



**T.C.
SIVAS CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI**

**OKULLARDA KİMLİK OLUŞTURMA SÜRECİNDE İMAJ VE
OKUL KÜLTÜRÜ ETKİLEŞİMİNE DAİR BİR REGRESYON
MODELİ**

Yüksek Lisans Tezi

Neslihan CEYLAN ÇONGAR

**Danışman
Doç. Dr. İsmail Hakkı KIZILOLUK
Doç. Dr. Celal Teyyar UĞURLU**

**Sivas
Nisan, 2019**

OKULLARDA KİMLİK OLUŞTURMA SÜRECİNDE İMAJ VE OKUL KÜLTÜRÜ
ETKİLEŞİMİNE DAİR BİR REGRESYON MODELİ

Neslihan Ceylan Çongar

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Eğitim Bilimleri Enstitüsü

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı İçin
Öngördüğü

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Olarak hazırlanmıştır.

Tez Danışmanı: Doç. Dr. İsmail Hakkı KIZILOLUK


Doç. Dr. Celal Teyyar UĞURLU

Sivas

Nisan, 2019


KABUL VE ONAY


Neslihan CEYLAN ÇONGAR'ın hazırlamış olduğu "Okullarda Kimlik Oluşturma Sürecinde İmaj ve Okul Kültürü Etkileşimine Dair Bir Regrasyon Modeli" başlıklı bu çalışma, 04.04.2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından, " Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı"nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Doç.Dr.Muhamet Cevat YILDIRIM (Jüri Başkanı) 

Doç.Dr.İsmail Hakkı KIZILOLUK (Danışman) 

Doç.Dr.Celal Teyyar UĞURLU (2.Danışman) 

Doç.Dr.Soner DOĞAN (Üye) 

Dr.Öğr.Üyesi İhsan TOPÇU (Üye) 

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

.../.../

Prof.Dr.Hakan KOÇ

Enstitü Müdürü

ETİK SÖZÜ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Okullarda Kimlik Oluşturma Sürecinde İmaj ve Okul Kültürü Etkileşimine Dair Bir Regresyon Modeli” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.

Neslihan CEYLAN ÇONGAR

29/04/2019

ÖNSÖZ

"Okulların Kimlik Oluşturma Sürecinde İmaj ve Okul Kültürü Etkileşimine Dair Bir Regresyon Modeli" isimli yüksek lisans çalışmasında ortaöğretim kurumlarında görev yapan öğretmenlerin okullarına ilişkin kimlik, imaj ve kültür algılarının birbirleri ile ilişkisi ve imaj ve kültürün kimliği yordama düzeyi araştırılmıştır.

Bu çalışmaya önerileri ile destek veren ve vakit ayıran Doç. Dr. Hakkı KIZILOLUK'a teşekkür ederim.

Yüksek lisans öğrenimim boyunca değerli bilgilerinden yararlandığım, sadece öğretmen kimliğiyle değil bir insan olarak da kendime örnek aldığım, çalışkanlığını, dürüstlüğü, hoşgörüsünü ve en önemlisi adaletini hayranlıkla izlediğim, tez çalışmamın her aşamasında ayırdığı zaman, sabır ve emeğinden dolayı değerli hocam Doç. Dr. Celal Teyyar UĞURLU'ya sonsuz teşekkür ederim.

Değerli bilgilerinden faydalandığım, bana istatistiği sevdiren ve öğreten değerli hocam Yrd. Doç. Dr. Hatice Gonca USTA'ya çok teşekkür ederim.

Çalışmam süresince beni destekleyen, çalışmamı tamamlayamayacağımı düşündüğüm, moralimin bozulduğu anlarda sonsuz sevgisi ve övgüsüyle yanımda olan sevgili eşim Onur ÇONGAR'a,

Öğrenim hayatım boyunca her zaman arkamda olan, azmini ve çocuklarına karşı fedakarlığını örnek aldığım canım annem Şerife CEYLAN'a,

Maddi, manevi desteğini esirgemeyen kendime dürüstlüğü, çalışkanlığını örnek aldığım canım babam Vehbi CEYLAN'a çok teşekkür ederim.

Neslihan CEYLAN ÇONGAR

ÖZET

CEYLAN ÇONGAR, Neslihan, Okulların Kimlik Oluşturma Sürecinde İmaj ve Okul Kültürü Etkileşimine Dair Bir Regresyon Modeli, Yüksek Lisans Tezi, Sivas, 2019.

Araştırmanın amacı ortaöğretim kurumlarında görev yapan öğretmenlerin örgütsel kültür, kimlik ve imaj algıları ile bunların alt boyutlarının düzeyini, bunların birbirleri ile ilişkisi düzeyini ve örgütsel kültür ile imajın, kimliğin yordayıcısı olup olmadığını nicel olarak ortaya çıkarmaktır. Bu araştırma betimsel nitelikte tarama modelindedir.

Araştırmanın çalışma grubunu 2013-2014 eğitim öğretim yılında Sivas'taki Anadolu Liselerinde görev yapan 567 öğretmen arasından random seçilmiş 304 öğretmen oluşturmaktadır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak üç farklı ölçme aracı kullanılmıştır. Öğretmenlerin okullarına yönelik kültür algılarını belirlemek amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen Okul Kültürü Ölçeği, öğretmenlerin imaj algılarını belirlemek amacıyla Polat, Abat ve Tezyürek (2010)'in geliştirmiş olduğu Örgütsel İmaj Ölçeği ve öğretmenlerin okullarına dair kimlik algılarını belirlemek amacıyla Çobanoğlu (2008) tarafından geliştirilen Algılanan Örgüt Kimliği Ölçeği kullanılmıştır.

Araştırma bulgularının analizi ve değerlendirilmesinde SPSS istatistik paket programından yararlanılmıştır. Elde edilen veriler araştırmanın alt amaçları doğrultusunda, orta öğretim kurumlarında görev yapan öğretmenlerin; örgütsel kültür, kimlik ve imaj algı düzeylerini belirlemek için aritmetik ortalama ve standart sapmalarına bakılmıştır. Normallik varsayımının sağlanmasının ardından t testi ve tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Cinsiyet, medeni durum ve eğitim durumu değişkenleri açısından deneklerin ölçek maddelerine verdikleri yanıtlar arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek için t testi yapılmıştır. Branş değişkeni açısından deneklerin ölçek maddelerine verdikleri yanıtlar arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek amacıyla parametrik testlerden tek yönlü varyans analizi yapılmıştır, varyansların homojen olduğu görülen branş değişkeni için post hoc testlerinden Bonferroni testi yapılmıştır. Değerlendirmede anlamlılık düzeyi .05 olarak benimsenmiştir.

Araştırmada her bir ölçeğe ilişkin değişkenler korelasyon analizine tabi tutulmuş ve değişkenler arasındaki ilişkiler ortaya konulmuştur. Korelasyon katsayılarının + yada

– olması ilişkinin yönünü belirlemede kullanılmıştır. Araştırma modelindeki değişkenlerin birbirlerini ne kadar etkilediğini, açıkladığını test etmek için basit ve çoklu regresyon analizleri yapılmıştır.

Araştırmanın bulgularına göre, öğretmenlere göre okulların örgütsel kültürü ve kimliği yüksek düzeyde, örgütsel imajı ise orta düzeyde algılanmıştır. Öğretmenlerin örgütsel kültür, kimlik ve imaj algıları ile cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu ve branş arasında genel olarak bakıldığında anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir. Farklılaşma olan boyutlarda etki büyüklüğünü hesaplamak için η^2 değerine bakılmış ve küçük etkiler olduğu görülmüştür.

Örgütsel kültür ve kimlik, kültür ve imaj ile kimlik ve imaj değişkenleri arasındaki korelasyon katsayıları incelendiğinde değişkenlerin birbiriyle pozitif ilişkide olduğu görülmektedir. Bu değişkenlerin birbirini yordamasına yönelik regresyon analizi sonuçlarına göre, kültür kimliğinin, kimlik imajın ve kültür kimliğinin anlamlı bir yordayıcısıdır.

Öğretmenlerin örgütsel kültür ve imaj algılarının, kimliği yordamasına yönelik regresyon analizi sonuçlarına bakıldığında örgütsel kimliği açıklamada etkili oldukları görülmüştür ($R=0.368$, $R^2=.135$, $p<.05$). Örgütsel kültür ve imaj algıları kimliğin yaklaşık %13'ünü açıklamaktadır. Standardize edilmiş regresyon katsayısına göre (β) yordayıcı değişkenlerin örgütsel kimlik üzerine görece önem sırası; imaj ($\beta=0.301$) ve kültür ($\beta=0.155$) şeklindedir. Örgütsel kültür puanındaki bir birimlik artış kimlik puanında .222'lik bir artışa, örgütsel imaj puanındaki bir birimlik artış kimlik puanında .417'lik bir artışa neden olmaktadır ve bu artışlar istatistiksel olarak anlamlıdır. Regresyon denklemi aşağıdaki şekilde ifade edilebilir:

$$\text{Örgütsel kimlik} = 1.280 + 0.222 \text{ örgütsel kültür} + 0.417 \text{ örgütsel imaj}$$

Araştırmaya öneri olarak örgütsel kültür, kimlik ve imaj ilişkisinin üniversitelerde araştırılması, bu ilişkinin özel okullarla devlet okulları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının araştırılması ve aynı çalışmanın nitel bir çalışma ile araştırılması verilebilir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel kültür, örgütsel kimlik, örgütsel imaj.

ABSTRACT

CEYLAN ÇONGAR, Neslihan, “A Regression Model Concerning the Interaction Between Image and School Culture in the Process of the Creation of Identity of Schools”, Postgraduate Thesis, Sivas, 2019.

The purpose of the study is to quantitatively reveal the perceptions of organisational culture, identity and image of teachers who are employed at institutions of secondary education and the levels of their sub-dimensions, the level of the relationship among these and whether organisational culture and image are precursors of identity. This study uses a scanning model of a descriptive nature.

The work group of the study is comprised of 304 teachers, who were randomly selected from the 567 teachers employed at the Anatolian High Schools in Sivas, during the 2013-2014 academic year.

Three different tools of measurement were used as vehicles for collecting data, in the study. These were the School Culture Scale, which was developed by the researcher with the aim of determining the perception of culture of teachers, directed at their schools; the Organisational Image Scale, which was developed by Polat, Abat and Tezyürek (2010), with the aim of determining the perception held by teachers of image; and the Perceived Organisational Identity Scale, which was developed by Çobanoğlu (2008), with the aim of determining the perception of teachers concerning the identity of their schools.

The SPSS statistics package programme was used in the analysis and evaluation of the research findings. The arithmetic means and standard deviations of the data which was obtained were looked at in order to determine the organisational culture, identity and image perception levels of teachers, who were employed at institutions of secondary education, in line with the sub-goals of the study. At test and single direction variance analysis were performed, after establishing the assumption of normality. The t test was carried out in order to test whether there were any significant differences between the responses given to the items in the scale by the subjects, from the point of view of the variables of gender, marital status and educational background. The single direction variance analysis, from among the parametric tests, was carried out in order to test whether there were any significant differences between the responses given to the items in the scale by the subjects, from the point of view of the variable of branch. The Bonferroni test, one of the post hoc tests, was carried out for the variable of branch,

where the variances were seen to be homogeneous. The significance level of .05 was adopted in the assessment.

The variables for each of the scales in the study were subjected to correlation analysis and the relationships between the variables were revealed. The + or – figures of the correlation coefficients were used to determine the direction of the relationship. Simple and multiple regression analyses were carried out to test how much the variables in the study model influence and explain each other.

According to the study findings, the teachers perceived the organisational culture and identity of their schools at high levels, while they only perceived their organisational image at medium levels. When looking at it in general terms, no significant difference was seen between gender, marital status, educational background and branch, in the perceptions of teachers concerning organisational culture, identity and image. The η^2 value was looked at in order to calculate the size of the impact, in the dimensions where there were differences, and it was seen that the impacts were small.

When the correlation coefficients between the organisational culture and identity, culture and image and identity and image variables were examined, it was seen that the variables have a positive relationship with each other. According to the results of the regression analysis directed at whether these variables are precursors of each other, culture is a significant precursor of identity, identity is a significant precursor of image and culture is a significant precursor of identity.

When the results of the regression analysis directed at whether the organisational culture and image perceptions of the teachers are precursors of their identity perceptions, it was seen that these were influential in explaining the organisational identity ($R=0.368$, $R^2=.135$, $p<.05$). The organisational culture and image perceptions explain close to 13% of identity. According to the standardised regression coefficient (β), the relative order of importance of the precursor variables on organisational order is: image ($\beta=0.301$) and culture ($\beta=0.155$). A one unit increase in the organisational culture score will lead to a .222 increase in the identity score and a one unit increase in the organisational image score will lead to a .417 increase in the identity score. These increases are statistically significant. The regression equation can be expressed as follows:

Organisational identity = 1.280 + 0.222 organisational culture + 0.417 organisational image

As a result of the study, recommendations can be made for the relationships between organisational culture, identity and image to be researched at universities, studies to be carried out into whether there is a significant difference in these relationships between private and state schools and for the same study to be conducted as a qualitative study.

Keywords: Organisational culture, organisational identity, organisational image.

İÇİNDEKİLER

Etik Sözü.....	iii
Önsöz.....	vi
Özet.....	v
Abstract	vii
İçindekiler.....	x
Tablolar ve Şekiller Listesi	xvii
Ekler Listesi	xx
Kısaltmalar Listesi.....	xxi

I. BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Problem Durumu	1
1.2. Araştırmanın Önemi.....	5
1.3. Problem Cümlesi	5
1.4. Alt Problemler	5
1.5. Sayıtlar	6
1.6. Sınırlılıklar.....	6
1.7. Kavramlar.....	7

II. BÖLÜM

ALANYAZI TARAMASI VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. KÜLTÜR.....	8
2.1.1. Örgütsel Kültür.....	9
2.1.2. Örgüt Kültürü Yaklaşımları.....	12
2.1.2.1. Deal ve Kennedy'nin yaklaşımı.....	12
2.1.2.2. Cameron ve Quinn'in yaklaşımı.....	12
2.1.2.3. Denison ve Mishra'nın yaklaşımı.....	13

2.1.2.4. Handy'nin yaklaşımı	14
2.1.2.5. Goffee ve Jones'un yaklaşımı.....	14
2.1.2.6. Danışman ve Özgen'in yaklaşımı.....	15
2.1.3. Örgüt Kültürünün Boyutları.....	16
2.1.3.1. Bireysel özerklik.....	16
2.1.3.2. Risk toleransı.....	16
2.1.3.3. Yön.....	16
2.1.3.4. Bütünleşme.....	16
2.1.3.5. Yönetim desteği.....	16
2.1.3.6. Kontrol.....	16
2.1.3.7. Kimlik.....	16
2.1.3.8. Ödül Sistemi	16
2.1.3.9. Fikir ayrılıklarına verilen tolerans.....	16
2.1.3.10. İletişim modelleri.....	16
2.1.4. Örgüt Kültürünün Unsurları.....	16
2.1.4.1. Değerler.....	16
2.1.4.2. Normlar.....	17
2.1.4.3. Varsayımlar.....	17
2.1.4.4. Seremoniler ve Törenler.....	17
2.1.4.5. Semboller.....	17
2.1.4.6. Adetler.....	18
2.1.4.7. Hikaye ve Efsaneler.....	18
2.1.4.8. Mitler	18
2.1.4.9. Dil.....	18
2.1.4.10. Kahramanlar.....	19
2.2. KİMLİK.....	20
2.2.1. Bireysel Kimlik.....	20

2.2.2. Sosyal Kimlik.....	20
2.2.3. Örgütsel Kimlik.....	20
2.2.4. Örgütsel Kimlik Kavramının Özellikleri.....	22
2.2.5. Hatch ve Schultz'un Örgütsel Kimlik Dinamikleri Modeli.....	24
2.3. İMAJ.....	26
2.3.1. İmajın İşlevleri.....	27
2.3.1.1. Karar işlevi.....	27
2.3.1.2. Basitleştirme işlevi.....	27
2.3.1.3. Düzen işlevi.....	27
2.3.1.4. Oryantasyon işlevi.....	27
2.3.1.5. Genelleştirme işlevi.....	27
2.3.2. İmaj Çeşitleri.....	28
2.3.2.1. Ayna İmaj.....	28
2.3.2.2. Şimdiki İmaj.....	28
2.3.2.3. Şemsiye İmaj.....	28
2.3.2.4. Ürün İmaj.....	28
2.3.2.5. Marka İmaj.....	28
2.3.2.6. Kendi İmaj.....	28
2.3.2.7. Yabancı İmaj.....	28
2.3.2.8. Transfer İmaj.....	28
2.3.2.9. Mevcut İmaj.....	28
2.3.2.10. İstenilen İmaj.....	29
2.3.2.11. Pozitif İmaj.....	29
2.3.2.12. Negatif İmaj.....	29
2.3.2.13. Kişisel İmaj.....	29
2.3.3. Örgütsel İmaj.....	29
2.4. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	33

III. BÖLÜM

YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli.....	40
3.2. Çalışma Grubu.....	40
3.3. Veri Toplama Araçları.....	41
3.3.1. Okul Kültürü Ölçeği.....	41
3.3.2. Örgütsel İmaj Ölçeği.....	46
3.3.3. Algılanan Örgüt Kimliği Ölçeği.....	47
3.4. Veri Analizi.....	47

IV. BÖLÜM

BULGULAR VE YORUM

4.1. Öğretmenlerin okullarına ilişkin örgütsel kültür, örgütsel kimlik ve örgütsel imaj algıları ne düzeydedir?.....	50
4.2.1. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algıları, örgütsel imaj algıları ve örgütsel kimlik algıları cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermekte midir?.....	51
4.2.2. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algıları, örgütsel imaj algıları ve örgütsel kimlik algıları medeni durum değişkenine göre farklılık göstermekte midir?.....	53
4.2.3. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algıları, örgütsel imaj algıları ve örgütsel kimlik algıları eğitim durumu değişkenine göre farklılık göstermekte midir?.....	54
4.2.4. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algıları, örgütsel imaj algıları ve örgütsel kimlik algıları branş değişkenine göre farklılık göstermekte midir?.....	57
4.3. Öğretmenlerin okullarına ilişkin örgütsel kültür, örgütsel kimlik ve örgütsel imaj algılarının ve bunların alt boyutlarının birbirleri ile ilişkisi var mıdır?.....	59

- 4.4. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algı düzeyi, örgütsel kimlik ve alt boyutları (yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği) algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?.....60
- 4.4.1. Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü algı düzeyi, yönetim kimliği algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?.....60
- 4.4.2. Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü algı düzeyi, öğretmen kimliği algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?.....61
- 4.4.3. Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü algı düzeyi, öğrenci kimliği algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?.....62
- 4.4.4. Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü algı düzeyi, çevre kimliği algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?.....63
- 4.5. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kimlik algı düzeyi, örgütsel imaj ve alt boyutları (kalite imajı, görünüm imajı, sosyal imaj, altyapı imajı ve program imajı) algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?.....64
- 4.5.1. Öğretmenlerin, okullarına yönelik yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği algı düzeyi, kalite imajı algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?.....65
- 4.5.2. Öğretmenlerin, okullarına yönelik yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği algı düzeyi, görünüm imajı algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?.....66
- 4.5.3. Öğretmenlerin, okullarına yönelik yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği algı düzeyi, sosyal imaj algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?.....66
- 4.5.4. Öğretmenlerin, okullarına yönelik yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği algı düzeyi, altyapı imajı algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?.....67
- 4.5.5. Öğretmenlerin, okullarına yönelik yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği algı düzeyi, program imajı algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?.....68
- 4.6. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algı düzeyi, örgütsel imaj ve alt boyutları (kalite imajı, görünüm imajı, sosyal imaj, altyapı imajı ve program imajı) algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?.....69

