmıştır (International Association of Universities (IAU), 2001; Bilgili ve Topal, 2021; Kitamura ve Hoshii, 2010; Mitchell, 2011). Üniversiteler üzerlerine düşeni yapmayı taahhüt etmişler, buna da “sürdürülebilir üniversite” yaklaşımı ile başlamışlardır. Çalışmamızda “Toplumsal katkı, üniversitenin sürdürülebilir kalkınma doğrultusunda uygulamalarıdır.” önermesini öğrencilerin %74,7’sinin olumlu görmesi dünyada bu konudaki gelişmelerin ışığında önemlidir.

5.) Öğrenciler, toplamda %73,2 oranında toplumsal katkının üniversiteye rekabet üstünlüğü yaratacağını; %89,4 oranında toplumsal katkının üniversitenin itibarını olumlu etkileyeceğini ve toplumsal katkının %52,9 oranında da öğrencilerin üniversite tercihinde etkili olacağını düşünmektedirler. Pek çok araştırmada benzer sonuçlar elde edilmiştir (Nejati vd., 2011; Karimi, 2013; Sanchez vd., 2013). Toplumsal katkı yaklaşım ve uygulamaları, sadece yükseköğretim kurumlarına değil, tüm kurumsal yapılara rekabet üstünlüğü yaratmaktadır, itibar kazandırmaktadır. Araştırmamızın sonucu literatür ile de desteklenmektedir (Karimi,

2013; Keskin, 2020). Eğitim kurumlarının da günümüzde ticari özelliklerinin ve kaygılarının olduğu; eğitim kurumlarının da ticari işletmeler gibi yönetilmeleri ve davranmaları göz ardı edilemeyecek bir gerçekliktir. Günümüzde büyük-küçük fark etmeksizin her ticari işletme, KSS yaklaşım ve uygulamaları ile anılmak, dikkat çekmek, takdir görmek, saygınlık kazanmak, rekabet üstünlüğü elde etmek ve itibar arttırmak istemektedir (Kotler ve Fox, 1995; Gibbs, 2002; Binsardi ve Ekwulugo, 2003; Kotler ve Keller, 2009).

6.) Çalışmamıza katılan öğrenciler “Üniversiteler sosyal sorumlu yurttaşlar yetiştirmeyi amaçlamalıdır” önermemize toplamda %88,8 oranında “katıldıklarını” hatta %54,6 oranında “kesinlikle katıldıklarını” ifade etmişlerdir. Üniversitelerin, sosyal sorumluluk ve toplumsal katkı konusunda etkilibirer eğitim kurumu olarak yapabilecekleri doğrudan faaliyet ve etkinliklerle sınırlı değildir. Üniversitelerin yapabileceklerini bu bakış açısıyla sınırlamak çok sık bir yaklaşımdır ve önemlilikleri göz ardı edilmiş olur. KSS bilincini, üniversitelere uyguladığımızda üniversitelerin, “üniversite sosyal sorumluluğu” başlığı altında yapabilecekleri çok daha önemlidir. Üniversiteler eğitim kurumları olarak eğitmekte oldukları öğrenciler üzerinde güçlü etkileri olan ve öğrencilerin bireysel gelişimine çok değerli katkıda bulunan çok önemli kurumlardır (Bampton ve MacLagan, 2005; Stephens, vd., 2008).Etkileri, güçlü ve kalıcıdır. Üniversitelerin toplumsal katkı yaklaşımlarına “üniversite sosyal sorumluluğu” açısından bakınca, üniversitelerin bu paralelde doğrudan faaliyetlerinden daha önemli olan yaklaşımları doğrudan olmayan, uzun vadede etkisi yaşanacak olan ve hatta doğrudan sürdürülen yaklaşımlardan daha etkin sonuçlar doğurabilecek olan stratejik eğitim faaliyetidir (Segalas, vd., 2009; Chen, vd., 2018; Latif, 2018; Shaari, 2018). Yükseköğretim kurumları “üniversite sosyal sorumluluğu” kapsamı içinde sosyal duyarlılık bilinci yüksek, bu konuda bilgili ve deneyimli öğrencilerden yola çıkarak yurttaşlar ve hatta geleceği şekillendirecek olan kıymetli yöneticileri de yetiştirmekle

sorumludurlar ve üniversiteler toplumsal katkı kapsamında gerçekleştirecekleri en kalıcı izleri bu yolda bırakacaklardır (Nuchprasop, 2018).

Çalışmada “Toplumsal katkı üniversitelerin eğitim programlarında (müfredat) yer almalıdır” önermesi de sorgulanmıştır. Öğrencilerin %88,2’si katıldıklarını ifade etmişlerdir. Araştırmamızın ortaya koyduğu bu iki sonuç, aynı zamanda öğrencilerin bu konuda istikrarlı olduklarını ortaya koymaktadır. Diğer taraftan öğrencilerin bu önermelere yüksek oranlarda gerçekleşen katılımları, “hazır” olduklarını işaret etmektedir. O halde sorunun ne olduğu netleştirilmeli ve yapılması gerekenler için harekete geçilmelidir.

7.) Öğrencilerin %88,1 oranında toplumsal katkının “hizmet amaçlı olması”nı; ikinci sırada %79,9 oranıyla toplumsal katkının eğitim amaçlı olması gerektiğini onaylamış olması yol göstericidir. YÖKAK da, üniversitelerin toplumsal katkı uygulamalarını bu başlıklar altında örneklendirmektedir (Yükseköğretim Kalite Kurulu, 2019).

8.) “Toplumsal katkı kültür amaçlı olmalıdır” önermesine katılan öğrencilerin oranı %55,8 olup diğer önermelere göre katılım düşük gerçekleşmiştir. Kültür, ilgili bakanlığın tanımı ile bir toplumu diğer toplumlardan farklı kılan, geçmişten beri değişerek devam eden, kendine özgü, sanatı, inançları, örf ve adetleri, anlayış ve davranışları ile onun kimliğini oluşturan yaşayış ve düşünüş tarzıdır. Bu nedenle aile kültüründen başlamak üzere katman katman tüm toplumun ortak özellikleri ile belirlenir. Kültürün yaşatılması ve nesillere intikal etmesi de çok önemli ve anlamlıdır. İşte bu noktada üniversiteler kültürel zenginliklerin korunması ve yaşatılması ve gelecek nesillere bırakılması (sürdürülebilir kültür) için toplumsal katkı uygulamaları tercih edebilirler. Öğrenciler tarafından bu önermenin nispeten daha az olumlanmış olmasının nedeninin dijital dünyada gittikçe yalnızlaşan ve bireyselleşen yaşamlar, ilişkiler olduğu düşünülebilir. Ortak değerler üzerinde birleşilmesi bireylerin

bu ortak zenginlikler ve değerler şemsiyesi altında toplanması ve birleşmesi geleneksel varlığın devamı için önemlidir. Geçmiş olmayan toplumların geleceklerinin de olamayacağı tüm toplum kesimleri gibi genç nesillere de aktarılmalıdır.

9.) Öğrencilerin %37,2'si “Toplumsal katkı pazarlama amaçlı olmalıdır” önermesine katıldığını belirtmiştir. Diğer taraftan bu önermeye katılmayanların oranı toplamda %28'dir. Öğrencilerin % 33,7'si ise kararsızdır. Literatüre baktığımızda düşünsel düzeyde toplumsal katkı yaklaşım ve uygulamalarının pazarlama amacı gütmemesi gerektiği benimsense de toplumsal katkının kurumsal itibar, kurumsal rekabet ve kurumsal tercih edilirlilik gibi konulardaki olumlu katkısı ister istemez dolaylı da olsa toplumsal katkı yaklaşım ve uygulamalarını pazarlama açısından da değerlendirilebilir noktaya getirmektedir (Nejati vd., 2011; Sanchez vd., 2013; Karimi, 2013; Keskin, 2020). Rasyonel olan yaklaşım, sürdürülebilir kalkınma hedeflerinden ayrılmadan üniversitelerin yüksek potansiyelleri ile sürdürdükleri toplumsal katkı yaklaşım ve uygulamalarını uzak ve güçlü bir öngörü ve yaklaşımla pazarlama stratejileri ile birleştirmek olmalıdır.