- 4.6.1. Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü algı düzeyi, kalite imajı algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?.....70
- 4.6.2. Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü algı düzeyi, görünüm imajı algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?.....71
- 4.6.3. Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü algı düzeyi, sosyal imaj algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?.....71
- 4.6.4. Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü algı düzeyi, altyapı imajı algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?.....72
- 4.6.5. Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü algı düzeyi, program imajı algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?.....73
- 4.7. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür ve örgütsel imaj algı düzeyleri örgütsel kimlik algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?.....74

V. BÖLÜM

SONUÇ VE TARTIŞMA

- 5.1. Sonuç ve Tartışma.....75
- 5.1.1. Öğretmenlerin okullarına ilişkin örgütsel kültür, örgütsel kimlik ve örgütsel imaj algılarına ilişkin sonuçlar ve tartışma.....75
- 5.1.2. Öğretmenlerin okullarına ilişkin örgütsel kültür, örgütsel kimlik ve örgütsel imaj algılarının ve bunların alt boyutlarının birbirleri ile ilişkisine dair sonuçlar ve tartışma.....77
- 5.1.3. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algılarının, örgütsel kimlik ve alt boyutları (yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği) algılarını açıklamasına ilişkin sonuçlar ve tartışma.....78
- 5.1.4. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kimlik algılarının, örgütsel imaj ve alt boyutları (kalite imajı, görünüm imajı, sosyal imaj, altyapı imajı ve program imajı) algılarını açıklamasına ilişkin sonuçlar ve tartışma79

5.1.5. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algılarının, örgütsel imaj ve alt boyutları (kalite imajı, görünüm imajı, sosyal imaj, altyapı imajı ve program imajı) algılarını açıklamasına ilişkin sonuçlar ve tartışma.....	80
5.1.6. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür ve örgütsel imaj algı düzeylerinin örgütsel kimlik algı düzeyini açıklamasına ilişkin sonuçlar ve tartışma.....	81
5.2. Öneriler.....	83
5.2.1. Uygulayıcılara Öneriler.....	83
5.2.2. Araştırmacılara Öneriler.....	84
KAYNAKÇA.....	85

TABLolar VE ŞEKİLLER LİSTESİ

Tablo 1: Cinsiyet, medeni durum ve eğitim durumu değişkelere ilişkin frekans ve yüzdeler.....	40
Tablo 2: Branş değişkenine ilişkin frekans ve yüzdeler.....	41
Tablo 3: Okul Kültürü Ölçeğinin Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları.....	43
Tablo4:Okul Kültürü Madde-Test Korelasyonları.....	44
Tablo5:Okul Kültürü Faktör Puanları Arasındaki Korelasyonlar.....	44
Tablo 6: Ölçeğin ve Alt Ölçeklerin Güvenirlik Değerleri.....	45
Tablo 7: OKÖ'nin DFA Sonucu.....	45
Tablo 8. Araştırmada Kullanılan Değişkenler ve İsimleri.....	49
Tablo 9. Örgütsel Kültür, Örgütsel Kimlik, Örgütsel İmaj ve Bunların Alt Boyutlarına İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	50
Tablo 10: Cinsiyet değişkenine göre örgütsel kültür, örgütsel kimlik, örgütsel imaj ve bunların alt boyutlarına ilişkin aritmetik ortalama ve t testi sonuçları.....	52
Tablo 11: Medeni durum değişkenine göre örgütsel kültür, örgütsel kimlik, örgütsel imaj ve bunların alt boyutlarına ilişkin aritmetik ortalama ve t testi sonuçları.....	53
Tablo 12: Eğitim durumu değişkenine göre örgütsel kültür, örgütsel kimlik, örgütsel imaj ve bunların alt boyutlarına ilişkin aritmetik ortalama ve t testi sonuçları.....	55
Tablo 13: Branş değişkenine göre örgütsel kültür, örgütsel kimlik, örgütsel imaj ve bunların alt boyutlarına ilişkin aritmetik ortalama ve Anova testi sonuçları.....	57
Tablo 14. Öğretmenlerin okullarına ilişkin örgütsel kültür, örgütsel kimlik ve örgütsel imaj algılarına ve bunların alt boyutlarına ilişkin korelasyon analizi sonuçları.....	59
Tablo 15. Öğretmenlerin okullarına yönelik örgütsel kültür algılarının örgütsel kimlik algılarını yordamasına ilişkin basit regresyon analizi sonuçları.....	60
Tablo 16. Öğretmenlerin okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algılarının yönetim kimliği algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları.....	61

Tablo 17. Öğretmenlerin okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algılarının öğretmen kimliği algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları.....	62
Tablo 18. Öğretmenlerin okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algılarının öğrenci kimliği algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları.....	63
Tablo 19. Öğretmenlerin okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algılarının çevre kimliği algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları.....	64
Tablo 20. Öğretmenlerin okullarına yönelik örgütsel kimlik algılarının örgütsel imaj algılarını yordamasına ilişkin basit regresyon analizi sonuçları.....	64
Tablo 21. Öğretmenlerin okullarına yönelik yönetim, öğretmen, öğrenci ve çevre kimliği algılarının kalite imajı algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları.....	66
Tablo 22. Öğretmenlerin okullarına yönelik yönetim, öğretmen, öğrenci ve çevre kimliği algılarının görünüm imajı algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları.....	67
Tablo 23. Öğretmenlerin okullarına yönelik yönetim, öğretmen, öğrenci ve çevre kimliği algılarının sosyal imaj algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları.....	68
Tablo 24. Öğretmenlerin okullarına yönelik yönetim, öğretmen, öğrenci ve çevre kimliği algılarının altyapı imajı algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları.....	68
Tablo 25. Öğretmenlerin okullarına yönelik yönetim, öğretmen, öğrenci ve çevre kimliği algılarının program imajı algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları.....	69
Tablo 26. Öğretmenlerin okullarına yönelik örgütsel kültür algılarının örgütsel imaj algılarını yordamasına ilişkin basit regresyon analizi sonuçları.....	69
Tablo 27. Öğretmenlerin okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algılarının kalite imajı algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları.....	70
Tablo 28. Öğretmenlerin okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algılarının görünüm imajı algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları.....	71

Tablo 29. Öğretmenlerin okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algılarının sosyal imaj algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları.....	72
Tablo 30. Öğretmenlerin okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algılarının altyapı imajı algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları.....	72
Tablo 31. Öğretmenlerin okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algılarının program imajı algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları.....	73
Tablo 32. Öğretmenlerin okullarına yönelik örgütsel kültür ve örgütsel imaj algılarının, örgütsel kimlik algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları.....	74
Şekil 1: Hatch ve Schultz'un Örgütsel Kimlik Dinamikleri Modeli.....	25
Şekil 2: OKÖ'nin Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	46

EKLER LİSTESİ

Ek 1. Veri Toplama Aracı.....	95
-------------------------------	----

OKÖ: Okul Kültürü Ölçeği

KISALTMALAR

BÖLÜM I

GİRİŞ

Bu bölümde, araştırmaya ilişkin problem durumu, araştırmmanın önemi, problem cümlesi, alt problemler, sayıltılar, sınırlılıklar ve tanımlar yer almaktadır.

1.1. Problem Durumu

İçinde bulunduğumuz zaman, bir nesne ya da olayın algılanışıyla o nesne ya da olayı bütünleştirmektedir. Bireylerin hakkında düşünce oluşturdukları konular veya durumlar onların davranışlarına da yön vermektedir. Bu bakımdan her bir kurum veya her bir örgüt varlığını devam ettirip hedeflerini gün yüzüne çıkarabilmek için dışarıdan izlenen görüntüsünü daha istendik bir hale getirmeye çalışır.

Günümüzde değişim ve gelişim çok süratli seyrettiği için örgütler de aynı hızda rekabet ortamına katılmakta ve bu rekabet ortamından başarıyla çıkıp ayakta kalma savaşı vermektedir. Bu yoğun rekabet ortamında örgütler eğer başarıya ulaşmak ve mücadeleyi kazanmak istiyorlarsa ekonomik sebeplerin yanında sosyal sebepleri de göz önüne almak zorundadırlar. Günümüz modern örgütlerinin en temel problemlerinden biri, toplumun onu nasıl gördüğü ve nasıl algılayıp değerlendirdiğiyle alakalıdır. Örgütlerin başarılı ve rekabet eden örgütler olabilmeleri için dışarıdan pozitif algılanmaları bir zorunluluk olmuştur. (Parıltı ve Tolon, 2003).

Değişik iş kollarında çok sayıda, aynı hizmeti veren kurum ve kuruluş bulunmaktadır. Her geçen gün de bunlara yenisi ilave olmaktadır. Aynı sahada hizmet veren her kuruluş bu anlamda birbirleri ile rekabet içerisinde. Gittikçe kalabalıklaşan bu ortamda insanların beklentileri, ihtiyaçları ve ilgi alanları da sürekli farklılaşmaktadır. Ağırlaşan şartlara uyum göstererek katkılarını sürdürmek isteyen kurumların hedefindeki grupla sağlıklı ve doğru bir iletişim kurma gibi bir zorunlulukları vardır. Hedef kitleye ulaşabilme kalabalığın içinde dikkatleri üzerine çekebilmeyi gerektirir (Öğüt, 2008). Bu noktada örgütlerin karşısına kültür, kimlik ve imaj kavramları çıkmaktadır. Olumlu ve sürekli bir imaja sahip olan kurumlar rakipleri arasından sıyrılarak örgüt kültürünün etkileşimi ile pozitif bir kimliğe sahip olur. Kültür ve imajın birlikte yön verdiği kimlik ile örgütler varlığını devam ettirme şansını elde ederler.

Örgüt kimliği, bir örgütü diğerlerinden ayıran ve onun özgünlüğünü ifade eden özellikler bütünüdür (Şişman, 2002). Herbst örgütsel kimlik unsurlarını örgüt kültürü, örgütsel kimlik araçları, örgütsel imaj ve örgüt felsefesi olarak dört ana grupta toplamıştır (Akt: Tuna ve Tuna, 2007). Örgütsel kimlik algısı, kişilerin sosyal kimliklerinin bir parçasını oluşturan örgütsel kimliklerinin oluşmasını sağlar. Ayrıca bu alanda yapılmış çalışmalar, örgütsel kimlik algısının birçok örgütsel ve davranışsal kavram, süreç ve algılarla etkileşim içerisinde olduğunu göstermektedir (Ertürk, 2003). Bu bakımdan örgütsel kimlik kavramı örgüt kültürü ve örgüt imajı ile yakın bir ilişki içerisindedir.

Örgüt kültürü örgüt kimliğinin doğasıyla ilgilidir. Örgüt kültürü, örgüt üyelerinin davranışlarını belirleyen değerler, inançlar, alışkanlıklar, normlar ve davranışlar sistemidir. (Dinçer, 1992). Kültür, insanların nasıl davranmaları gerektiği ve yapmakla yükümlü oldukları şeylerin ne olduğu hususunda insanları bilgilendirir ve bu konuda bir his oluşturmalarını sağlar. Başka bir ifade ile örgüt kültürü, örgüte bağlı insanların davranışlarına yön veren ve düşüncelerini geliştirip şekillendiren temel değer ve inançlardır (Güçlü, 2003). Eğitim örgütleri olan okullarımızın en temel amaçlarından toplum kültürünü genç nesillere aktarmak, bireyin istedik şekilde bilgi, beceri ve davranış kazanmasını sağlamak, bireyin sosyalleşmesini ve gelişmesini yönlendirmek ve evrensel değerler kazandırmak için etkili bir örgüt kültürüne sahip olması şarttır. (Terzi, 2000). Kültür, kimlik ile paylaşılır, şekillendirilir, müzakere edilir ve değişir. (Whetten ve Godfrey, 1998; Akt: Tüzün, 2006). Bir örgütün kimliği onun kültürü ile yakından ilgilidir. Çünkü örgüt kültürü, örgütün özelliklerini ve yapısını anlamının yoludur (Dutton ve Dukerich, 1991). Örgütsel kimliğin unsurlarıyla ilgili bir uzlaşma olmamasına rağmen, örgüt kültürünün genel olarak örgütsel kimlik inşasının parçası olduğu kabul edilir. Örgüt kültürü örgütsel kimlik oluşumunda önemli bir role sahiptir (Taşdan, 2010). Kiriakidou ve Millward (1999) kültürün örgütsel kimliğin gelişimi ve kabulünde önemli bir rolü olduğunu savunurlar. Farklı etkililik düzeylerindeki okullarda görev yapan öğretmenler, nasıl ki okullarına özgü farklı değerler, inançlar, normlar, tutumlar, algılar ve davranışlara (okul kültürü) sahip ise bu öğretmenlerin okullarına ilişkin de farklı duygu, düşünce ve algılara (örgütsel kimliğe) sahip olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, etkili okullarda, öğrenmeye uygun olumlu bir kültürel anlayışı ifade eden örgütsel kimliğin olduğu ileri sürülebilir (Çobanoğlu, 2008). Vizyon, yönetim tarafından oluşturulan ve örgütün imajı ile kimliğini etkileyen unsur olup örgütün temel ideolojisini, neden var olduğunu ve nasıl var olduğunu açıklar. Kültür ise işi doğru

yapmayla ilgili paylaşılmış tavırlardan oluşur ve günden güne "algılanan, düşünülen ve hissedilen" kimliğin içeriğini oluşturur (Fiol, 19991; Akt: Tüzün, 2006). Bir örgütün kimliğinin ortaya çıkması örgüt üyelerinin geçmişi, bugünü ve geleceği yorumlamasına ve örgütsel yaşam hakkındaki gerçekleri ve hikayeleri algılamasına paralel olarak gerçekleşir. Örgütsel kimlik, örgüt kültürünün benimsenmesi ve yaşanmasıyla kazanılır (Kreps, 1986; Akt: Taşdan, 2010).

Örgüt kimliği ve örgüt kültürünün daha çok gözle görülmeyen, öznel, içsel yönünü oluşturan değerler ile de yakından ilişkilidir. Değerler, örgütsel sorunların çözümünde makul, uygun olarak kabul edilen çözüm biçimini göstermektedir. Örgütlerde diğer bazı kültürel öğelerin de örgütün temel değerlerini ve inançlarını açıkladığı ve vurguladığı söylenebilir. Aynı zamanda söz konusu değerler bir örgütün genel amaçlarını, ideallerini, standartlarını yansıtır ve örgütsel kimlik veya yönetim felsefesi içinde de çeşitli biçimlerde dile getirilir (Şişman, 2002). Değerler bireysel düzeyde olduğu gibi örgütsel düzeyde de gelişir. Örgüt kültürü bir örgütte paylaşılan değerler sistemidir. Değerler örgüt kültürünün diğer öğelerine daha güvenilir bir özellik taşırlar. Çalışanlara yaptıkları için ya da sergiledikleri davranışın nedeni sorulduğunda genellikle bu davranışı yönlendiren bu değerlere ulaşılmaktadır. Örneğin açık kapı politikasının uygulandığı bir örgütte çalışanlar istedikleri zaman üsleri ile görüşebiliyorlarsa bu uygulama örgütte iletişimin önemli bir değer olduğunu göstermektedir (Sabuncuoğlu ve Tüz, 1998). Değerler ürün ve hizmetlerin kalitesi, kurum performansı ve kurumsal davranışta örgütsel kimliği ifade eder. Örgütün paylaşılan değerleri, inanç ve davranışları olarak tanımlanan örgüt kültürünün örgütsel kimliğin sonuçlarından ortaya çıktığı ileri sürülmüştür (Melewar, 2003). Örgüt üst kültürü, alt kültür grupları arasında yaşanan çatışmalara karşı geliştirilen bir önlem mekanizması olarak düşünülmektedir. Eğer örgüt üst kültürü yaratılabilirse, örgüte gelen çalışanlar kapıdan içeri girerken dışarıdan getirdikleri kendi kültürel kimlik ve değerlerini tıpkı paltolarını askıya asar gibi dışarıda bırakacaklar ve iş önlüklerini giyer gibi örgütün üst kültürel kimliğini takınacaklardır. Böylece çatışmalar örgüt dışında bırakılmış olacaktır (Morgan, 1998; Akt: Taşdan, 2010).

Örgütsel kimlik örgüt imajı ile de yakın bir ilişki içerisindedir. İmaj, kişilerin bir obje, kişi ya da örgüt hakkındaki düşünceleridir (Oktay, 2000). Örgütsel imaj ise örgüt mensuplarının ve diğer insanların örgütü nasıl gördüklerine yönelik inançları şeklinde tanımlanmaktadır (Dutton ve Dukerich, 19991). Moffitt (1994) ise örgütsel imajı; belli bir tarihsel süreçte kişisel, çevresel, kültürel ve örgütsel etkenlere bağlı oluşan bir

kavram olarak tanımlamıştır. İmaj; örgüt dışındaki insanların fikirlerinde oluşan, örgüt elemanlarının temelini oluşturduğu, örgütün misyonu, vizyonu ve örgütün bütün değerlerinden oluşan örgüt kimliğinin bir algılanışıdır (Sabuncuoğlu, 2004). Kimlik ve imaj kavramları örgütsel çalışmalarda oldukça yoğun kullanılan kavramlardır. Bu durum hem kimlik hem de imaj algısının bireysel ve örgütsel sorunlar ile yakından ilişkili olmasından kaynaklanmaktadır. Çünkü örgütsel imaj ve kimlik algısı örgütün kişiliği ve özelliklerinden hem etkilenir hem de onları etkiler. Örgütün ünü, imajı, vizyonu ve kültürü örgüt kimliğini etkiler. Kimlik, örgüt içindeki bireylerin deneyimleri ile "yapılandırılır" ve kimlik gibi ün de etkileşim ile oluşur. İmaj, örgütsel kimliği örgüt içi ve örgüt dışı öğelerinin gösterimi olup örgüt üyelerinin örgüt dışındaki grupların örgütlerini nasıl gördüklerine olan inançlarının bütünüdür (Dutton vd.,1994; Tüzün, 2006).

Örgütsel kimliğe ilişkin yürütülen çalışmalar incelendiğinde içinde en çarpıcı olanı Hatch ve Schultz (2002) tarafından geliştirilen Örgüt Kimliğinin Dinamikleri modelidir. Bu modelde örgüt kimliğinin, bir örgütün imajı ve kültürü arasındaki karşılıklı ve dinamik etkileşimlerin sonucu olduğu savunulmaktadır. Bu bağlamda, öğretmenler tarafından algılanan örgütsel kimlik, o okulun kültürel anlayışını ve dışarıya yansıttığı imajını ifade eder. Ayrıca örgüt kültürünün, örgüt üyelerine örgüt kimliğini sağlama gibi bir işlevi (Balcı, 2002) de olduğu için okul kültürü ve imaj öğretmenlere örgüt kimliği hakkında bilgi verir. Benzer şekilde Vural'a (2003) göre de örgüt kültürünün örgüt imajı ve örgüt kimliğini oluşturma işlevleri bulunmaktadır. Örgüt kültürü ile imaj, örgüt kimliğiyle etkileşim içinde olan, bağımsız bir alandır. Örgüt kültürü, örgütsel imaj oluşturmada, diğer etkenlerle birlikte kullanılan bir araç niteliğindedir. Örgüt kültürü; örgüt iletişimi, örgüt dizaynı ve imaj oluşturmaya sağlayan diğer etkenlerle beraber örgütsel imajı oluşturmaya çalışmaktadır (Okay, 2003).

Literatür incelendiğinde örgütsel kimlik ile kültür ve imajın birbirini tamamlayan, birbirini etkileyen ve birbirinden etkilenen olgular olduğu görülmektedir. Her örgüt kendi varoluş serüvenini yaratabilmek ve varlığının devamını sağlamak için bir kimliğe sahip olmak zorundadır. Kimlik oluşturma sürecinde ise o örgütü ayakta tutan, geçmişini yansıtarak geleceğine yön vermesini sağlayan kültürü ve hem örgüt üyelerine hem de örgüt dışındakilere karşı bu kültürünü ve kimliğini yansıtmalarını sağlayan imajı örgütlerin karşısına çıkmaktadır. Eğitim örgütleri olan okullar eğitimde bir fark yaratmak, kendilerini diğerlerinin önüne çıkarmak ve özgün olmak istiyorlarsa

kimlik oluşturma sürecinde kültür ve imajı bir vasıta olarak görmeli, var olan okul kültürünü koruyarak geliştirmeli, imajını da yapılandırarak gözden geçirmelidirler.

1.2. Araştırmanın nemi

Örgütler ayakta kalabilmek ve kendilerini canlı tutabilmek için rakiplerine oranla daha güçlü ve her daim daha dinamik olmak zorundadırlar. Her an değişen ve gelişen teknoloji, evre şartları ve rekabet ortamı örgütlerin var olma şansını tehdit eder niteliktedir. Kk lekli örgütler, çok uluslu ve büyük ölçekli şirketlerle adil olmayan bir yarışa girmek zorunda kalmaktadırlar. Bir rgt hakkında konuşabilmek için o örgütün imajı son derece önemlidir. Her örgütün bir kimliği ve halihazırdaki örgütsel kültürüne bağlı olarak gelişen olumlu ya da olumsuz bir imajı vardır (Mason, 1993). Örgüt kimliğinin örgütsel kültürü yansıtarak örgütsel imajı etkileyen bir olgu olması bakımından bu araştırmanın önemini belirtmektedir.

Alanyazın araştırması yapıldığında Türkiye'de yapılan araştırmalarda örgütlerin imajları ile ilgili, örgüt kimliği ile ilgili ve örgütsel kültür ile ilgili birçok çalışmanın olduğu görülmektedir. Ancak imajın kültür ile ilişkisi yahut kimliğin imaj ile olan bağı veya kültürün kimlikle ve imajla etkileşimi ile alakalı çok fazla çalışma yapılmadığı görülmektedir. Yurtdışında yapılan araştırmalar incelendiğinde ise kimlik denildiğinde mutlaka akla kültür ve imajın geldiği vurgulanmaktadır. Birçok çalışmada kimliğin kültür ve imaj etkileşimi ile oluşan bir yapı olduğu vurgulanmış ve örgütsel araştırmalarda sıkça ele alınmıştır. Bu bakımdan araştırmanın önemi ortadadır ve alanyazındaki bu boşluğu dolduracağı, yeni çalışmalara yön vereceği, literatürde kimlik kavramının yanında imaj ve kültürün de anılması mesajını vereceğini düşünülmektedir.

1.3. Problem Cümlesi

Ortaöğretim kurumlarında görev yapan öğretmenlerin okullarına yönelik örgütsel kültür algıları, örgütsel imaj algıları ve örgütsel kimlik algıları arasındaki ilişki ve yordama düzeyi nedir?

1.4. Alt Problemler

1. Öğretmenlerin okullarına ilişkin örgütsel kültür, örgütsel kimlik ve örgütsel imaj algıları ne düzeydedir?

2. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algıları, örgütsel imaj algıları ve örgütsel kimlik algıları a-cinsiyet b-medeni durum c-eğitim durumu ve d-branş değişkenlerine göre farklılık göstermekte midir?

3. Öğretmenlerin okullarına ilişkin örgütsel kültür, örgütsel kimlik ve örgütsel imaj algılarının birbirleri ile ilişkisi var mıdır?

4. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algı düzeyi, örgütsel kimlik ve alt boyutları (yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği) algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

5. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kimlik algı düzeyi, örgütsel imaj ve alt boyutları (kalite imajı, görünüm imajı, sosyal imaj, altyapı imajı, program imajı) algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

6. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algı düzeyi, örgütsel imaj ve alt boyutları (kalite imajı, görünüm imajı, sosyal imaj, altyapı imajı, program imajı) algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

1.5. Sayıtlılar

Bu araştırmada aşağıdaki sayıtlılardan hareket edilmiştir.

a) Araştırmada, öğretmenler, okullarına ilişkin örgütsel kültür, örgütsel kimlik ve örgütsel imaj düzeylerini ifade ederken gerçek durumu yansıtmışlardır.

b) Örgütsel kültür; destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü şeklinde üç alt boyutta incelenebilir.

c) Örgütsel kimlik; yönetim, öğretmen, öğrenci ve çevre şeklinde dört alt boyutta incelenebilir.

d) Örgütsel imaj; kalite imajı, program imajı, altyapı imajı, sosyal imaj ve görünüm imajı şeklinde beş alt boyutta incelenebilir.

1.6. Sınırlılıklar

a) Araştırma, Sivas ili sınırları içerisindeki liselerde 2013-2014 eğitim öğretim yılında çalışan öğretmenlerin algılarıyla sınırlıdır.

b) Değişkenler kuramsal kısımda açıklanan örgütsel kimlik, örgütsel kültür ve örgütsel imaj boyutlarıyla sınırlıdır.

c) Araştırma, değişkenleri ölçmek için geliştirilen ölçeklerle toplanan bilgilerle sınırlandırılmıştır.

1.7. Kavramlar

Bu bölümde, araştırmada kullanılan anahtar kavramların tanımları ile birlikte araştırmada sıkça kullanılacak öteki kavramlar aşağıda verilmiştir.

Okul: Ortaöğretim düzeyinde eğitim-öğretim veren kamu okullarıdır.

Öğretmen: Ortaöğretim düzeyinde eğitim-öğretim veren kamu okullarında görevli öğretmenlerdir.

Okul Yöneticisi: Ortaöğretim düzeyinde eğitim-öğretim veren kamu okullarının yöneticileridir (müdür ve müdür yardımcıları).

Örgütsel Kültür: Örgüt tarafından benimsenen ve çalışanlara aktarılan temel değerlerdir (Ovalıoğlu, 2007).

Örgütsel Kimlik: Örgütle alakalı bireylerin örgüte yönelik inançları ve deneyimleridir (Hatch, 1997).

Örgütsel İmaj: Örgütün hem üyelerinin hem de dış katılımcıların örgütle ilgili algılamalarıdır (Polat, 2011).

BÖLÜM II

ALANYAZIN TARAMASI VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. KÜLTÜR

Türk Dil Kurumu'nun sözlüğünde Fransızcadan geldiği belirtilen kültür kavramı şöyle tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2005): "1. Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunların yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın ve doğal toplumsal çevresine egemenliğin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin. 2. Bir topluma veya halk topluluğuna özgü düşünce ve sanat eserlerinin bütünü. 4. Bireyin kazandığı bilgi."

Uygur'a (2006) göre "kültür, doğanın insanlaştırılma biçimi, bu insanlaştırmaya özgü süreç ve verimdir. Kültür, insanın kendini kendi evinde duymasını sağlayacak bir dünya ortaya koymasıdır." İnsanı diğer canlılardan ayıran en temel özellik, doğanın kendisi için önceden belirlemiş olduğu kurallar olmaksızın bir kültürü var edebilme ve yarattığı kültür ile kendi gelişimini ve varlığını sürdürebilme becerisine sahip olmasıdır.

Tylor'a göre "kültür, ya da uygarlık, bir toplumun üyesi olarak, insanoğlunun öğrendiği (kazandığı) bilgi, sanat, gelenek-görenek ve benzeri yetenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütündür" (Güvenç, 2002).

Linton'a göre kültür, öğrenilmiş davranışlar ile bir örgütün üyelerince diğerlerine ulaştırılan düşünce kalıpları ve davranışların sonucudur (Erdoğan, 1994).

Schein (2002) kültürü bir topluluğun çevreye uyumu ve kendi içinde bir araya gelerek bütünleşme problemlerini çözmek için kullandığı ve herkesçe tanınacak kadar olumlu işleyen, yeni üyelere de problemleri doğru bir dilde anlama ve düşünme şekli geliştirmesini sağlayan temel değerler ve normlar sistemi olarak tanımlamıştır.

Kültür, insanların içinde yaşadığı sosyal çevre ve şartlara denir. Kültür, insan gruplarının özel başarılarını içeren, sembollerle nakledilen, kalıplaşmış düşünce tarzı, hisler ve tepkilerdir. Kültürün özü, geleneksel düşüncelerden ve bilhassa onlara bağlı değerlerden meydana gelir. Birey için kişilik ne demekse, bir insan grubu için kültür de o demektir. Değişik kültürleri yaratan güçler, bir memleketin tarihi, coğrafyası, doğal kaynakları gibi faktörlerdir. Bu güçlerden meydana gelen önemli değerler ve inançlar insan davranışlarını yönetir ve insani ilişkilerini kolaylaştırır. Zaten bu görülmezlik, kültürleri kuvvetli yapar ve insan farkına varmadan onun davranışını, algılayışını ve hükümlerini uygulamaya başlar (Çetin, 2004).

Güvenç, kültürün en önemli özelliklerini, antropolog Murdock'tan esinlenerek şöyle sıralamaktadır (Güvenç, 2002): Kültür toplumsaldır, tarihidir, süreklidir, önceki kuşaklardan öğrenilir ve sonraki kuşaklara öğretilir. Kültür ulaşılmak istenen ya da örnek kurallar sistemidir. Kültür bir toplumun ihtiyaçlarını karşılar ve bunlardan doyum sağlamalarına neden olur. Kültür zaman içerisinde değişerek ve gelişerek bütünleştirici bir rol alır.

Özlem (2000) kültür ile ilgili olarak iki noktanın önemini vurgulamaktadır; insanın dünyaya geldiği ve yetiştiği ulusal kültür ortamının etkisinde olduğu kadar evrensel kültür ortamının da etkisinde kaldığıdır. İnsanoğlunun kendi kültüründen miras kalanlara yenilerini ekleyerek kültürünü zenginleştirdiğini vurgulayan Özlem (2000), kültürün temel özelliklerinden birini Leibniz'in sözleriyle "geçmişin yükünü taşımak ve geleceğe gebe olmak" şeklinde açıklamaktadır.

Kültür belirli bir grubu diğer gruplardan ayıran özellikler bütünüdür. Kültür toplumun normlarını, temel değer ve inanç sistemini bir araya getirerek toplumda dayanışmanın temelini oluşturur. Kültür örgütün sosyal yapısını dışarıya kodlayan ve sosyal kimliğin oluşmasını sağlayan temel nedendir (Dönmezer, 1982).

Oğuz'un (2011) aktardığına göre; kültüre yönelik yapılan tanımlar günümüzde aşağıdaki konular etrafında şekillenmektedir (Smith, 2001):

- Maddeci, teknolojik ve sosyal anlamda yapısal olana karşı çıkan kültür yaklaşımları bulunmaktadır. Bu yaklaşımlara göre kültürün bir yaşam tarzından farklı ve bağımsız algılanması gereken bir şey olduğu savunulmaktadır. Kültür, maddesel olmayan ideallerin ve ruhaniyetin beşiğidir. Buna göre kültür, inançlar, değerler ve semboller bütünüdür.

- Kültürün özerkliği üzerine odaklanan tanımlar vardır. Bu bakış açısına göre kültürün ekonomik dengelerden, güçler dağılımından ya da sosyal gereksinimlerden bağımsız açıklanabilmesi mümkün değildir.

- Kültür çalışmalarının sanatla sınırlı olmadığını, sosyal hayatın tüm yönlerini ve kademelerini bütünüyle kapsadığını savunan görüşler bulunmaktadır. Buna göre, sosyal sınıf farkına yönelik kültürel düşünceler çağdaş akademik çalışmalarda yer bulmazlar.

2.1.1. Örgütsel Kültür

İnsanlar inanç ve davranışlarının çoğunu birlikte yaşadıkları diğer kişilerden kopyalarlar. Her bireyin kendine özgü yetenek ve tercihlerinin olmasına rağmen, aynı örgütlerde yaşayan bireylerin bu tip özellikleri birbirlerine benzer. Bu ortak özellikler

kültürün yaratılması için zemin hazırlar. Örgüt içinde aynı amaç için çalışan bireyler, aynı kültürel özelliklere sahip olacakları için, birbirlerini anlamaları daha kolay olacaktır. Kültür, bir grup insan tarafından yaratılan ve çevrede gelişen olaylara karşı ortak bir algılama yorumlama, açıklama, cevap verme ortamı yaratılan ortak bir platformdur (Lederach, 1995).

Schein'e (2002) göre örgütsel kültür, örgütün kendine özgü öğrenme yeteneklerini kullanarak problemlerini ortak bir platformda çözmesine yardımcı olan ve bunu hızlandıran bir olgudur.

Örgüt kültürü örgüt üyelerince benimsenen ve örgütün elemanlarına ulaştırılan temel inanç ve değerlerdir. Örgüt kültürü üyelerin tamamından oluşmaktadır ve üyeler arasında dayanışmayı ve kaynaşmayı sağlamaktadır. Örgüt üyelerinin birbirleriyle olan ilişkileri de örgüt kültürü tarafından biçimlendirilmektedir (Ovalıoğlu, 2007).

Peter ve Waterman (1982) ise örgüt kültürünü herkesçe kabullenilmiş ve bir araya getirilmiş baskın inanç ve normlardan oluşan örgüt üyelerine sembolik anlamlarla taşınan, örgüt içindeki paylaşılan inanç, norm, değer, slogan ve masallardan oluşmuş yapı şeklinde tanımlarlar (Akt: Özkalp ve Kirel, 2001).

Her örgütün geçmişteki yaşantısı ve kendi içerisindeki paylaşımları farklı olacağı için örgüt kültürleri de farklı olmak zorundadır. Örgüt kültürü örgüt üyelerinin bireysel davranış ve düşüncelerini yönlendiren, örgütsel davranışlarını belirleyen ve şekillendiren temel değerleri, örgüt hakkında bilinen masalları, toplantı ve anmaları ile kullandığı dilden işyeri görünüşüne, planı ve çalışanları arasında kullanılan giyim tarzına kadar var olan bir çok özellik üzerinde etkisini göstermektedir. Örgütün başarı hikayeleri, örgütsel anma ve kutlamalar, örgütün önde gelen isimleri kültürün içinde bir yere sahiptir. Anlaşılacağı üzere bu gibi özellikler her örgütte farklılık göstermektedir. Bu bakımdan örgüt kültürü de örgüt kimliği de örgütleri birbirinden ayıran ve diğerlerinden farklılaşmalarını sağlayan bir durum olduğu görülmektedir (Ovalıoğlu, 2007).

Örgüte ilk giren kişiler kendi kültürleri ile girdikleri gibi, var olan kültüre de uyum gösterebilirler ya da uyum göstermeseler de örgütün kural ve normları gereği uyum için zorlanırlar. Bu ifadeden örgüt üyelerinin birbirleriyle sürekli iletişim halinde olduklarını anlamaktayız. Sürekli iletişim halinde bulunmak örgüt kültürünün yapısını değiştirmesine katkıda bulunabilecektir. İçinde yaşadıkları örgütlerin kültürel yapılarından etkilenen örgüt üyeleri, davranışlarında da bu etkileri göstermeye başlarlar.

Bu nedendir ki bir örgütün kültürel yapısını incelemek o örgüt hakkında bir takım bilgilere sahip olmamıza neden olmaktadır. Bu durum özellikle, mal veya hizmet sunulacak pazarları araştırırken işe yarayacak ve böylelikle bu malları veya servisleri sunan örgütlerin başarısını etkileyebilecektir (Aydın, 2009).

Örgüt kültürünün örgüt üyeleri üzerindeki etkisi ve üyelerin örgüt kültürü üzerine karşılıklı bir etkisi vardır. Bir örgüt için zaman içerisinde süregelen bir örgüt kültürü kalite, motivasyon, moral, iş tatmini vs gibi etkilere neden olacaktır. Bu bakımdan örgüt kültürü örgütü rakiplerinin önüne geçirecek ve üstünlük kurmasını sağlayacak önemli bir role sahiptir. Örgüt kültürünün örgüt için pozitif fonksiyonlarından biri de örgütsel sosyalleşmeyi sağlayacak bir araç olmasıdır. Örgüt kültürü örgütü yönetecek yeni adayların örgüt hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlayarak kendilerini geliştirmelerine yardım eder. Ayrıca bunun yanında kültür, örgütçe benimsenen değer ve normların birleşimi olduğu için bu değer ve normlar sistemini genç kuşaklarla paylaşarak örgütün hayatta kalmasını ve devam etmesini sağlar. (Ovalıoğlu, 2007).

Örgüt kültürü, üyelerin örgüt ile bütünleşmelerini sağladığı için bütünleştirici işlevi; Belirli kalıplarda davranış ve düşünce yönergeleri göstererek üyelerin davranışlarını kontrol edici bir etkide bulunarak ve hatta çoğu zaman davranışlarını eş güdümlenerek koordinasyon işlevi; örgüt kültürünün güdüleme etkisinden yola çıkarak üyelerin örgüt hakkındaki düşüncelerini olumlu hale getirmesine katkı vererek motivasyon işlevini ortaya koyar (Okay, 2005).

Örgütlerin de aynı insanlar gibi kişiliği vardır ve aynı insanlar gibi sert veya yumuşak, resmi veya yakın, tutucu veya yeniliklerle uyumlu olabilmektedirler. Örgüt kültürü her bir üyesine ayrı bir kimlik verebilmektedir. Örgütün sağlıklı olmasına fayda sağlayan ve örgütün üyelerince aralarında paylaşılan iç değişiklikler sunulmaktadır. Örgüt kültürü aynı örgütteki üyelerin inanç, değer, beklenti ve varsayımları ile insanların davranışlarını ve kişiler arası ilişkilerini etkileyen durumların nasıl yürütüldüğünü gösteren kuralların denetlenmesidir (Erengül, 1997).

Örgüt kültürü uygun davranış ve ilişkileri tanımlarken kişileri istekli hale getirmekte ve belirsizliğin olduğu zamanlarda çözüm önerileri göstermektedir. Bu yüzden yüksek performans elde etmek isteyen lider ve yöneticiler kendi örgüt kültürünü anlamalı ve kontrol etmelidirler (Akıncı, 1998). Bir örgütün kültürü o örgütteki üyelerin davranış ve düşüncelerini etkilemektedir. Etkisi yüksek ve karmaşık olan örgüt

kültürü örgütün neyi temsil ettiğini, nasıl kaynaklarını ayırdığını, kullandığı sistemleri, çalıştırdığı insanları, iş ve çalışanlar arasındaki uyumu ortaya çıkan sonuçları ve ödülleri problemler ve olanaklar olarak neyi tanımladığını ve onları nasıl ele aldığını ifade etmektedir (Okay, 2000).

2.1.2. Örgüt Kültürü Yaklaşımları

Literatürde öne çıkan bazı örgüt kültürü yaklaşımlarına aşağıda yer verilmiştir.

2.1.2.1. Deal ve Kennedy'nin yaklaşımı

Deal ve Kennedy'ye (1982) göre dört çeşit kültür sınıfı risk durumu ve geri bildirim durumuna göre oluşturulmuştur. Birinci kültür sınıfında hızlı geri bildirim ve yüksek risk durumlarında etkinlik gösteren örgütlerde, örgütsel başarının kişisel gayret ile elde edilebileceği ve bu kişisel başarının ödüllendirilmesi gerektiği kültür hakimdir. İkinci kültür sınıfı eylem kültürüdür. Bu kültürde hızlı geri bildirim ve düşük risk koşullarında olan örgütlerde, örgüt başarısının müşteriye odaklı olduğu takdirde kazanılacağı ve örgüte bağlı üyelerin olgunluk ve mükemmeliyetlerini gerektiren kültür öne çıkar. Üçüncü kültür sınıfı ise yetki kültürüdür. Bu kültürde yavaş geri bildirim ve yüksek riskin bulunduğu durumlarda etkinlik gösteren örgütlerde, yatırıma karar verecek kişiler örgütün üst yönetimindedir. Örgüt üyelerinin bilgi, beceri, yetenek ve deneyimleri etkili kabul edildiği kültürdür. Dördüncü kültür çeşidi ise kapalı hiyerarşi kültürü olarak isimlendirilir. Bu kültürde ise yavaş geri bildirim ve düşük riskin bulunduğu durumlarda etkinlik gösteren örgütlerde ast üst ilişkisinin hakim olduğu, normlara ve geleneklere dayalı olarak ilerleyen bir yapı söz konusudur (Akt: Eren, 2010).