10.) Araştırmamızda öğrencilerin öncelikli toplumsal katkı alanları iklim krizi, çevre sorunları, sosyal dayanışma, engelli yaşam, ağaçlandırma gibi global sorunlar olmuştur. Bu sorunların ortak özelliği BM sürdürülebilir kalkınma hedefleri arasında da yer alan başlıklar arasından seçilmiş olmalarıdır. Üniversitelerden sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda çalışmalar yapmaları beklenmektedir. Toplumsal katkı işte tam da bu konularda gerçekleştirilecek olan ve aynı zamanda derinlik ve kapsam zenginliği olan araştırma, eğitim ve diğer çalışmalarla gerçekleştirilmelidir (Mohamed, 2015; Bilgili ve Topal, 2021).

11.) “Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik sosyal dayanışma olmalıdır” önermesine öğrencilerin katılımı %85,4 oranında iken “Toplumsal katkı uygulamalarında öncelik ekonomik dayanışma

olmalıdır” önermesine katılım %42’dir. Toplumsal katkı ekonomik dayanışmayı öncelemeyen ancak benimsediği ve amaçladığı önceliklerle yerel, bölgesel ve ulusal ekonomiyi de canlandıracak, kâr amacı gütmeyen, ekonomik kazanç amacı ve önceliği taşımayan yaklaşım ve uygulamalar olarak algılanmış ve öğrenciler tarafından da bu yönleriyle benimsenmiş olmalıdır. Bu konu, üniversite ve çevre etkileşiminin doğal sonucu olarak yaşanan ekonomik kalkınmanın ötesinde bir noktadır.

12.) Öğrencilerin %73,9’unun ilk ve ortaöğretim yıllarında herhangi bir sosyal sorumluluk faaliyetine katılmadığı dikkat çekicidir. “Üniversite sosyal sorumluluğu” kavramsallığı doğrultusunda yükseköğretim kurumlarından beklenen, sosyal sorumlu yurttaşlar ve yöneticiler yetiştirmek olarak belirlense de eğitimin bir bütün olduğu dikkatten kaçmamalıdır. Söz konusu kavram eğitimin her aşamasında benimsenen bir kavram olmalı, ilkokuldan başlamak üzere her eğitim katmanında müfredatta yer almalı ve hatta uygulamalı olmalıdır. Sosyal sorumlu vatandaşlık kavramı ve yaklaşımları milli eğitim politikaları içinde de mütalaa edilmelidir.

13.) Aynı öğrenciler kendilerine “eğitim görmekte oldukları eğitim kurumlarında sosyal sorumluluk faaliyetine katılıp katılmadıkları” sorulduğunda %84,1 oranında katılmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu çok yüksek bir oran olup sorgulanması gereken bir tespittir. Üniversite öğrencilerinin neden eğitim gördükleri yükseköğretim kurumlarında sosyal sorumluluk faaliyetlerine katılmadıkları veya katılamadıkları konusu mutlaka araştırılmalıdır. Toplumsal katkının ancak üniversitelerin tüm paydaşlarının katılımı ve etkileşimi ile gerçekleşebileceği gerçeğinden ve gerekliliğinden hareket edilerek gerekenlerin yapılması için yönetsel kararlar alınması ve uygulama sürecine geçilmesi gerekmektedir. Ayrıca bu doğrultuda teşvik edici projeler hazırlanmalıdır ve uygulanmalıdır.

14.) Araştırmamızda öğrencilerin gelecekte sosyal sorumluluk faaliyetlerine dair plan ve düşünceleri sorgulanmış ve öğrencilerin

üniversitelerindeki sosyal sorumluluk projelerine katılmak istemedikleri (%41,9), bu konuda istekli olanların oranının sadece %23,3 olduğu dikkati çekmiştir. Öğrencilerin söz konusu etkinliklere neden katılmak istemedikleri ve neden kararsız kaldıkları irdelenmelidir. Üniversiteler toplumsal katkı fonksiyonlarını hakkıyla yerine getirmek istiyorlarsa kurumlarında eğitim görmekte olan öğrencilerin bu konudaki motivasyonlarını arttırmaları gereklidir.

15.) Öğrencilerin “Sosyal sorumluluk eğitimi olsaydı katılır mıydınız?” sorusuna verdikleri cevap adeta işe nereden başlanması gerektiği konusunda bir uyarıcı olup, yol gösterici niteliğindedir. Öğrencilerin %78,2’si bu eğitime katılacaklarını ifade etmişlerdir. Bu yüksek oran, hem işe nereden başlanması gerektiği konusunda bir işaretler hem de gelecek için umut vermektedir. Tüm dünyada yükseköğretim eğitim programlarına toplumsal katkı, toplumsal sorumluluk, KSS ve ÜSS ile ilişkili içeriğin konması konusunda yoğun çalışmalar vardır (Muijen, 2004; Karima, 2006; Kitamura ve Hoshii, 2010; LealFilho, 2010; Micheel, 2011; Mehta, 2011)

Bu önermeyi, daha önce tartışılmış bulunan diğer iki önerme ile birlikte düşünmek gereklidir. Çalışmamıza katılan öğrenciler üniversitelerin sosyal sorumlu yurttaşlar yetiştirmeyi amaçlamasını, toplumsal katkı içeriğinin üniversitelerin eğitim programlarında (müfredat) yer almasını, eğitim aldıkları yükseköğretim kurumunda sosyal sorumluluk eğitimi olduğunda katılacaklarını net olarak ifade etmişlerdir. Bir defa daha öğrencilerin bu önermelere yüksek oranlarda gerçekleşen katılımları, “hazır” olduklarını işaret etmektedir. O halde sorunun ne olduğu netleştirilmeli ve yapılması gerekenler için harekete geçilmelidir.

SONUÇLAR

Üniversitede en az iki yıldan beri okumakta olan iç paydaş öğrencilerinin %77,6’sının “toplumsal katkı (TK)” konusunda bilgisinin yoktur. Bu durumun olası nedenleri, üniversitenin TK

politika ve stratejisinin, ve/veya TK kurumsal yapılanmasının olmaması veya paydaşlara iletilememiş olması olarak düşünülebilir. Üniversitelerin, sosyal sorumluluk (SS) ve TK konusunda etkili birer eğitim kurumu olarak yapabilecekleri, doğrudan faaliyet ve etkinliklerle sınırlı değildir. Üniversitelerin yapabileceklerini bu bakış açısıyla sınırlamak çok sık bir yaklaşımdır ve önemlilikleri göz ardı edilmiş olur. TK felsefesi ve yaklaşımları, müfredat ve uygulamalarla öğrencilere başta olmak üzere tüm paydaşlara benimsetilmelidir. TK ile yakın ilişkili ÜSS kavram ve yaklaşımı ile, üniversiteler sosyal sorumlu yurttaşlar ve geleceğin yöneticilerini yetiştirmelidirler. Üniversitelerin en önemli ve etkin sürdürülebilir TK amacı ve stratejisi bu olmalıdır. Yükseköğretim kurumları “ÜSS” kapsamı içinde sosyal duyarlılık bilinci yüksek, bu konuda bilgili ve deneyimli öğrencilerden yola çıkarak yurttaşlar ve hatta geleceği şekillendirecek olan kıymetli yöneticileri de yetiştirmekle sorumludurlar ve üniversiteler toplumsal katkı kapsamında gerçekleştirecekleri en kalıcı izleri bu yolda bırakacaklardır.

Öğrencilerin, %88,2’sinin TK, SS ve ÜSS ve KSS gibi konularının müfredatta yer almasını gerektiğini belirtmeleri “hazır” olduklarını göstermektedir. Yine öğrencilerin %78,2’sinin bu yöndeki eğitime katılacaklarını belirtmeleri işe nereden başlanması gerektiği konusunda yol gösterici niteliğindedir.