2.1.2.2. Cameron ve Quinn'in yaklaşımı

Cameron ve Quinn'in (1999) kültür modeline göre örgüt kültürü örgütsel başarıyı ve örgütsel etliliği etkilemektedir. bu modelde örgütsel kültür varsayımlar, yorumlamalar ve değer yargıları ile açıklanmaktadır. Rekabetçi değerler olarak isimlendirilen bu yaklaşımda örgütsel etkililik için örgüt üyelerinin değer yargıları incelenmiştir. Rekabetçi değerler modeli organik ve mekanik süreçler ile içsel koruma ve dış konumlandırma olmak üzere toplam iki boyuttan oluşmaktadır. Organik süreçler, örgütte esnekliğe ve kendiliğinden oluşmaya önem verir. Mekanik süreçler, kontrole, dengeye ve düzene önem vermektedir. Diğer yandan içsel koruma bütünleşmeyi ve düzenleme çabalarını ifade eder. Dış konumlandırma ise rekabet ve farklılaşmaya

ağırlık vermektedir. Bu boyutların farklılığına dayanarak dört ayrı kültür biçimi olduğu belirtilmiştir. Bu kültürlerden birincisi olan girişimci kültürde esneklik, yenilik yapma, amaçların elde edilmesi için belirsizlikle baş etme becerisi, yaratıcılık gibi öğeler önemsenmekte ve örgütün temel gerekliliği olarak düşünülmektedir. İkincisi olan işbirliği kültüründe üyeler arasındaki uyum ve bütünleşme ile ortak değerlerin aktarımı örgüt amaçlarının ortaya çıkarılmasında önemli görülmektedir. Üçüncüsü olan hiyerarşi kültüründe normlar, gelenekler, kurallar hakimdir. Son olarak Piyasa kültüründe ise pazar payı sağlanarak örgüt amaçlarının gerçekleştirilebileceği ve örgütsel sonuçların ödüllendirilmesi gerektiği savunulur (Akt: Eren, 2010).

2.1.2.3. Denison ve Mishra'nın yaklaşımı

Kızıloğlu ve Bayrak Kök'ün (2017) aktardığına göre; Denison ve Mishra (1995) çevresel şartlara uyum gösterme ve örgütün değişen çevreye karşı kendisini fonksiyonel hale getirme şeklinde iki boyutta örgüt kültürünü ölçebileceğini savunmaktadır. Bu iki boyuttan ortaya çıkan dört temel faktör belirlenmiş ve bu dört kavramsal faktörün birbiriyle ilişkisinden meydana gelen üç alt faktör yani toplamda on iki kavram tanımlanmıştır.

Bunlar incelendiğinde; uyum yeteneği faktörü, değişim yaratma, örgütsel öğrenme ve müşteri odaklılık olmak üzere üç ayrı alt faktöre ayrılmaktadır. Değişim yaratma alt faktörü gelişip değişen çevresel şartlara yönelik örgütün etkili ve yaratıcı sonuçlara ulaşabilmesidir. Örgütsel öğrenme ise örgütün daima kendini yenileyip geliştirerek öğrenen bir örgüt olup süratle gelişen çevresel şartlara uyum sağlamasını önemsemektedir. Müşteri odaklılık, örgütün devamlı ilişki kurduğu müşterilerinin isteklerini karşılamak için etkinlikleri ilerletmesini vurgulamaktadır.

Vizyon faktörü, stratejik yönetim, örgüt amaçları ve misyon alt faktörlerine ayrılmaktadır. Stratejik yönetimde, örgütsel strateji, hedef ve programların örgüt üyelerinin değerlerini yönlendireceğini ve amaçların bu şekilde elde edileceği vurgulanmaktadır. Örgüt amaçlarını gerçekleştirmek için uzun vadeli hedefler ortaya konulmalı ve bu yönde hareket edilmelidir. Misyon ise örgütsel bütünleşmenin örgüt üyelerinin birbirine aktardığı ortak değerler ve inançlarla sağlanacağını ortaya koymaktadır.

Katılım faktörü, yetkilendirme, takım çalışması ve yetenek geliştirme alt faktörlerinden oluşmaktadır. Yetkilendirme, örgüt üyelerine görevleriyle alakalı yetki ve sorumluluk vererek örgütsel bütünleşmenin sağlanacağını ifade eder. Takım

çalışması, örgütte belli özelliklere sahip olan bir grubun bir arada çalışarak amaçlarına ulaşabilmek için bir güç oluşturabileceğini vurgular. Yetenek geliştirme ise, örgüt üyelerinin yetenek ve farklı özelliklerini keşfedip destekleyerek örgütün amaçlarına ulaşılacağını önemser.

Son faktör olan tutarlılık ise, temel değerler, uzlaşma ve güç birliği ile bütünleşme alt faktörlerinden oluşmaktadır. Temel değerler örgüt üyelerinin işlevsel özelliklerini belirleyen tüm normlar, değerler ve inançlarını kapsamaktadır. Uzlaşma, örgüt üyelerinin ortak bir düşünceye ulaşip birlikte hareket etmeleri ile örgütün işlevselleşeceğini ifade etmektedir. Güç birliği ve bütünleşme ise iş görme kural ve yöntemleri ile alt ve üst kademede bulunan bölümler arasında varılan kararların örgütsel amaçlara ulaştıracağını vurgulamaktadır.

2.1.2.4. Handy'nin yaklaşımı

Charles Handy'ye (1995) göre örgütler yönetim anlayışı ve yapısı bakımından dört gruba ayrılmıştır. Bunlar güç kültürü, rol kültürü, görev kültürü ve birey kültürü olarak isimlendirilmiştir. Güç kültürü, aile şirketlerinde görülen güvene dayalı bir ilişkinin temel alındığı, merkezi kontrolün var olduğu biçimsel olmayan örgütlerde görülmektedir. Rol kültüründe biçimsellik hakimdir ve kurallar, normlar, bürokratik süreçler ve geleneksel iş tanımları öne çıkmaktadır. Rol kültüründe kararlar yazılı olarak alınır ve süreç resmi olarak devam ettirilerek çalışanlara bu şekilde bir bilgi akışı sağlanır. Görev kültüründe güç uzmanlığa bağlıdır. Bu kültürde durumlar karşısında bütüncül yaklaşabilme, yaratıcılık, duyarlılık ve paylaşımcılık ön plandadır. Son olarak birey kültüründe ise, birey merkezdedir. Örgüt üyesi örgütten aldığı hizmet ile örgütsel amaçlara ulaşabilir anlayışı hakimdir. Bireyin varlığı örgütün varlığından önce gelmektedir ve birey örgütten uzaklaştırılmamakta ancak kendisi isterse örgütten ayrılabilir. Bireyler arasında kişilerin uzmanlık alanlarına göre güç paylaştırılmaktadır (Akt: Terzi, 2000).

2.1.2.5. Goffee ve Jones'un yaklaşımı

Goffee ve Jones'a (2002) göre örgüt kültürü örgütün performansında etkili bir role sahiptir ve örgüt kültürü çevresel faktörlerle uzlaşabilmek için oluşturulmuştur. Bu yaklaşıma göre örgüt kültürü çevresel faktörlere göre değişebilmektedir. Bu bakımdan doğru veya iyi olarak tanımlanabilecek bir örgüt kültürü yoktur ve en uygun örgüt kültürü çevreye en çok ve en başarılı uyum sağlayan kültür şeklidir. Bu yaklaşımda

örgüt içindeki arkadaşlığın derecesi olarak sosyalleşme ve örgüt içerisindeki bireylerin birliktelik derecesi olarak dayanışma olmak üzere iki temel ögeye vurgu yapmışlardır. Bu iki ögenin düşük veya yüksek olma durumuna göre ortaya çıkan kültür boyutları ise dört farklı biçimde sınıflanmaktadır. Bu sınıflama şebeke kültürü, halk kültürü, parçalanmış kültür ve paralı asker kültürü olarak adlandırılmaktadır.

Şebeke kültüründe örgüt elemanları arasında dayanışma zayıf fakat sosyal ilişkiler üst düzeydedir. Halk kültüründe örgüt elemanları arasındaki uyum ve işbirliği artması ile örgütsel başarının artacağı ifade edilmektedir. Örgütün yapısı ve fonksiyonelliği uyum ve işbirliği değerlerine odaklanmıştır. Parçalanmış kültürde örgüt elemanları arasında farklı grup kültürleri görülür ve sosyal ilişkiler ile dayanışma zayıftır. Paralı asker kültüründe ise, örgüt elemanları arasında dayanışma çok üst seviyededir fakat sosyal ilişkiler yoktur. Örgütsel başarının ancak dayanışma ile gerçekleşebileceği savunulur.

2.1.2.6. Danışman ve Özgen'in yaklaşımı

Danışman ve Özgen'e (2003) göre örgüt kültürü dokuz farklı boyutta gruplanmıştır. Bu boyutlar, kuralcılık eğilimi, hiyerarşi eğilimi, sonuç eğilimi, klan eğilimi, destekleyicilik eğilimi, takım eğilimi, gelişme eğilimi, profesyonelizm eğilimi ve açıklık eğilimi olarak ifade edilmektedir. Kuralcılık eğilimi örgütte kurallara, kurallara uymaya öncelik vermiştir. Hiyerarşi eğilimi, emir komuta zincirine, örgütte hiyerarşiye, otoriteye, üyelerin ast üst şeklindeki görev ve durumlarına önem göstermektedir. Sonuç eğilimi çeşitli örgütsel sonuçların önemsenme derecesini ortaya koymaktadır. Klan eğilimi örgüt üyelerini aile üyeleri gibi görme, onların özel sorunlarıyla ilgilenme derecesine vurgu yapmaktadır. Destekleyicilik eğilimi, verilen sorumlulukların eksiksiz yapılmasına veya belli miktarda inisiyatif kullanılmasına önem vermektedir. Takım eğilimi, bireysel görevler ve grup çalışması ile bireysel ve grupla karar vermeye önem vermektedir. Gelişme eğilimi, gelişme ve yenilikler ile durağanlık ve istikrar arasındaki eğilimlerin önemsenme derecesini belirtmektedir. Profesyonelizm eğilimi, olgunluk, yetkinlik, performansa dayalı ilerleme ve rasyonel problem çözümünün önemsenme derecesine işaret etmektedir. Son olarak açıklık eğilimi ise, anlaşmazlık ve çatışmalarda sorunların açıkça tartışılabilme derecesini ifade etmektedir.

2.1.3. Örgüt Kültürünün Boyutları

Örgüt kültürünün tanımlanması ve belirlenmesinde esas olan boyutlardan aşağıda söz edilmektedir. Bunlar (Dinçer, 1996; Akıncı, 1998);

2.1.3.1. Bireysel özerklik: Örgüt üyelerinin özgürlük ve sorumluluğa sahip olma derecesidir.

2.1.3.2. Risk toleransı: Örgüt üyelerinin yaratıcı, girişimci ve risk almaya açık bir biçimde yönlendirilme derecesidir.

2.1.3.3. Yön: Örgütün üyelerine sunduğu hedefler ve bu üyelerden beklenen performans derecesidir.

2.1.3.4. Bütünleşme: Örgüt birimlerinin koordinasyon içerisinde çalışmaya yönlendirilmeleridir.

2.1.3.5. Yönetim desteği: Örgüt içinde üst düzey yöneticilerin alt pozisyonlardaki üyelere gösterdiği iletişim, yardım ve desteğin derecesidir.

2.1.3.6. Kontrol: Örgütte geçerli olan kural ve yönetmeliklerin sayısı ve örgüt üyelerinin davranışlarını kontrol altında tutmak için yapılan denetimlerinin sayısıdır.

2.1.3.7. Kimlik: Üyelerin örgütü bir bütün şeklinde tanıma ve anlama derecesidir.

2.1.3.8. Ödül Sistemi: Nesnel olarak belirlenmiş kriterlere göre verilen ödüllerin derecesidir.

2.1.3.9. Fikir ayrılıklarına verilen tolerans: Örgütte üyelerin düşünce farklılıklarından çıkan anlaşmazlıkların ne kadarının tolere edildiği ve örgüt üyelerine verilen eleştiri ve uzlaşma derecesidir.

2.1.3.10 İletişim modelleri: Örgütsel iletişimin, resmi otorite ve ast üst ilişkisiyle ne kadarının sınırlandırıldığıının derecesidir.

2.1.4. Örgüt Kültürünün Unsurları

Örgüt kültürünün temel unsurları değerler, normlar ve varsayımlardır. Bunun yanı sıra, örgüt kültürünün görülebilen öğeleri arasında; seremoniler ve törenler, adetler, hikayeler, mitler, semboller, dil ve kahramanlar sayılabilir.

2.1.4.1. Değerler

Değerler, kültürün içsel yönünü yani öznel, gözle görülmeyen kısmını kapsamaktadır. Örgütsel sorunların çözümünde uygun olarak kabul edilen çözüm biçimini göstermektedir. Örgütlerin değer ve inançlarını bazı kültürel faktörler açıklayabilir. Ayrıca söz konusu değerler ve inançlar bir örgütün olmak istediği yeri,

temel amaçlarını, standartlarını yansıtır ve yönetim felsefesi veya örgütsel kimlik içerisinde çeşitli şekillerde vurgulanır (Şişman, 1994).

2.1.4.2. Normlar

Başaran'a (1991) göre normlar, örgütün kültürel inançlarına ve değerlerine uygun bir şekilde örgüt üyelerince geliştirilen, üyelerin çoğunluğu tarafında kabullenilip benimsenmiş ölçütler ve davranışlar bütünüdür. Normlar, örgüt üyelerine örgüt içinde nasıl davranmaları gerektiği, üyeler arasında nasıl etkileşimde bulunmaları ve başkaları ile nasıl iletişim kurmaları konusunda yol gösterirler.

Normlar yani uyulması şart olan kurallar bazen yazılı olmayabilir ve açık bir biçimde dile getirilemeyebilir. Fakat örgüt elemanlarının gösterdikleri davranışlar üzerinde son derece etkilidir. Mesela "üst düzey amirlerinle tartışma", "kötü haberi duyuran sen olma" biçiminde kalıplaşmış davranış ve normlar, o örgütün içerisinde üyelerin nasıl davranmaları gerektiği konusunda ipuçları verebilmektedir (Sabuncuoğlu ve Tuz, 1998).

2.1.4.3. Varsayımlar

Varsayımlar, örgüt içerisinde örgüt üyelerinin gündelik davranışlarının nesnel sonuçlarını ve üyelerin bakış açısını etkileyen en temel kültürel faktörlerden biridir. Örgüt üyelerinin algılarını, hislerini, düşünce ve davranışlarını yönlendirerek onların örgütsel yaşama ilişkin taşıdıkları doğru-yanlış, anlamlı-anlamsız, olanaklı-olanaksız gibi öngörülerini oluşturan herkesçe kabul edilmiş doğrulardır (Sabuncuoğlu ve Tuz, 1998; İpek, 1999).

2.1.4.4. Seremoniler ve Törenler

Seremoniler özel bir olayı gerçekleştirmek ya da belli bir amacı birilerine iletmek amacıyla faaliyet gösteren özel olaylardır. Bu özel olay sırasında örgüt üyeleri örgütsel kültürün bir parçası olan kahramanlara, mitlere ve sembollere ait kutlamalar yaparlar. Bu nedenle seremoniler, önemli kültürel normların ve değerlerin anıldığı ve kutlandığı olaylara örnek olmaktadır. Seremonilerin çoğunluğu, gelenekselleşmiş etkinlikleri yani kısaca törenleri kapsamaktadır (Özkalp ve Kirel, 2000; Çelik, 2000).

2.1.4.5. Semboller

Semboller örgüt kültürünü pekiştirmeye yardımcı olan elemanlardır. Örneğin kurumların tasarımı, fiziksel görünümü ve dekorasyonu, mobilyaları, yöneticilerin kıyafetleri, örgütün kullandığı logolar, ambalajlar ve ürün tasarımları gibi maddesel semboller örgüt üyelerine uygun görülen davranış kalıplarını aktarır ve örgüt üyelerine

kimin önemli olduğu, üst yönetimce arzu edilen davranış durumları hakkında bilgi verir (Taş, 1995).

2.1.4.6. Adetler

Adetler, her zaman herkes tarafından tekrar edilen ve gündelik örgütsel durumlarda gözlenen davranışlardır. Adetler çoğu zaman yazılı değildir, fakat yine de herkese o örgütte işlerin nasıl ilerlediği konusunda bilgi verir. Bazı kurumlarda örgüt üyeleri birbirine resmi kalıplar içerisinde hitap edip ast üst ilişkisini korumaya çalışırlar, bazı kurumlarda ise tam aksine en üst düzeyden en alta kadar herkes birbirine ismiyle hitap eder ve resmi sınırlar kalkabilir (Şişman, 1998).

2.1.4.7. Hikaye ve Efsaneler

Hikaye ve efsaneler, örgütün tarihte yaşadığı önemli olayların genel olarak mübalağalı bir anlatımla paylaşılması sonucunda ortaya çıkan ve örgüt kültürü açısından son derece önem taşıyan kültürel öğelerdir. Hikayeler ve efsaneler, örgütün bugünü ile geçmişteki durumu arasında köprü görevi görmektedir. Hikaye ve masallar bu bakımlardan örgüt üyelerinin davranışlarına önemli ölçüde yön verebilmektedir (Unutkan, 1995).

2.1.4.8. Mitler

Mit, bir örgütün veya belli bir grubun normlarını, değerlerini ve kendilerini tanıtmalarını sağlayan bir iletişim aracıdır. Örgütün önemli bir normu veya değeri örgüt üyelerinin istedik bir davranışıyla harekete geçmişse bu davranış veya hareket mitleşmektedir. Bir örgütün değerlerine, liderlerine veya farklı üst düzey üyelerine yönelik ilginç olaylar ve masallar, zamanla belirli bir anlamı taşıyan mesaja dönüştüğünde mitleşir. Mitler eğer üyelerin örgüte ait olma hissini güçlendiriyorsa pozitif olarak değerlendirilmektedir. Fakat üyelerde örgüte karşı bir kutuplaşma ve ayrılığa neden olarak örgütün parçalanıp bölünmesine neden oluyorsa o halde bu mitlerin negatif olduğu düşünülmektedir (Erdem, 1996).

2.1.4.9. Dil

Dil, bir iletişim aracı olmakla kalmayıp aynı zamanda kültürün en temel yapı taşlarından biridir. Nasıl her ülkenin bir ana dili var ise örgütler de kendilerine ait bir dile sahiptirler. İşte bu örgüt dilini ancak o örgüte ait üyeler anlayıp kullanabilir. Bu şekilde örgüt dili sayesinde örgütsel kültür korunur (Terzi, 2000). Her örgütün kendine has olan örgüt dili içerisinde; argo ifadeler, deyimler, şakalar mecazlar, metaforlar, sloganlar veya sözel semboller yer almaktadır (Becerikli, 1999).

2.1.4.10. Kahramanlar

Kahramanlar örgüt tarihinde o örgüt uğruna son derece faydalı işler yapmış, birçok hizmette bulunmuş ve bu bakımdan da örgüt içerisinde lider olmuş, örgütü başarıya ulaştırmış kimselerdir. Örgüt kahramanları, örgüt içerisinde tek bir kişi değil birden fazla kişiler olabilirler. Bu kişiler gerçekten yaşamış kişiler veya bu olaylar gerçekten yaşanmış olaylar olabileceği gibi kişi ve olaylar tamamen hayali de olabilirler. Kahramanlar örgütün ideal özelliklere sahip üyeleridir (Şişman, 1998). Örgüt kahramanları, örgüte hizmet ederek o örgütün kültürüne katkı sağlamış, örgüt üyeleri üzerinde motivasyonu artırıcı etkisi olan ve örgüt kültürünü çevreye karşı temsil eden kişilerdir (Kozlu, 1986).

2.2. KİMLİK

Kimlik kavramı, Socrates, Plato ve Aristo gibi antik çağ filozoflarından bu yana düşünülmektedir. İnsanlar “ben kimim?” temel sorusuna yanıt aramaktadır. Gerçekte, bireylerin kendilerini kuşatan dünyayla ilişkileri bağlamında kendilerini nasıl gördükleri sorusu, kimlikle ilişkili olan temel bir konudur ve psikoloji, felsefe, sosyoloji ve dinsel çalışmalarda yer alır. Kimlik kavramı, her ne kadar basit görünse de açıklanması zor bir kavramdır. Binlerce yıldır insanoğlu kimliği anlama ve araştırmaya heveslidir (Çobanoğlu, 2008).

2.2.1. Bireysel Kimlik

İlk kimlik teorileri, Cooley (1902), James (1918) ve Mead (1934) tarafından geliştirilmiştir. Cooley (1902), benliğin bireyin içinde derin bir şekilde kök saldıığını ancak değişime eğilimli olduğunu ifade etmektedir. James'e göre (1918), bir insanın kim olduğu büyük ölçüde dışsal algıların sonucudur. Mead (1934), her bireyin benliğini sosyal deneyimler yoluyla anladığını ifade etmiştir. Birey, toplumun diğer üyelerinden kendini ayırarak benliğinin bütünlüğüne ulaşır (Akt: Tobin, 2002).

2.2.2. Sosyal Kimlik

Sosyal Kimlik kuramında, örgütsel kimlik algısı için iki temel güdü tanımlanmaktadır. Bunlardan ilki, bireyin toplum içindeki yerini belirlemeye yardımcı olan benlik sınıflama ihtiyacıdır. İkincisi ise, bir grup veya kurum içerisinde olmanın kişiye bir ödül olmasını sağlayan kendini zenginleştirme ihtiyacıdır. Bu kuramda bir yanda bireyin içinde bulunduğu grupta oluşan sosyal kimliğince belirlenen, arkadaşlık ve paylaşma duygularının yoğun olduğu grup davranışları vardır. Diğer yanda da bireyin kendini diğerlerinden farklı kılan özelliklerin oluşturduğu bireysel kimliğince belirlenen ben merkezli bağımsız davranışları yer alır (Ertürk, 2003).

2.2.3. Örgütsel Kimlik

Kimlik denildiğinde herkesin aklına kendine has olma ve teklik, özgünlük kavramları gelir. Bir insanı özgün hale getiren onun kimliğidir. Her bir insanın kimliği birbirinden farklıdır, bu bakımdan tüm insanlar birbirlerinden farklıdır. Bir insanı diğerlerinden ayırıp farklı kılan yani birey yapan şey o kişinin kimliğidir. Örgütler de aynı insanlar gibi eğer özgün bir kimlikleri varsa sosyal çevreleri içerisinde var olurlar. Kimlikleri sayesinde kendilerini insanlara ve diğer örgütlere tanıtmaya ve ispatlama şansına sahip olurlar. Örgütler dışarıya karşı bir kimlik oluşturmak ve sosyal bir şekilde çevresiyle iletişim kurmak için bir takım semboller kullanırlar. Her örgütün sembolü, yani kendini dış çevresine karşı sunuş şekli farklı olacaktır. Nasıl ki, insanlar kimlikleri

ile birbirlerinden farklılaşıyorsa, örgütler de kimlikleri sayesinde birbirlerinden ayırt edilirler (Ovalıoğlu, 2007).

İnsanlar, belli amaçları gerçekleştirmek için bir araya gelerek örgütleri oluşturmuşlardır ve bu birliktelik zamanla bir kimliğe sahip olma ve kendini bu kimlikle ifade etme ihtiyacını doğurmuştur. Böyle bir kurum kimliği, örgüt çalışanlarının örgütle bütünleşmesi ve örgütün benzerlerinden ayırt edilebilmesi işlevi sağlamıştır. Kurum kimliğinin, bir örgüt için yönetimin belirlediği istenen kimlik olduğu ve “kim olmak istiyoruz?” sorusunun yanıtı olduğu söylenebilir. Ancak örgütsel kimlik, örgütteki gerçek kimliktir ve örgüt üyeleri için “biz kimiz?” sorusunun yanıtlarını içerir (Çobanoğlu, 2008).

Kişilerin kimlikleri olduğu gibi örgütlerin de birer kimliği vardır. Örgütlerin de tıpkı bireyler gibi sosyal iletişimlerini kurabilmeleri için kimliğe ihtiyaçları vardır. Nasıl bir bireyden bahsederken ilk önce kimliğini göz önüne alıyorsak aynı şekilde örgütler için de kimlik göz önündeki en temel husustur. Eğer bir örgüt varsa mutlaka o örgütün kimliği de planlama ve stratejik bir düzenleme olmasa bile vardır. Nasıl ki bireyler kimlikleriyle birbirlerinden ayırt ediliyorlarsa, örgütler de kimlikleri sayesinde diğerlerinden ayırt edilir ve farklılaşırlar. Örgütsel kimlik, her örgütün kendine has ve özgündür, taklit edilmesi beklenilemez. Örgütler kimlikleri sayesinde ve ölçüsünde, dışarıdaki rakiplerine karşı ayakta kalabilmektedirler (Ovalıoğlu, 2007).

Bazen planlı ve istendik şekilde stratejik olarak kimlik oluşturulabildiği gibi bazen de bilinçsiz bir şekilde kimlik oluşturulmuş olabilir. Örgüt kimliği genel olarak, örgütün gerçekleştirdiği tüm eylemlerin fonksiyonel olarak yönetilmesinden oluşmaktadır (Tüzün, 2006).

Örgüt kimliği, bir örgütü diğerlerinden ayıran ve o örgütün kendine özgü olma durumunu belirten özellikler bütünü şeklinde tanımlanabilir (Şişman, 2002).

Karmaşık, dinamik ve karşılıklı etkileşimler sonucu ortaya çıkan bilişsel imajlar setidir (Scott and Lane, 2000).

Dutton, Dukerich ve Harquail'e (1994) göre örgütsel kimlik, benliğin tanımı ve örgütün tanımı arasındaki bilişsel bir bağdır. Bir üyenin kendini örgütü tanımladığı niteliklere benzer şekilde tanımlama derecesidir.

Albert ve Whetten'a (1985) göre örgütsel kimlik, örgüt üyelerinin örgütün merkezi, ayırt edici ve süreklilik gösteren özellikleri konusunda neye inandıklarıdır (Akt: Çobanoğlu, 2008).

Hatch (1997) ise örgütsel kimliği bir bütün olarak örgüte ilişkin üyelerin deneyimleri ve inançları olarak tanımlar. Örgütsel kimlik öz-odaklıdır. Üyelerin bir örgüt olarak kendilerini nasıl gördüklerini tanımlar. Hatch ve Schultz'a (2000) göre ise örgüt üyelerinin üzerine bağ kurduğu bilişsel ve duygusal bir temel oluşturan ve örgütleriyle anlamlı ilişkiler kurmalarını sağlayan ait olma ve bağlılık objesidir.

Dutton, vd. (1994) örgütsel kimliği benliğin tanımı ve örgütün tanımı arasındaki bilişsel bir bağ olarak görmektedir.

Hatch ve Schultz (1997), örgüt kimliği ile örgüt imajı arasındaki ilişkiyi şöyle ifade etmektedir: "Kim olduğumuz (örgüt kimliği), ne yaptığımıza ve diğerlerinin bizim kim olduğumuzu (imaj) ve ne yaptığımızı nasıl yorumladıklarına yansır." Hatch ve Schultz (2002), örgütsel kimliğin örgütün kimliği, kültürü (örgüt içi) ve imajı (örgüt dışı) arasındaki karşılıklı ve dinamik etkileşimlerin ürünü olduğunu öne sürmüştür.

Hatch ve Schultz (2002), geliştirdikleri modelde örgüt kimliğinin bir örgütün kimliği, kültürü ve imajı arasındaki dinamik ve karşılıklı etkileşimlerin ürünü olduğunu savunmuşlardır. Bu modelde, kimliğin örgütün dışındakilerin imajları ile etkileştiğini önerir. Örgüte ilişkin dış çevredekilerin sahip olduğu imaj örgüt kimliğine yansır.

Bir örgütün kim olduğu, neler yaptığı, ne ürettiği, nasıl ürettiği, nasıl reklam ve tanıtım yaptığı, ürünlerini nasıl sunduğu ve nasıl sattığı gibi bir takım fark edilebilir eylemler bu örgütün kişiliği ve karakterini yansıtır. Örgütsel kimlik, örgütün hedef kitlesindeki bireylere mesajlar vermektedir. Örgütsel kimlik, örgütün kim olduğunu, ne olduğunu, dış çevrenin ve rakiplerinin onu nasıl gördüğünü belirlemektedir. Örgütler kendilerini kimlikleri sayesinde hedef kitlelerine sundukları için, hedef kitlede örgüt hakkında oluşan algılama yani imaj, örgütün kimliğine bağlı ve kimliğe göre şekillenen bir olgudur (Ovalıoğlu, 2007).

2.2.4. Örgütsel Kimlik Kavramının Özellikleri

Örgütsel kimlik, bir örgütteki eylemleri ve davranışları etkiler, kültür de bu eylemlerin ve davranışların bir sonucudur (Tobin, 2002). Örgütsel kimliği, örgütün kültürüyle ilişkilendiren Dutton ve Dukerich'e (1991) göre de, bir örgütün kimliği, o örgütün kültürüyle sıkı sıkıya bağlıdır. Çünkü kimlik, işlerin yapılmasının tipik yollarını gösteren bir takım becerileri ve bu becerilerin kullanılması ve değerlendirilmesi tarzını sunar.

Schein (1984, Akt: Şişman, 2002), örgüt kültürünü, herhangi bir grubun, dışsal uyum ve içsel bütünleşme sorunlarını çözümlenmek amacıyla geliştirdikleri temel sayılılar örüntüsü olarak tanımlamaktadır ve örgüt kültürünün temel sayılılardan, değerler ve inançlardan oluştuğunu ileri sürmektedir. Bu tanıma göre, merkezi, ayırt edici ve zaman içinde süreklilik gösteren özelliklere sahip olan kimlik, örgütün temel sayılıları için zemin oluşturur ve örgütün kültürüyle ilişkili olan normlarda, sembollerde ve inançlarda kendini hissettirir (Tobin, 2002).

Whetten ve Godfrey (1998), örgütsel kültürün, örgütsel kimlik ile ilişkisini tanımlarken kimliğin oluşmasının, değişerek gelişmesinin veya bozulmasının kültür ile mümkün olacağını vurgulamaktadır (Akt: Çınar, 2014). Örgütsel kültürün genel olarak örgütsel kimliği oluşturmada önemli bir rolü olduğu kabul edilir. (Baker ve Balmer, 1997). Örgütsel kültür örgütsel kimliğin inşasında etkili bir göreve sahiptir. Benzer bir şekilde Kiriakidou ve Millward (1999) kültürün örgütsel kimliğin kabul edilip geliştirilmesi için önemli bir etkiye sahip olduğunu düşünürler. Dowling (1986) örgütün paylaşılan değerleri, inanç ve davranışları olarak tanımlanan örgüt kültürünün örgütsel kimliğin sonuçlarından ortaya çıktığını ileri sürmüştür. Downey'e (1987) göre örgütsel kültürün kaynağı örgütsel kimliktir. Benzer şekilde Dutton ve Dukerich (1991), örgütsel kimliğin kültürle ayrılamaz bir bağ içinde olduğunu, örgütsel kimliğin kültürü oluşturma konusunda becerileri ortaya çıkarma, bu becerileri kullanma ve değerlendirmenin gerekli özellikler olduğunu belirtmişlerdir. Ambler ve Barrow (1996) örgüt kültürünü örgütsel amaç ve stratejiyi ya da örgütsel kimliği destekleyen değerler olarak tanımlar. Bir örgütün faaliyetlerini devam ettiren kullandığı yolu belirleyen norm, inanç, değerler ve semboller olarak gördüğü örgütsel kültür ile örgütsel kimliği bağdaştırmaktadır. Aynı şekilde Norman (1991) örgütsel kültürü örgütsel kimliğin öncüllerinden birisi olarak düşünmekte ve kültürün bir örgütün kimliğini oluşturmada en ayırt edici özellikler olduğunu düşünmektedir. Schmidt (1995) kültürü kendi örgütsel kimlik modelinin bir parçası olarak açıklamaktadır.

Örgütün imajı, kültürü ve misyonu vizyonu örgüt kimliğini etkilemektedir. Kimlik, örgüt içindeki bireylerin tecrübeleri ile oluşturulur, imaj ise örgüt dışındaki kişiler tarafından yapılandırılır ve kimlik gibi imaj da karşılıklı etkileşim ile oluşur (Rindova ve Fonbrun, 1998). İmaj, örgütsel kimliğin, örgüt içi ve örgüt dışı elemanlarının dışı vurumudur, örgüt üyelerinin çevredeki diğer grupların örgütlerini nasıl gördüklerine olan hisleri ve inançlarıdır (Dutton vd, 1994; Gioia ve Thomas, 1996). Kültür ise işi doğru yapmayla ilgili paylaşılmış tavırlardan oluşur ve günden

güne daha çok içselleşen, düşünülen ve inanılan kimliğin özünü oluşturur. Böylece kimlik kavramı daha iyi anlaşılır (Fiol, 1991). Dowling'e (1993) göre örgütsel imaj üzerinde örgüt üyeleri ve çevredekilerin iletişimlerinin etkisi olduğunu belirtmiştir. Örgüt dışındaki belirgin bir grubun örgüte yönelik oluşturdukları imaj için, çevredeki farklı grupların düşünceleri de önem taşımaktadır.

2.2.5. Hatch ve Schultz'un Örgütsel Kimlik Dinamikleri Modeli

Hatch ve Schultz (2002) örgütsel kimliğin kültür ve imaj ile olan ilişkisini kuramsallaştırarak örgüt üyelerinin ve çevredekilerin örgüte yönelik tanımlamalarını anlayabilmelerini sağlayacağını düşünmüşlerdir.

Hatch ve Schultz (2002), geliştirdikleri modelde, kimliğin kültür içine yerleşmiş olduğunu belirtmektedirler. Ayrıca örgütsel kimliğin örgütsel kültürü etkili bir şekilde dışarıya yansıtmak için bir araç olduğunu vurgulamaktadırlar. Bu modele göre, kültür ve kimlik karşılıklı olarak etkileşir. Bir örgütün kimliği, temelde devam eden bir sosyal değiş tokuş esnasında ve örgütün kendisinin içsel ve dışsal tanımlamalarıyla yapılandırılır. Hatch ve Schultz (2002) kimliğin örgütsel kültür ve örgütsel imaj ilişkisini sergilediğini belirtmektedir.

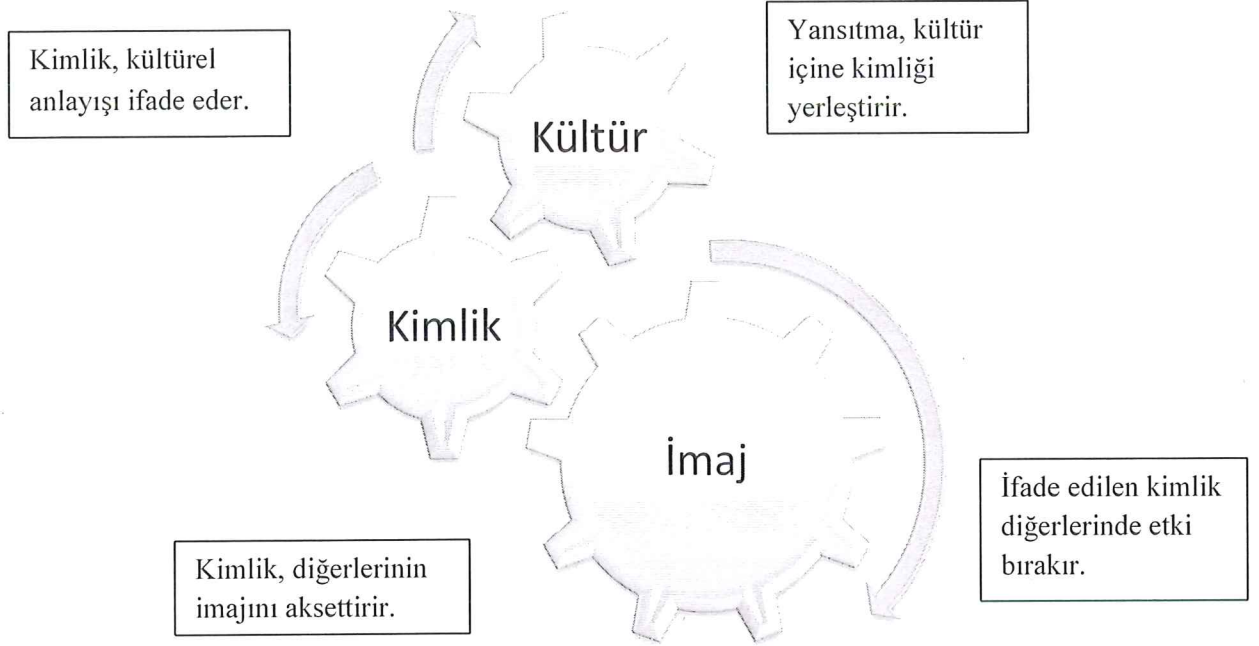
Dutton ve Dukerich'e (1991) göre eğer örgüt üyeleri çevrelerindeki tarafından nasıl görülüp algılandıklarını ve diğer gruplarca kendilerinin nasıl göründükleri hususunda bir fark olduğunu düşünürlerse bu durumda imaj ve kimliklerini değiştirme konusunda harekete geçebileceklerdir Örgüt üyeleri, kimliklerini geliştirirken yalnızca çevredekilerin kendileriyle ilgili ne söyledikleriyle ilgilenmezler. Aynı zamanda çevredekilerin kendilerini kim olarak algıladığına da önem verirler (Hatch ve Schultz, 2002).

Kimlik, örgütün kültürel benliğinin dışavurumu ve örgütün dışındakilerin imajlarının yansımaları arasındaki konuşmaların o anki sonucudur. Bununla birlikte, öteki yansıtma ve dışavurum süreçlerine geri bildirim veren etkileme süreçleri ile örgütsel kimliğe ilişkin üyelerin ve diğerlerinin savundukları şeyler başlatılacaktır. Bu örgütsel kimliğin sürekli olarak nasıl yaratıldığının, sürdürüldüğünün ve değiştirildiğinin açıklamasıdır. Örgütsel kimlik dinamiktir. Kimlik süreci sona ermez fakat örgütün çeşitli yapıları arasında dans ederek harekete devam eder (Hatch ve Schultz, 2002)

Hatch ve Schultz (2002), geliştirdikleri modelde örgüt kimliğinin bir örgütün kimliği, kültürü ve imajı arasındaki dinamik ve karşılıklı etkileşimlerin ürünü olduğunu

savunmuşlardır. Bu modelde, kimliğin örgütün dışındakilerin imajları ile etkileştiğini belirtir. Örgüte ilişkin değerlerinin sahip olduğu imaj örgüt kimliğine yansır.