KAYNAKLAR

- Bampton, R. ve MacLagan, P. (2005). Why teach ethics to accounting students? A response to the skeptics. *Business Ethics: A European Review*, 14(3), 290-300.
- Barnett, R. (2007). *Recovering the civic university. Higher education and civic engagement: International perspectives*. Ashgate Publishing Limited.
- Basil, D. ve Erlandson, J. (2008). Corporate social responsibility website representations: A Longitudinal study of internal and external self-presentations. *Journal of Marketing Communications*, 14(2), 125-137.
- Bilgili M. Y. ve Topal A. (2021). Sürdürülebilir yükseköğretim kurumları oluşturulmasında Talloires deklarasyonunun rolü ve önemi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 11(2), 417-424.

Binsardi, A. ve Ekwulugo, F. (2003). International marketing of British education: Research on the students' perception and the UK market penetration. *Marketing Intelligence & Planning*, 21(5), 318-327.

Büyüköztürk, Ş. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. (22.Baskı). Pegem Akademi Yayıncılık.

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.

Chen, S.H., Nasongkhla, J. ve J. Donaldson, A. (2018). Strategic Planning Process Model for Developing Open Educational Resources. *IJIT*, 8(5): 362-368.

Crowther, D. ve Aras, G. (2008). *Corporate social responsibility* (1. Baskı). Ventus Publishing ApS.

Delanty, G. (2001). The university in the knowledge society. *Organization Overviews*, 8(2),149-153.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach* (1. Baskı). Pitman.

Gibbs, P. (2002). From the invisible hand to the invisible hand-shake: Marketing higher education. *Research in Post Compulsory Education*, 7(3), 325-338.

Güleç İ. ve Demir S. (2023). Türk yükseköğretiminde toplumsal katkının kapsamı üzerine bir değerlendirme. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 1-12.

Jonasson, J. T. (2008). *Inventing tomorrow's university. Who is to take the lead?* (1. Baskı) Bononia University Press.

International Association of Universities (IAU). (2022). The Continuing Need for Internationalization of Higher Education. <https://www.iau-aiu.net/Policy-Statements> (Erişim tarihi: 24 Kasım 2023).

Isenmann, R. (2006). CSR Online: Internet-based communication. *Management Models For Corporate Social Responsibility* (1. Baskı, s. 246-253) içinde. Springer.

Karima, R., Oshima, Y. ve Yamamoto, K. (2006). Identification of subjects for social responsibility education at universities and present activity at the University of Tokyo. *Environmental Sciences*, 13(6), 327- 337.

Karimi, M.R. (2013). Designing the conceptual model of social responsibility of the Azad University by public relation role. *African Journal of Business Management*, 7(1),8-21.