Bu modele göre kültür, kimlik ve imaj adeta birbirine kenetlenmiş dişliler gibidir.



Şekil 1: Hatch ve Schultz'un Örgütsel Kimlik Dinamikleri Modeli

2.3. İMAJ

İmaj kavramı; insanların zihninde farklı farklı anlamlar çağrıştıran kavramlardan biridir. İmaj; olduğundan farklı görünme, görüldüğü gibi olmama, yalan, uydurma gibi şekillerde anılmaktadır. İnsanlar imajı; olduğundan farklı şekilde gösterme ve değiştirme çarpıtma olarak düşünmektedirler. Oysa ki imaj, farklı görünme çabası değil var olan görüntünün yönetilmesi demektir (Ovalıoğlu, 2007).

İmaj; bir sosyal grup veya tarihsel bir neden yahut bireysel tecrübeler neticesinde planlı veya plansız olarak kişiye gönderilen iletilerin o kişi tarafından çok yönlü ve karmaşık bir sürece maruz kalması neticesinde oluşur (Çakmak, 2008).

İmaj; örgüt üyelerinin temelini oluşturup geliştirdiği örgütün amacı, değerleri, vizyonu ve misyonu ile şekillenen ve örgütün çevresindeki bireylerin fikirlerini değiştirmesini sağlayan örgüt kimliğinin bir algılanış şeklidir (Sabuncuoğlu, 2004). Bu bakımdan imajın en belirgin öğeleri, bir örgütün ileride olmak istediği halini, istedik durumunu ve yaşama nedenini açıklayan vizyonu, onu diğer örgütlerden ayıran ve üzerindeki sorumlulukları yansıtan misyonu, temel aldığı dünya görüşünü açıklayan örgüt kültürü, sosyal sorumluluklarını açıklamaya yönelik düzenlenen iletişim stratejileri ve örgütsel dizaynı oluşturmaktadır (Parıltı ve Tolon, 2003).

Hatch ve Schultz'a (2002) göre imaj, örgüt üyelerinin ya da örgütün dış katılımcılarının örgütü nasıl gördüğü ya da insanların örgüt hakkındaki düşünceleri ve fikirlerini yansıtan genel izlenim olarak tanımlanmıştır. Ancak Ovalıoğlu'na (2007) göre, imajdan bahsederken herkesin aklında aynı düşüncenin oluşması beklenemez. Aynı zamanda, insanların aklında var olan imaj düşüncesi her zaman gerçek olanı yansıtmayabilir.

Her bireyin aynı obje hakkında kendine özgü ve bireysel bir düşüncesi yani zihinsel imajı vardır. Bu zihinsel imaj, o objeyle ilgili ulaşılan bilgilere ve bu bilgilerin etkileşimine bağlı olarak oluşturulmuştur. Birey o objeyle ilgili bir karar verip harekete geçeceği zaman zihninde var olan imaja bakar (Taslak ve Akın, 2005).

Avşar'a (2002) göre imaj, insanların aklından geçen düşünce ve çağrışımlar, hissettikleri şeyler, yaşadıkları izlenimler, tutumlar ve bunların pozitif veya negatif değerlendirmelerinden oluşur. İmaj, zihinde oluşan özet resim veya sembolik anlamdır. İmaj, insanların kafalarında oluşturduğu ileriki hayatlarında olmasını istedikleri bir durumun, amaç ve değerlerin gerçek olması halinde neler olacağını göstergesidir.

İmaj, dış çevredeki bireylerin örgüt üyeleri hakkında ne düşündüğü ve onları nasıl değerlendirdiği hususunda bildirilen görüştür (Karabey ve İşcan, 2007).

İmaj, kişilerin farklı araçlar yoluyla edindiği verilere yönelik yorumlar ve değerlendirmelerdir. İmaj herkesçe kabul edilen bilgiler yoluyla veya kişiye özgü öznel değerlendirmeler yoluyla da oluşabilir. İmaj, bireylerin davranış ve düşüncelerinin tek sebebi değildir fakat örgüt hakkında karar vermek için son derece etkilidir. İmaj kişilerin kafasına ağır adımlarla yerleşir ve bazı unsurların etkileşimiyle oluşur (Çakmak, 2008).

2.3.1. İmajın İşlevleri

2.3.1.1. Karar işlevi: Kişilerin birey kurum ya da nesnelere üzerinde sahip oldukları imajlar onların bu konudaki (ürün, hizmet, kişi, grup vb.) kararlarını etkileyecektir. Bir mağaza hakkında olumlu bir imaja sahip olan birey, alışverişini bu mağazalardan yapmaya karar verecektir (Ovalıoğlu, 2007; Çakmak, 2008).

2.3.1.2. Basitleştirme işlevi: Gündelik yaşantıda kişi birçok mesajla karşı karşıya kalabilir. İmajın basitleştirme işlevi neticesinde kişi, bu mesajlardan kendine gerekli gördüğünü kullanır ve işine yaramayanları eleyebilir (Ovalıoğlu, 2007). Kişilere çok çeşitli bilgiler gelir ve kişinin aklında var olan daha önceden kafasında çizdiği imaj sayesinde kişi, bu bilgiler içerisinde kendine fayda sağlamayacağına inandıkları bilgileri göz ardı edebilir. Bu sayede bilgileri basitleştirerek zihninde var olan imaja kendisiyle alakalı olanları ekleyecektir (Çakmak, 2008).

2.3.1.3. Düzen işlevi: Bireyin basitleştirme işlevini kullanarak elde ettiği bilgileri kendi zihninde var olan imajın içerisinde katarak bütünleştirmesidir. Örneğin birey, bir örgüt hakkında zihninde var olan imaja medyadan öğrendiği bir haberi dahil ederek örgüt hakkında var olan imajını düzenleyip geliştirebilir (Çakmak, 2008).

2.3.1.4. Oryantasyon işlevi: İmajı iletilen kişinin/ kurumun verdiği bilgilerin eksik veya nesnel olarak yetersiz olduğu durumlarda, imajın etkisindeki kişi bunları yine de değerlendirerek bir yön bulabilmektedir (Ovalıoğlu, 2007). Bu da imajın objektif bir gerçeği görülmediğinde veya kısmen görüldüğünde ruhsal bir subjektif tarafından ikame edilmesine dayanmaktadır (Çakmak, 2008).

2.3.1.5. Genelleştirme işlevi: Bir birey ya da bir örgüt hakkındaki verilerin eksikliği ya da yetersizliği söz konusu olduğunda birey bilgi transferi yaparak konuyu aydınlatılabilir. (Ovalıoğlu, 2007). Burada kişiler farklı ve karmaşık bilgiler arasında bir genelleme yaparak zihinlerinde var olan imaj hakkında karar (Çakmak, 2008).

2.3.2. İmaj Çeşitleri

2.3.2.1. Ayna İmaj: Örgüte bağlı olarak çalışan her bir üye, yönetici yahut lider kişilerin örgütün dış çevresine karşı yansıttığı imajdır. Ayna imajda her bir örgüt üyesinin örgüt imajını çok iyi tanınması ve bu imajı uyacak şekilde davranması beklenir (Öğüt, 2008).

2.3.2.2. Şimdiki İmaj: Örgütün dış katılımcılarının örgütle ilgili yaşantıları veya düşünceleri hisleri şimdiki imajı oluşturur. Bu imaj türünde eğer dış katılımcıların örgüte dair yaşantıları negatif yahut da bilgileri yeterli düzeyde değilse olumsuz bir imaj oluşacaktır (Göksel ve Yurdakul, 2002).

2.3.2.3. Şemsiye İmaj: Bir örgütün temel felsefesinin bir algılanışdır ve üst imajdır denilebilir. Şemsiye imajda örgütün tüm birimlerinin üstünde bir nevi şemsiye çekilmektedir. Kısacası örgütün tüm birimlerini ve alanlarını kapsamaktadır (Okay, 2005).

2.3.2.4. Ürün İmaj: Bir örgütün ürettiği bir ürünle ilgili yapılacak tanıtım ve reklam ile örgütün kamuoyu nazarında bir imaj kazanmasına yardım eder (Peltekoğlu, 1998).

2.3.2.5. Marka İmaj: En tanınmış imaj türü olan marka imajı kıyafet, yiyecek- içecekten otomobile kadar her türlü tüketim ürününde görülmektedir. Tüketicuyu en çok etkileyen ve örgütü diğerlerinden ayırmada farklılık yaratan bir imajdır (Okay, 2005).

2.3.2.6. Kendi İmaj: Bir örgütün en düzey düzeydeki yöneticisinin yahut kurumun sahibi olan kişinin kendi örgütünü veya kurumunu tanıma ve değerlendirme biçimidir. Örneğin bir öğretmenin kendi dersinde gerçekleştirdiği yenilikleri değerlendirmesi gibidir. Yani kendi imajı çoğu zaman subjektif olabilmektedir (Okay, 2005).

2.3.2.7. Yabancı İmaj: Örgüt ile ilişkisi bulunmayan, örgütün faaliyetleri hakkında bir bilgiye sahip olmayan kişilerin oluşturduğu yabancı imaj kendi imajın tam zıttıdır. (Okay, 2005).

2.3.2.8. Transfer İmaj: Ülke sınırlarını dışına çıkmış ve uluslararası mecrada kabul edilmiş belli başlı lüks tüketim ürünlerinin markasının başka bir ürüne transfer edilmesiyle oluşmaktadır (Peltekoğlu, 1998).

2.3.2.9. Mevcut İmaj: Örgütün şu an sahip olduğu imajdır. İmaj dinamiktir, durağan değildir ve sürekli olarak değişiklik gösterir, zamanla gelişerek değişmek ve

zamanın şartlarına uyum sağlamak zorundadır. Bu bakımdan mevcut imajın belirlenmesi için bilimsel analizler gerekebilmektedir (Okay, 2005).

2.3.2.10. İstenilen İmaj: Örgütün olmasını istediği istenilen ideal olan imajdır. Şimdiki imajda yapılan mevcut durum analiz edilerek belirlenen düzenlemelerle istenilen imaja ulaşılabilir. Örgütün gelecekte sahip olmak istediği imajdır. İstenilen imajda imaj unsurlarının değiştirilmemesine özen gösterilmeli ve imajları taşıyan güçlü parçalar ağırlıklı olarak kaldıkları sürece imajın yaşam sürebileceği unutulmamalıdır (Okay, 2005).

2.3.2.11. Pozitif İmaj: Güçlü bir görüntüye sahip olan tanınmış kurumların dış çevreye yansıyan ve insanların ilgisini çeken imajdır. Genellikle hedef kitlenin yaşantıları sonucunda oluşmaktadır (Peltekoğlu, 2001).

2.3.2.12. Negatif İmaj: Örgüt elemanlarının profesyonel olmaması, müşterilere agresif davranması, insanları kötü karşılaması yahut çevreye zarar verilmesi gibi durumlar sonucunda oluşan olumsuz imajdır (Peltekoğlu, 2005).

2.3.2.13. Kişisel İmaj: Bireyin bulunduğu her türlü ortamda başarılı görünmesini sağlayan, kendisini iyi hissetmesine yardımcı olan ve bireyin kişisel özelliklerine dokunmadan var olan durumunun yansıtılmasıdır. Kişisel imaj bir iletişim aracı olarak düşünülebilmektedir. Adeta kişiye ait bir reklam afişi gibidir (Dinçer, 2001).

2.3.3. Örgütsel İmaj

Her örgütün bir imajı vardır. Bireylerin kişiliklerine, karakterine ve örgütle olan bağlarına bağlı olarak bu imaj olumlu veya olumsuz olabilmektedir. Örgütsel imaj, örgütün en üst yöneticisinin aldığı karardan, en alt kademedeki personelin davranışlarına kadar birçok ögenin bütünleşmesiyle oluşmaktadır. Örgütün, kuruluş tarihinden bugüne kadar ürettiği ürünlerin ve hizmetin kalitesi, verdiği hizmetler, düzenlediği etkinlikler, kazandığı başarılar, işçi ve işveren arasındaki ilişkilerde sergilenen davranışları, çevre ilişkilerindeki duyarlılığı ve topluma karşı duyulan sorumluluklarını yerine getirmesi gibi pek çok ögenin birleşmesiyle oluşur (Bolat, 2006). Örgüt imajı pozitif, negatif veya nötr de olabilir. Örneğin bir örgütün bir ürünü ile ilgili karşılaşılan olumsuz bir yaşantı, kurumla ilgili olumsuz bir reklam, bir arkadaşın örgüt ile yaşadığı kötü bir deneyim, olumsuz bir imaja yol açarak daha önceki olumlu imajın değişmesine sebep olabilir (Taslak ve Akın, 2005). Örgütler kendileri

hakkında pozitif bir imaja sahip olduklarını düşünmemeli ve var olan imajı sıklıkla ölçmelidirler. Çünkü örgüt imajı örgütün hayatta kalması için şarttır (Peltekoğlu, 2004).

Örgüt imajı, dış çevredeki bireylerin düşüncelerinde ortaya çıkan, gelişimi için örgüt üyelerinin katkıda bulunduğu, örgütün iletişimi, kişiliği, dizaynı, felsefesi, davranışı gibi unsurlardan oluşan örgüt kimliğinin bir algılanış şeklidir (Ovalıoğlu, 2007).

Örgütsel imaj, örgütün üyeleri ile dış katılımcılarının örgütle ilgili algılamalarından oluşmaktadır (Polat, 2011).

Bir örgüte ilişkin imaj o örgütle ilgili toplam imajı ifade etmektedir. Whetten ve Markey'e (2002) göre örgütsel imaj, örgüt üyeleri ve dış katılımcılar arasında önemli bir köprü görevindedir. Bu imaj, dış unsurlar açısından örgütün anlamı; örgüt üyeleri açısından bireyin kişisel kimlikleri ve örgütün dış çevredeki imajı açısından sembolik değere sahiptir (Akt. Gürbüz, 2010). Dış çevredeki kişilerin örgüt üyeleri hakkında ne düşündüğü ve örgüt üyelerini nasıl gördüğü hususundaki yapılan değerlendirme imajı açıklamaktadır (Karabey ve İşcan, 2007).

Geçmişte örgüt imajı çalışmaları sadece dış çevredeki katılımcılara yönelik yapıyordu. İyi bir imaj oluşturmak için görsel açıdan örgüt kimliği oluşturmak ve müşterilere tanıtmak yeterliydi. Ancak küreselleşme ile birlikte işletmelerde yaşanan değişimler, insanın bir birey olarak değerini artırdığı gibi örgüt açısından bir çalışan olarak da değerinin anlaşılmasına yol açmıştır. Böylece dış hedef kitlenin yanı sıra bir de çalışanlardan oluşan bir iç hedef kitlenin varlığı ortaya çıkmıştır (Çakmak, 2008). Örgütsel imaj bir örgütün çevreye yansımış olan yüzüdür. İnsanların o örgütü nasıl gördüğü veya nasıl görmediği çok önemlidir. Örgütün dışındaki bireylerin örgüt hakkındaki fikirlerinin yanında örgüt üyelerinin de örgütle ilgili fikirleri o örgütün örgütsel imajını etkiler (Örer, 2006). Bu bakımdan iyi bir dış imaj oluşturmak için örgüt üyelerinin desteğini almak son derece önemlidir (Çakmak, 2008).

Olumlu bir örgütsel imaj örgütler için hayati derecede önemlidir. Örgütsel imaj algısı zaman alan bir süreçte olduğu için inşası uzun sürmekte ve ulaşılan imajın geliştirilerek devam ettirilmesi ise örgütler açısından büyük öneme sahiptir. Bu nedenle, örgütlerin imajı etkili bir şekilde yönetmeleri ve geliştirmeleri şarttır. Ayrıca örgütsel imaj, daha çok algılamalardan olduğu için, örgüt üyelerinin ve dış katılımcıların düşüncelerinin değişmesini sağlayacak olan şeyler yönlendirilmeli; örgütsel imajın

örgütsel hedefler doğrultusunda geliştirilmesine olanak tanınmalıdır (Polat, 2011). Olumlu bir örgüt imajı oluşturmak, örgüt üyelerinin o örgütü iyi bir şekilde tanınması ve o örgüt hakkında olumlu bir algılamaya sahip olmasıyla oluşabilir (Örer,2006).

İnsanların bir örgütü desteklemesini sağlayan en önemli unsurlardan biri olan örgütsel imaj, insanların örgüt ile iş yapmasını ya da satın alma kararlarını da etkilemektedir. Bu etki, örgütün sahip olduğu imaja göre olumlu ya da olumsuz şekilde ortaya çıkar. İmajı olumsuz olan bir örgüt, olumsuz imajın sebep olacağı farklı sorunlarla mücadele etmek mecburiyetindedir. Bu örgüt, ekonomik, sosyal ve yönetsel konularda olumlu kararlar alsa bile yoğun rekabet ortamında gelişip değişmesine engel olacak gizli bir engel ile karşılaşabilmektedir (Polat, 2011).

Örgütsel imaj birçok çıktıyı etkilemektedir. İmajın örgütler açısından birçok sonuçları vardır. Örgüte ilişkin imaj algısı örgüt çalışanlarının örgütle olan bütünleşmelerinin de kaynağı olabilmektedir. Örgüt imajının örgüt üyelerince tanımlanması veya dış çevreden dış katılımcılar aracılığıyla tanımlanması, örgütün var olan görüntüsüyle ilgili örgüt ile ilgili bireylerin örgüte olan düşüncelerini etkileyebilmektedir (Polat, 2011; Karabey ve İşcan, 2007; Cerit, 2006). İç ve dış imaj algısı örgütle ilgili kişilerin hissettiklerini ve üyelerin örgüte olan etkilemektedir. Örgütsel kimliğin bir ögesi olarak örgütsel imaj örgüt üyelerinin örgütleriyle olan ilişkilerini belirlemektedir (Lieens, Hoye ve Anseel, 2007).

Örgütsel imaj ile çeşitli örgütsel öğeler arasında ilişkiyi açıklayan birtakım araştırmalar yapılmıştır. Mesela örgütsel özdeşleşme ile örgütsel imaj arasındaki ilişki (Sartore-Baldvin ve Walker, 2011; Price ve Gioia, 2008), örgütsel kimlik ile dış imaj algısı arasındaki ilişki (Fuller, v.d., 2006; Dutton, Dukerich ve Harquail, 1994), imaj ve örgüt kültürü arasındaki ilişki (Bektaş, 2010), örgüt üyelerinin algıladığı imaj ile örgütün çekiciliği (Tsai ve Yang, 2010) ve imaj ile bağlılık (Dursun, 2011; Köybaşı, Uğurlu ve Ceylan, 2017) gibi konular araştırılmıştır.

Örgütsel imaj örgütün dış çevre tarafından istendik olmasının göstergesidir. Örgütsel imaj örgütsel özdeşleşmenin bir aracı değişkeni olurken aynı zamanda dış çevredeki bireylerin örgüt hakkındaki düşüncelerini de farklılaştırmaktadır. Taşkın ve Sönmez'e (2005) göre yüksek düzeyde olumlu imaja sahip örgütler güvenilir, istikrarlı, saygın, idol alınan ve gelecek vaat eden örgütler şeklinde düşünülürler. Dolayısıyla bu

gibi örgütler herhangi bir kriz durumunda çok az bir zararla krizi atlatabilirler. Olumlu bir imaj aynı zamanda diğerlerinin örgütü taklit etmesine engel olmaktadır.

Her örgütün hedeflerini gerçekleştirebilmek ve ideal örgüt misyonunu inşa etmek için olumlu bir imaj oluşturmaya gereksinimi vardır. İmaj örgütlerle ilgili olarak insanların kafalarında oluşturduğu sembollerdir. Örgütlerin imajı, bireyin aklındaki bilgiler ve düşündükleri algılamalar ile oluşmaktadır (Schuler, 2004). Bireylerin bir örgüte dair örgütle ilgili sahip oldukları bilgi ve kafalarında oluşan görüntü örgütün birey için önemini gösterir. O örgütün adı veya o örgütü hatırlatan bir simge veya resim bireyin zihninde oluştuğu zaman o örgütle ilgili kişide bir farkındalık başlar.