Keskin, T. (2020). Kurumsal sosyal sorumluluk ile kurumsal itibar arasındaki ilişkiye yönelik bir araştırma. [Yüksek Lisans Tezi]. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Kitamura, Y. ve Hoshii, N. (2010). Education for sustainable development at universities in Japan. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 11(3), 202–216.
- Kotler, P. ve Fox, K. (1995). *Strategic marketing for educational institutions*. New Jersey, Prentice-Hall.
- Kotler, P. ve Keller, K.L. (2009). *Marketing management*. (13. Baskı). Prentice-Hall.
- Latif, K.F. (2018). The development and validation of stakeholder-based scale for measuring University social responsibility (USR). *Soc. Indic. Res*, 140, 511–547.
- LealFilho, W. (2010). Teaching sustainable development at university level: Current trends and future needs. *Journal of Baltic Science Education*, 9(4), 273–284.
- Mehta, S. R. (2011). Corporate social responsibility (CSR) and universities: Towards an integrative approach. *International Journal of Social Science and Humanity*, 1(4), 300-304.
- Mitchell, R. (2011). Sustaining change on a Canadian campus: Preparing Brock University for a sustainability audit. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 12(1), 7–21.
- Mohamed, A. T. E. (2015). A framework for university social responsibility and sustainability: The case of South Valley University Egypt. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business andIndustrialEngineering*, 9(7), 2377- 2386.
- Morsing, M. ve Schultz, M. (2006). Corporate social responsibility communication: Stakeholder information, response, and involvement strategies. *Journal of Business Ethics*, 15(4), 323-388.
- Mosca, F. ve Civera, C. (2017). The evolution of CSR: An integrated approach symphonya. *Emerging Issues in Management*, (1), 16-35.
- Muijen H. (2004a). Corporate social responsibility starts at university. *Journal of Business Ethics*, 53(1), 235-246.
- Muijen, H. (2004b). Integrating value education and sustainable development into a Dutch university curriculum. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 5(1), 21-32.
- Nejati, M., Shafaei, A., Salamzadeh, Y. ve Daraei, M. (2011). Corporate social responsibility and universities: A study of Top 10 World universities' websites. *Africal Journal of Business Management*, 5 (2): 440-447.
- Nuchprasop, K. ve Intarakamhang, U. (2018) A Causal relationship model of students' participatory behavior towards university social responsibility. *J. Behav. Sci.*,13, 15–26.

Pachon, D. (2009). Aktaran Giuffre, L., Ratto, S.E. (2014). A new paradigm in higher education: University social responsibility (USR). *Journal of Education& Human Development*, 3(1), 231-238.

Reiser, J. (2008). University Social Responsibility definition. http://www.usralliance.org/resources/Aurilla_Presentation_Session6.pdf (Erişim tarihi:3 Kasım 2023).

Sanchez, R.G., Bolivar, M.P.R. ve Lopez-Hernandez, A.M. (2013) Online disclosure of university social responsibility: A comparative study of public and private US universities. *Environmental Education Research*, 19(6), 709-746.

Sanchez, R.G., Florez-Parra, J.M., Lopez-Perez, M.V. ve Lopez-Hernandez, A. M. (2020). Corporate governance and disclosure of information on corporate socialre sponsibility: An analysis of the top 200 universities in the Shanghai ranking. *Sustainability*, 12, 1549-1570.

Sankır, H. ve Sankır, Ş. (2017). Toplumsal değişim açısından üniversite- kent etkileşimi ve algısı: Bülent Ecevit Üniversitesi örneği. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 3, 473-483.

Segalas, J., Ferrer-Balas, D., Svanström, M., Lundqvist, U. ve Mulder, K.F. (2009). What has to be learnt for sustainability? A comparison of bachelor engineering education competences at three European universities. *Sustainability Science*, 4, 17-27.

Shaari, R., Sarip, A., Rajab, A. ve Zarina, Z.W. (2018). The impact of university social responsibility towards producing good citizenship: Evidence from Malaysia. *Int. J. Organ. Leadersh.* 7, 374–382.

Stephens, J.C., Hernandez, M. E., Román,M., Graham, A.C. ve Scholz, R.W. (2008). Higher education as a change agent for sustainability in different cultures and contexts. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 9(3), 317-338.

van Der Walt, F. ve de Klerk, J.J. (2014). Workplace spirituality and job satisfaction. *International review of Psychiatry*, 26(3), 379-389.

Vukasovic, M. (2008). The integrity of higher education from esence to management. Proceedings of the Seminar of the Magna Charta Observatory, 19 September 2007, The Management of University Integrity. Bononia University Press, Bologna.

Yükseköğretim Kalite Kurulu. (2019) Toplumsal katkı. <https://portal.yokak.gov.tr/kategori/toplumsal-katki-surecleri/> (Erişim tarihi:15 Eylül 2023).

Yavuzçehre, P.S. (2016). Üniversitelerin kentlerine etkileri: Denizli Pamukkale Üniversitesi örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), 235-250.

Yükseköğretim Kanunu. (1981).
<https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.2547.pdf> (Erişim tarihi: 12 Eylül 2023).