Günümüzde yaşanan yoğun rekabetten her örgütün olduğu kadar eğitim örgütleri de etki altında kalmıştır. Özellikle teknolojik gelişmelerle birlikte gün yüzüne çıkan yeni gelişmeler, ulusal sınırlar içerisinde kalmayı olanaksız hale getirmiş, uluslararası bir ortamda etkinlik gösterilmesini şart kılmıştır (Cerit, 2006). Bu durum okulların kendi aralarındaki rekabeti artırabilir. Öğrencilerin tercih ettikleri ve yerleşmek istedikleri bir okul olmak için çevrede olumlu bir örgütsel imaja sahip olmak etkili bir öge olarak görülmektedir.

İnsanlar, örgüt hakkındaki fikirlerini, yüksek ölçüde o örgütle olan iletişimleri ve etkileşimleri neticesinde oluştururlar. Bu sebeple, bir örgütün örgütsel imaj düzeyinin belirlenmesinde, o örgüt ile ilgili yoğun ilişki içerisinde olan kişilerden veri sağlamak gerekmektedir (Cerit, 2006).

2.4. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bu bölümde örgütsel kimlik, imaj ve kültür ile ilgili literatürde öne çıkan çalışmalardan bazılarına yer verilmiştir.

Erdem (2007), hastanelerin kurum kültürü tiplerini belirlemek ve kurum kültürü ile kurumsal bağlılık arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla yaptığı çalışmada hastanelerde hiyerarşi kültürünün güçlü, klan kültürünün zayıf olduğunu belirtmiştir. Çalışmada kurum kültürü tipleri ile kurumsal bağlılık arasındaki ilişkiye bakıldığında, kurumsal bağlılık üzerinde klan kültürünün olumlu, pazar kültürünün ise olumsuz etkiye sahip olduğu bulunmuştur.

Sanchez-Canizares vd. (2007), entelektüel sermayeyi ölçebilmek için yeni bir model önerisi geliştirmiş ve bunun da merkezine kurum kültürü koymuştur. Önerilen modelde, kurum içindeki kültürel sermayenin ulusal kültür ve kurumsal kültür olmak üzere iki bileşenden oluştuğu belirtilmiştir.

Naranjo-Valencia vd. (2010), kurumlarda yenilik veya taklit stratejisini besleyen ya da engelleyen kurumsal kültürü incelemişlerdir. Ve adhokrasi kültürünün kurumsal yenilik stratejisini, hiyerarşi kültürünün ise taklit stratejisini desteklediği sonucuna ulaşmışlardır.

Özdevecioğlu ve Çelik'in (2009) çalışmasında, Harrison ve Handy'nin kurum kültürü tipleri sınıflandırmasına göre çalışanların mağduriyet algılamalarının farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek temel amaçtır. Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre en yüksek mağduriyetin güç kültüründe görüldüğü ve en düşük mağduriyetin ise görev kültüründe görüldüğü anlaşılmıştır. Ayrıca, kadınların, 15-25 yaş grubundaki çalışanların ve mavi yakalı personelin daha yüksek düzeyde mağduriyet algıladıkları tespit edilmiştir.

Topaloğlu ve Kara (2004) yaptıkları çalışmada, kurumsal kültür tipolojileriyle yöneticilerin yönetsel davranışları arasında bir ilişki olduğunu; güç merkezli kurumsal kültürün olduğu işletmelerde yöneticilerin baskıcı bir yönetim davranışı sergilediğini ortaya koymuşlardır.

Demirel ve Tikici (2004), kültürün girişimciliğe etkilerini inceledikleri çalışmalarında Hofstede'in kültürel boyutlarından güç mesafesi, belirsizliğe tolerans, erillik- dişillik, bireysellik-toplulukçuluk, içsel-dışsal odaklılık üzerinden inceleme yapmışlar ve sonuç olarak; güç mesafesinin düşük olması, belirsizliğe olan toleransın yüksek olması, erillik değerlerinin baskın olması, içsellik ve bireyciliğin hakim olması

halinde kültürel ortamın, girişimciliğin ortaya çıkması ve gelişmesi açısından daha uygun olacağını belirtmişlerdir.

Silverthorne'un (2004) gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçlarına göre kurumsal kültür; işgücünü cezbetme, elde tutma, iş memnuniyeti sağlama için gerekli olan uyum ve kurumsal bağlılık için oldukça önemlidir. Silverthorne bütün kurumların, üç kurum kültürünün (bürokratik, yenilikçi ve destekleyici) bir kombinasyonu olduğunu, ancak her kurumda bunlardan birinin daha ağır bastığını belirtmiştir. Araştırmadan, bürokratik kurum kültürüne sahip kurumlarda iş tatmini ve kurumsal bağlılık en düşük seviyede iken, yenilikçi kültürlerde orta seviyede, destekleyici kültürlerde ise en üst seviyede olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yani destekleyici kurum kültürünün en etkili kültür türü olduğu anlaşılmıştır.

Schraeder vd. (2005), kamu sektöründeki ve özel sektördeki kuruluşların özelliklerini karşılaştırdıkları ve özellikle kamu sektöründeki kuruluşlarda kurumsal kültür bilincinin artırılması amacıyla yaptıkları çalışmada, eğitimin ve örnek bir liderin kültür bilincinin geliştirilmesi ve kurumsal kültürün değiştirilmesinde etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Tobin (2002), stratejik ortaklık yapan örgütlerin kimliklerini incelediği araştırmasında, öncelikle her ortağın kimliğini ve yeni oluşan ortaklığın kimlik gelişimi sürecini incelemiştir. Bu çalışmada, kurulan ortaklıkta yeni bir kimliğin oluştuğunu ve ortak olan her örgütün örgütsel kimliği ile yeni oluşan örgütün kimliği arasında benzerliklerin ve farklılıkların olduğunu gözlemlemiştir.

Cavanaugh (2005), bir örgütün amacı değişirse örgütsel kimliğinin de değişeceğini tartışmaktadır.

Higgins (1994), iki lisede yürüttüğü çalışmada, her iki okulda da yaptığı döküman inceleme, gözlemler ve görüşmeler sonucunda, bu okulların amaçlarının ve ideolojilerinin, yöneticilerinin karizmatik liderliğinin, eylem planlarının ve bu planlara yönelik uygulamaların ve yönetsel oranlara verilen önemin önemli örgütsel kimlik özellikleri olduğu sonucuna varmıştır.

Aust (2000), uluslar arası bir örgütün beş yıllık örgütsel kimliğini incelemiş ve örgütsel kimliğin en iyi iletilen değerlerle anlaşılabilirliğini gözlemlemiştir. Aust, bu örgütün en fazla iletilen öz değerlerinin aile güvenliği, gerçek arkadaşlık ve yardımsever olma olduğunu, orta düzeyde iletilen değerlerin sıkı çalışma ve boyun eğme olduğunu ve en az iletilen değerlerinin de eşitlik ve olgunlaşmış sevgi olduğunu bulmuştur.

Cerit (2006), Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde okuyan 955 öğrenciyi örneklem olarak seçtiği çalışmasında, öğrenci görüşlerine dayalı olarak üniversitenin kurumsal imaj düzeyini incelemiştir. Araştırma sonucunda öğrencilerin kurumsal imaj algılarının bölümlere göre farklılık gösterirken, cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, ayrıca akademik çevre, fiziksel ve sosyal çevre boyutlarında öğrencilerin kurumsal imaj algılarının sınıf değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılık gösterdiğini belirtmiştir.

Polat (2011), yaptığı bir çalışmada üniversite öğrencilerinin görüşlerine dayalı olarak üniversitenin kurumsal imajını saptamayı amaçlamıştır. Araştırmanın örneklemini Kocaeli Üniversitesi'nde yer alan 8 fakülte ve 2 yüksekokuldaki her bir bölümün son sınıfında öğrenim gören öğrencilerin %50'si alınarak (2017 öğrenci) oluşturulmuştur. Araştırma sonucunda öğrencilere göre üniversitenin kurumsal imajının orta düzeyde olduğu bulunmuştur. Öğrencilerin kurumsal imajın alt boyutlarından genel görünüm ve altyapı imajını, sosyal ortam imajını, program imajı ile eğlence imajını orta düzeyde algıladığı görülürken, spor imajını ve barınma-beslenme imajını düşük düzeyde algıladıkları saptanmıştır.

Bravo vd. (2009), yaptıkları bir çalışmada finansal kurumların kurumsal imajını ve tüketici davranışları üzerindeki etkisini analiz etmişlerdir. Araştırmanın sonucunda güçlü bir kurumsal imajın kısa ve uzun dönemde kurumun başarısını arttırmaya yardımcı olduğu ve tüketici davranışlarını yönlendirdiği ortaya çıkmıştır.

Marangoz ve Biber'in (2007) çalışmasında vakıf ve devlet üniversitelerinin iktisadi ve idari bilimler fakültelerinde okuyan 538 öğrenciden toplanan verilerle, kurumsal imaj ve kurumsal ün ile müşteri bağlılığı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Sonuç olarak, kurumsal imajın ve kurumsal ünün müşteri bağlılığını olumlu yönde etkilediği görülmüştür.

Fatt vd. (2000) yapmış oldukları çalışmada kamuoyu, müşteri, çalışan ve yatırımcılardan oluşan grubun beklentileri doğrultusunda kurumsal imajın geliştirilmesini araştırmışlardır. Çalışmanın sonucunda kamuoyu için en çok şirketin etik davranışları; müşteriler için satış sonrası hizmet, fiyat, kalite ve ulaşılabilirlik; çalışanlar için iş memnuniyeti, daha iyi bir kariyer imkanı, şirket kültürünün yanı sıra diğer çalışanlarla olan ilişki, yöneticilerle olan iletişim; yatırımcılar için ise şirketin karlılığı ve başka yatırımcıları cezbedebilme gibi faktörlerin önemli olduğu ve güçlü bir kurumsal imaj için bu faktörlerin göz önünde bulundurulması gerektiği belirtilmiştir.

Ivy (2001) çalışmasında, günümüzde yükseköğretim sektöründe de giderek artan rekabet ortamında yükseköğretim kurumlarını birbirinden farklılaştıran etmenler üzerinde durmuş ve üniversitelerin tercih edilmesinde kamuoyu gözünde oluşturdukları güvenilir bir konumlandırmanın ve olumlu bir kurumsal imajın etkisinin olduğu vurgulanmıştır.

Alves ve Raposo (2010), öğrenci davranışları üzerinde üniversite imajının etkilerini incelemek amacıyla bir araştırma yapmışlardır. Bu araştırmanın sonucunda üniversite imajının öğrenci memnuniyeti sağlamada büyük etkisi olduğu ve imaj ile öğrenci sadakatinin ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Scott ve Lane (2000), bir örgütün kimliğinin “örgütün hem içindeki hem de dışındaki insanlar arasında karmaşık, dinamik ve karşılıklı etkileşimlerle ortaya çıkan, üzerinde anlaşmaya varılmış imajlar” olarak düşünülebileceğini belirtmektedir. Özünde, bir örgütün kimliği, geniş ölçüde güç yapılarına bağlıdır ve güce sahip olan olası taraflar tatmin edildiği sürece sağlam kalacaktır.

Dukerich, Golden ve Shortell (2002), doktorların işbirlikçi davranışları üzerinde örgütsel kimlik, imaj ve özdeşleşmenin etkisini incelediği araştırmasında, örgütlerdeki profesyonellerin isteğe bağlı işbirlikçi davranışlarını anlamaya çalışmak için örgütsel özdeşleşme modelini kullanmışlardır. Araştırma sonucunda; algılanan örgütsel kimliğin çekiciliği ve anlamlandırılmış dış imaj ile örgütsel özdeşleşme arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur.

Köybaşı, Uğurlu ve Ceylan'ın (2017) örgütsel imaj ve bağlılık arasındaki ilişkiyi saptamak için yaptıkları çalışmada; öğretmenlerin örgütsel imaj ve örgütsel bağlılık algılarının orta düzeyde olduğu görülmüştür. Öğretmenlerin örgütsel imaj ile örgütsel bağlılık algıları arasında pozitif ilişki olduğu ve örgütsel imajın örgütsel bağlılığı anlamlı bir şekilde yordadığı görülmüştür.

Derin ve Demirel'in (2010) çalışmasında kurum kimliğinin kurum imajı üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre örgüt imajı ile örgüt kimliği arasında olumlu ve güçlü bir korelasyonun olduğu tespit edilmiştir. Örgüt kimliği ile örgüt imajı arasında yapılan çoklu regresyon modeli, örgüt kimliğinin örgüt imajı üzerinde %71,2 oranında açıklayıcı etkisinin olduğunu ortaya koymuştur. Bu sonuçlar, örgüt imajının önemli bir kısmının örgüt kimliğini oluşturan faktörler tarafından açıklanabilirliğini gösterir. Örgüt kimliğini oluşturan öğelerin örgüt imajı üzerindeki görece önem sırası; örgütsel iletişim, örgütsel görünüm, örgütsel kalite, örgütsel davranış ve örgüt felsefesi şeklinde gerçekleşmiştir.

Gemlik'in (2007) örgütsel imajı araştırdığı çalışmasında, örgüt imajını oluşturan öğelerden en çok etkili olanın örgütsel iletişim olduğu sonucuna varılmış ve örgütsel iletişimin kimliği imaja dönüştüren en etkili süreç olduğu vurgulanmıştır.

Örgütsel iletişimi; kimlik ve imaj arasındaki temel bağ (Ind, 1992), kimliği imaja dönüştüren süreç (Markwick, 1997), kurumu markalaştıran kaynak (Gray, 1995) gibi tanımlayan çalışmalarda (Akt. Hepkon, 2010), örgütsel iletişimin örgüt kimliğinin dolayısıyla da örgüt imajının oluşmasında sahip olduğu yapıcı etkinin gücüne işaret edilmektedir.

Van Den Bosch'un (2004) çalışmasında da, örgüt kimliğinin görsel öğelerinin örgüt imajı üzerinde anlamlı ve önemli etkiye sahip oldukları yönünde bir tespite rastlanmıştır.

Erkmen'in (2007) örgüt imajını oluşturan örgüt kimliği boyutlarının örgütsel bağlılığa etkilerini inceleyen çalışmasında da örgütsel kimliği oluşturan örgütsel iletişim, örgütsel tasarım, örgütsel davranış ve örgüt felsefesi vs. konulardaki algılamalarının katılımcıların örgüt imajını çağdaş olarak tanımlamalarına neden olduğu ve örgüte bağlılığı artırdığı sonucuna varılmıştır.

Highhouse (2007) ise örgütsel davranışın ve iletişimin katılımcıların arzularına uygun olması durumunda örgütün katılımcıların gözünde daha cazip hale geleceği yani örgüt imajının güçleneceğini aktarmaktadır.

Hepkon'un (2010) vardığı sonuç örgüt imajının temellerini oluşturması itibarıyla örgüt kimliğinin rekabet avantajı sağlamada hayati bir öneme sahip olduğu biçimindedir. Kimlik inşasında en çok bahsi geçen öğelerin örgütsel iletişim ve örgütsel görünüm olduğu belirtilmiştir.

Bektaş (2010), kurumsal imajın kurum kültürüne olan etkisini incelemiş ve bu araştırmasını Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesinde ilköğretim bölümü sınıf, ilköğretim matematik, okul öncesi, fen bilgisi ve sosyal bilgiler öğretmenliği anabilim dallarında öğrenim görmekte olan 354 son sınıf öğretmen adayı üzerinde yapmıştır. Eğitim fakültesi öğrencilerinin kurumsal imaja yönelik algıları akademik çevre, fiziksel-sosyal çevre ve toplumsal algılamadan oluşan üç faktörle analiz edilmiş ve sonuçta kurum kültürü algıları ile bu üç faktör arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler saptanmıştır.

Şişli ve Köse'nin (2013) araştırması Celal Bayar Üniversitesi ve Ege Üniversitesi olmak üzere iki devlet, Yaşar Üniversitesi ve Ekonomi Üniversitesi olmak üzere iki de vakıf üniversitesinin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde okuyan öğrencileri üzerinde

yapılmıştır. Öğrencilerin üniversitelerine yönelik kurumsal imaj ve fakültelerine yönelik kurum kültürü algıları incelenmiş ve erkek öğrencilerin gerek kurumsal imaj gerekse kurum kültürü algılarının kız öğrencilere göre anlamlı bir biçimde yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca vakıf üniversitelerindeki öğrencilerin, üniversitelerine yönelik gerek kurumsal imaj gerekse kurum kültürü algılarının devlet üniversitelerindeki öğrencilere göre anlamlı bir biçimde yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin kurumsal imaj ve kurum kültürü algılarının okudukları bölümlere göre farklılık gösterdiği belirtilmiştir. Araştırmada kurumsal imaj ile kurum kültürü arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Çobanoğlu'nun (2008) doktora tezi araştırmasında ilköğretim okullarının etkililik düzeylerine göre, örgütsel kimliğin ve anlamlandırılmış dış imajın öğretmenler tarafından nasıl algılandığı ve algılanan örgütsel kimliğin ve imajın çekiciliğinin okulların etkililik düzeylerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Buna göre çok etkili okullarda görev yapan öğretmenlerin örgütsel kimliği ve anlamlandırılmış dış imajı, az etkili okullarda görev yapan öğretmenlere göre farklı ve daha çekici olarak algıladıkları sonucuna ulaşılmıştır. Öğretmenlerin algılarına göre, etkili okulları diğer okullardan ayırt eden örgütsel kimlik özelliklerinin temizlik-bakım, işbirliği, planlama, demokratiklik, amaçlara odaklanmış misyon, istikrarlılık, samimiyet, personel gelişimine ve araştırmaya önem verilmesi, uygun sınıf içi ortam, iyi tanınırlık ve daha başarılı olma olarak ortaya çıkmıştır. Ayrıca, algılanan örgütsel kimliğin ve anlamlandırılmış dış imajın çekiciliği ile okul etkililiği ve alt boyutları arasında pozitif ilişkiler bulunmuştur.

Gemlik ve Sığırı'nın 2007'de yayımlanan çalışmalarında, güçlü bir örgütsel kültüre sahip olmanın çalışanların sadece psikolojilerine olumlu yönde katkı sağlamakla kalmayacağını aynı zamanda onların örgütlerine karşı besledikleri duygularını da olumlu yönde etkileyen bir unsur olduğunu belirtmişlerdir. Yine aynı çalışmada güçlü örgütsel kültüre sahip olmanın olumlu bir örgütsel imaj oluşturmadaki ve örgütsel kimlik oluşturmadaki önemi de vurgulanmıştır.

Dutton ve Dukerich (1991), yaptıkları çalışmada, örgütsel kimliğin politikaları ve eylemleri nasıl etkilediğini araştırmıştır. İşletmenin evsizlere yönelik tutumu medyanın ve toplumun ilgi odağı olduğunda, çalışanlar, dışarıdakilerin imajlarının kendilerini nasıl gördükleriyle çatıştığını fark etmiştir. Diğerlerinin yansıması, çalışanların gerçek benlikleri olarak düşündüklerini yansıtmadığı için örgüt hem tutumunda hem de politikalarında değişikliğe gitmiştir. Örgüt üyeleri, sorumlulukları olmamasına rağmen teknik ve problem çözme becerilerini bu sorun üzerinde

kullanmayı seçmişlerdir. Bu araştırma, örgütsel kimliğin ve imajın örgütün eylemleri ve amaçları üzerindeki gücünü ve önemini göstermiştir.

BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, çalışma evreni, veri toplama araçları ve verilerin nasıl analiz edileceğine ilişkin bilgiler verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Ortaöğretim kurumlarında görev yapan öğretmenlerin okullarına yönelik örgütsel kültür algıları, örgütsel imaj algıları ve örgütsel kimlik algıları arasındaki ilişkilerin betimlenmesi ve açıklanması amaçlarına hizmet eden korelasyonel bir araştırmadır. Korelasyon türü araştırmalarda değişkenlerin birlikte değişip değişmediği, birlikte değişim varsa bunun nasıl olduğu öğrenilmeye çalışılır (Karasar, 2003).

3.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın evrenini 2013-2014 eğitim öğretim yılında Sivas'taki Anadolu Liselerinde görev yapan 567 öğretmen oluşturmaktadır. Araştırmanın çalışma grubunu ise bu okullarda görev yapan öğretmenler arasından rastgele seçilmiş 304 öğretmen oluşturmaktadır. Öğretmenlerin cinsiyet, medeni durum ve eğitim durumu değişkenlerine ilişkin frekanslarına bakılmıştır. Buna göre 304 kişilik örneklem grubunda 123 bayan ve 181 bay öğretmen bulunmaktadır. Bayanlar grubun %40.5'ini, baylar ise %59.5'ini oluşturmaktadır. Öğretmenlerin medeni durum değişkenine ilişkin frekanslarına bakıldığında 304 kişilik örneklem grubunda 260 evli ve 44 bekar öğretmen bulunmaktadır. Evliler grubun %85'ini, bekarlar ise %14.5'ini oluşturmaktadır. Öğretmenlerin eğitim durumu değişkenine ilişkin frekanslarına bakıldığında ise 304 kişilik örneklem grubunda 266 lisans mezunu ve 38 yüksek lisans mezunu öğretmen bulunmaktadır. Lisans mezunları grubun %87,5'ini, yüksek lisans mezunları ise %12.5'ini oluşturmaktadır.

Tablo 1: Cinsiyet, medeni durum ve eğitim durumu değişkenlerine ilişkin frekans ve yüzdeler

	Cinsiyet		Medeni Durum		Eğitim Durumu			
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde		
BAYAN	123	40,5	EVLİ	260	85,5	LİSANS	266	87,5
BAY	181	59,5	BEKAR	44	14,5	Y.LİSANS	38	12,5
Toplam	304	100,0	Toplam	304	100,0	Toplam	304	100,0

Öğretmenlerin branş değişkenine ilişkin frekanslara bakılmıştır. Buna göre 304 kişilik örneklem grubunda 52 matematik öğretmeni, 54 fen bilimleri öğretmeni, 110 sosyal bilimler öğretmeni ve 88 diğer branşta öğretmen bulunmaktadır. Matematik öğretmenleri grubun %17,1'ini, fen bilimleri grubun %17,8'ini, sosyal bilimler grubun %36,2'sini ve diğer branşta olanlar ise %28,9'unu oluşturmaktadır.

Tablo 2: Branş değişkenine ilişkin frekans ve yüzdeler

	Branş	
	Frekans	Yüzde
Matematik	52	17,1
Fen bilimleri	54	17,8
Sosyal bilimler	110	36,2
Diğer	88	28,9
Toplam	304	100,0

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada üç değişken olduğundan veri toplama aracı olarak üç farklı ölçme aracı kullanılmıştır. Likert tipli veri toplama aracında maddeler 1-5 aralığında derecelendirilmiştir. Öğretmenlerin okullarına yönelik kültür algılarını belirlemek amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen Okul Kültürü Ölçeği, öğretmenlerin imaj algılarını belirlemek amacıyla Polat, Abat ve Tezyürek'in (2010) geliştirmiş olduğu Örgütsel İmaj Ölçeği ve öğretmenlerin okullarına dair kimlik algılarını belirlemek amacıyla Çobanoğlu (2008) tarafından geliştirilen Algılanan Örgüt Kimliği Ölçeği kullanılmıştır.

3.3.1. Okul Kültürü Ölçeği

Okul Kültürü Ölçeği araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Okul kültürü ölçeği geçerlik güvenirlik çalışması için örneklem, Sivas il merkezlerindeki ortaokul ve liselerden seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden uygun örnekleme yoluyla 12 ortaokul ve 8 lisede görev yapan bütün öğretmenlere uygulanmıştır. Denemelik form uygulaması yapılan ve son hali verilen ölçek, ortaokullarda görev yapan 462 öğretmenden geri dönen ve işlenmeye uygun olan 290 öğretmene uygulanmıştır. Okul Kültürü Ölçeği'nin (OKÖ) geliştirilmesinde ölçekte yer alan maddeler oluşturulurken, alan yazındaki kültür, okul kültürü ile ilgili kuramsal bilgi ve araştırmalardan yararlanılmıştır (Aydın, 2009; Çelik, 2007; Çelikten, 2006; Çetin, 2011; Çınar, 1999; Doğan, 2007; Erdem, 2007; Erkanlı, 2009; Gizir, 2008; İşcan ve Timuroğlu, 2007; Sönmez, 2006; Taşçıoğlu, 2010; Uzun, 2007). Ölçeğin geliştirilmesi için okul kültürüne

ilişkin yargılarla zengin bir madde havuzu oluşturulmuştur. Madde havuzu oluşturulurken öğretmenlere, "Okulunuzda öğretmenlerin ve yöneticilerin davranışları hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?, Nasıl yöneticiler ve öğretmenlerle çalışmak istersiniz?, Okulunuzda sizi oraya ait hissettiren yahut sizi okulunuzdan soyutlayan bir anınız var ise paylaşır mısınız?" Soruları açık uçlu sorularak okul kültürünün paylaşılmasına ilişkin bilgi toplanmıştır. Açık uçlu sorulara verilen cevapların incelenmesi sonucunda okul kültürü içeriğine uygun ifadeler belirlenmiş ve okul kültürü yargıları olarak ifade edilmiştir. Bu analiz sonucunda elde edilen bilgiler, kuramsal bilgiler ve ilgili araştırmalar temelinde 59 okul kültürü yargısı elde edilmiştir. Düzenlenen taslak form ölçekte yer alan 59 maddenin her birinin karşısına beş seçenekten oluşan bir cevaplama çizelgesi yerleştirilmiş ve seçenekler birden beşe doğru sıralanmıştır. Maddelerin karşısında yer alan seçenekler ve puan karşılıkları; 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Tamamen Katılıyorum şeklinde düzenlenmiştir. Okul kültürü ile ilgili cümleler üç Eğitim Bilimleri alan uzmanı ve dört öğretmen ile görüşülerek anlaşılır olup olmadığı irdelenmiş ve madde sayısı 35'e indirilmiştir. Daha sonraki süreçte 97 öğretmene yapılan ön uygulama sonucunda faktör yükü .40'ın altında olan ve binişik olan maddeler çıkarılarak madde sayısı 23 madde olarak yeniden düzenlenmiştir.

Okul kültürü ölçme aracı geçerlik güvenirlik çalışması için öncelikle açımlayıcı faktör analizi yapılmış daha sonra ise doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Açımlayıcı faktör analizi ile istatistiklere bakılarak, faktör yük değerleri düşük ya da binişik olan 9 madde değerlendirme dışı tutulmuştur. Alan yazında faktör örüntüsünün alt kesme noktası olarak farklı değerler verilmekle birlikte bu çalışmada faktör yükü .40'ın altında kalan maddeler değerlendirme dışında tutulmuştur. Açımlayıcı faktör analizi için ölçek tekrardan uygulanmış ve 180 öğretmenden elde edilen verilerden yararlanılmıştır. Elde edilen verilerin açımlayıcı faktör analizi için uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla öncelikle, KMO katsayısı ve Barlett Sphericity testi uygulanmıştır. Bu çalışma için KMO sayısı .88 bulunmuştur. Görüldüğü üzere KMO katsayısı 1'e oldukça yakındır. Barlett Sphericity testinde, Ki-kare değeri 1699.986 ($p < .001$) olarak hesaplanmıştır. KMO katsayısı ve Barlett Sphericity testi sonucundan elde edilen bulgular, faktör analizi yapabilmek için üzerinde çalışılan örneklem büyüklüğünün yeterli ve verilerin ise faktör analizi için uygun olduğunu göstermiştir. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda ölçekte 1'den büyük olan 3 faktör ortaya çıkmıştır. Herhangi

bir faktöre dahil olmayan binişik ve faktör yükü düşük olan 9 madde analiz dışında tutulmuş ve 3 faktörlü model 14 madde üzerinden ölçek incelemesi yapılmıştır. Üç özdeğerin açıkladığı toplam varyans %72.300'dür. Faktörlerin açıkladıkları varyans miktarları sırasıyla birinci faktör için %29.109; ikinci faktör için %21.860; üçüncü faktör için %21.330'dur. Ölçekte yer alan maddelerden 2, 3, 4, 5 ve 6. maddeler, "Destek Kültürü", 10, 11, 15 ve 16. maddeler "İlişki Kültürü", 18, 19, 20, 21 ve 22. maddeler "Bürokrasi Kültürü" boyutu olarak adlandırılmıştır.

Maddeler		Destek	İlişki	Bürokrasi
1	Okulumuzda öğretmenlerin kendilerini geliştirmesi desteklenir.	.859		
2	Okulumuzda birey ve grup amaçları okul başarısı için birleştirilir.	.852		
3	Okulumuzda işlerin başarıya ulaşmasında duyarlılık ön plandadır.	.844		
4	Okulumuzda çalışma koşulları sürekli iyileştirilir.	.833		
5	Okulumuz yeni düşünce ve yaklaşımlara açıktır.	.830		
6	Okulumuzda arkadaşlık ilişkilerine ve dostluğa önem verilir.		.839	
7	Okulumuzda öğretmenlerin birbirine yardım etmesi önemsenir.		.830	
8	Okulumuzda öğretmenler yöneticilerle istediği her saat görüşebilir.		.828	
9	Okulumuzda çalışanlar arasında güçlü bir iletişim vardır.		.712	
10	Okulumuzda hiyerarşiye önem verilir.		.667	
11	Okulumuzda kural ihlaline karşı sert önlemler alınır.			.865
12	Okulumuzda yöneticiler sık sık kurallara uyulması gerektiğini hatırlatır.			.835
13	Okulumuzda kuralsızlıkların önlenmesi için sıkı denetim söz konusudur.			.750
14	Okulumuzda hiç kimse yönetimle ters düşmek istemez.			.684
Açıklanan varyans		29.109	21.860	21.330
Açıklanan toplam varyans		29.109	50.969	72.300

Tablo 3: Okul Kültürü Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktörleri belirlemede öz değer grafiği değerleri dikkate alınarak ölçeğin üç faktörlü bir ölçek olarak kabul edilmesi uygun görülmüştür. Özdeğeri (eigenvalue) 1'den büyük olan üç faktör analizde tutularak hesaplamalar sürdürülmüştür. Faktör analizi sonucunda üç faktörlü ölçeğin toplam varyansı %72.300 olarak hesaplanmıştır.

Her bir maddenin geçerlik katsayısını ifade eden madde- test korelasyon değerleri Tablo 4’da verilmiştir.

Tablo 4: Okul Kültürü Madde-Test Korelasyonları

Faktörler	Maddeler													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Destek	.912	.905	.894	.870	.908									
İlişki						.880	.899	.835	.823					
Bürokrasi										.702	.828	.825	.811	.721
Toplam	.762	.770	.748	.743	.747	.646	.637	.565	.612	.326	.330	.442	.482	.271

Tablo 4’de görüldüğü gibi ölçekte yer alan maddelerin korelasyon katsayıları .271 ile .912 arasında değişmektedir. Bu değerler, maddelerin bir bölümünün orta düzeyde (.30 - .70), bir bölümünün ise yüksek (.70 – 1.00) düzeyde madde test korelasyonuna sahip olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2002).

Tablo 5: Okul Kültürü Faktör Puanları Arasındaki Korelasyonlar

Korelasyonlar			
Faktör	Destek	İlişki	Bürokrasi
Destek	1		
İlişki	.664	1	
Bürokrasi	.020	-.112	1
Toplam	.840	.715	.475

Tablo 5’de görüldüğü üzere, destek ve ilişki alt boyutları ile ölçek toplamı arasında yüksek düzeyde; bürokrasi alt boyutu ile ölçek toplamı arasında orta düzeyde korelasyon bulunmaktadır.

Okul Kültürü Ölçeğinden elde edilen puanların güvenilirlik düzeyini belirlemek amacıyla Cronbach Alfa güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Ölçeğin faktör analizi sonucu kalan 14 maddelik örneğine ilişkin olarak hesaplanan Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .84’dür. Alt ölçeklere ilişkin güvenilirlik katsayıları Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6: Ölçeğin ve Alt Ölçeklerin Güvenirlik Değerleri

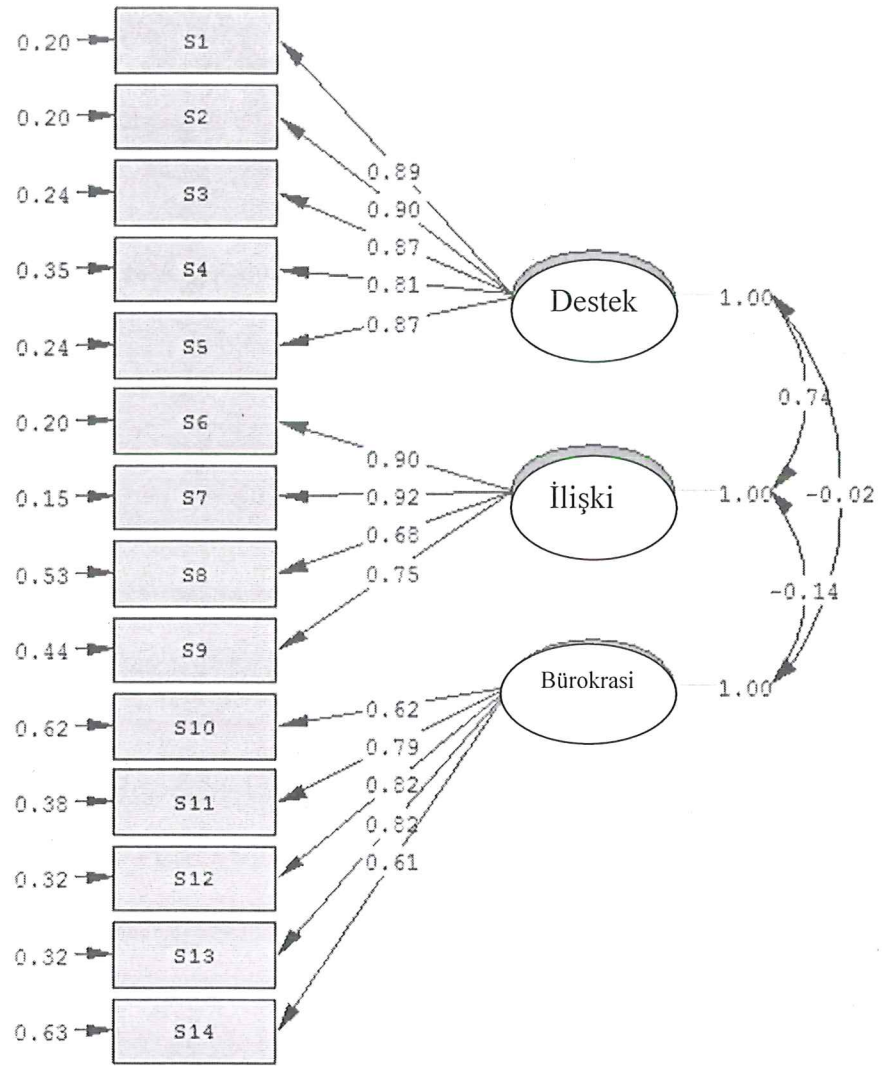
<i>Faktör</i>	<i>Cronbach Alfa</i>
Destek	.93
İlişki	.88
Bürokrasi	.84
Ölçek Toplamı	.84

Güvenirliğe ilişkin katsayılar .84 ile .93 arasında değişmektedir. Bu değerler ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir (Kayış, 2009).

Açımlayıcı faktör analizi sonucunda ortaya çıkan üç faktörlü yapının geçerliğini değerlendirmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. OKÖ'nin, DFA'da X^2/sd oranı 2.27 ($X^2/sd=168.58/74$) bulunmuştur. Alanyazında bu oranın <3 olmasının iyi uyuma karşılık geldiği belirtilmektedir. DFA ile hesaplanan diğer uyum iyiliği değerleri şöyledir: GFI=.92 ve AGFI=.89 bulunmuştur. GFI ve AGFI değerlerinin 1'e yakın olması mükemmel uyum göstergesi olarak kabul edilmektedir (Özdamar, 2004). RMSEA değeri .06 olarak hesaplanmıştır. Bu değer iyi uyum olarak değerlendirilmektedir (Brown, 2006). RMR=.05 olarak hesaplanmıştır. bu değer $<.08$ olması iyi uyum olarak değerlendirilmektedir (Brown, 2006). CFI=.98, NFI=.97 ve NNFI=.98 olarak hesaplanmıştır. Bu değerlerin $>.95$ olması mükemmel uyum olarak değerlendirilmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010). Ayrıca modelde yer alan bütün maddelere ait faktör yük değerlerinin istatistiksel olarak manidar olduğu belirlenmiştir.

Tablo 7: OKÖ'nin DFA Sonucu

X^2	168.58
Sd	74
X^2/sd	2.27
NNFI(Non-Normed Fit Index)	.98
CFI (Comparative Fit Index)	.98
RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)	.06
RMR (Root Mean Square Residual)	.05
GFI (Goodness of Fit Index)	.92
AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index)	.89
NFI (Normed Fit Index)	.97



Chi-Square=168.58, df=74, P-value=0.00000, RMSEA=0.067

Şekil 2: OKÖ'nin Doğrulayıcı Faktör Analizi

3.3.2. Örgütsel İmaj Ölçeği

Veri toplama ölçeği Kazoleas, Kim ve Moffitt'in (2001) üniversitelerin imajını belirlemek için geliştirdikleri ankete bağlı olarak Polat, Abat ve Tezyürek tarafından geliştirilmiştir. Beşli likert tipindeki ölçekte örgütsel imaj; kalite imajı, program imajı, altyapı imajı, sosyal imaj ve görünüm imajı olarak beş boyutta toplanmaktadır. Ölçeğin alpha güvenirlik katsayısı .92'dir. Ölçeğin boyutları için alpha güvenirlik katsayıları ise kalite imajı .90, görünüm imajı .79, sosyal imaj .81, altyapı imajı .75 ve program imajı ise .63 olarak bulunmuştur.

3.3.3. Algılanan Örgüt Kimliği Ölçeği

Algılanan Örgüt Kimliği Ölçeği Çobanoğlu (2008) tarafından geliştirilmiştir. Bu ölçek, dört boyut ve 25 kimlik özelliğinden oluşmaktadır. Ölçeğin “yönetim” olarak kuramsallaştırılan ilk boyutu on madde ile varyansın 53,98’ini, “öğretmen” olarak kuramsallaştırılan ikinci boyutu yedi madde ile varyansın 7,29’unu, “öğrenci” olarak kuramsallaştırılan üçüncü boyutu beş madde ile varyansın 5,57’sini ve son olarak “çevre” olarak kuramsallaştırılan dördüncü boyutu da üç madde ile varyansın 4,49’unu açıklamaktadır. AÖKÖ’nin Cronbach Alfa katsayıları yönetim alt ölçeği için .94, öğretmen alt ölçeği için .95, öğrenci alt ölçeği için .87, çevre alt ölçeği için .73 ve toplam ölçekte .96 bulunmuştur.

3.4. Veri Analizi

Araştırma bulgularının analizi ve değerlendirilmesinde SPSS istatistik paket programından yararlanılmıştır. Elde edilen veriler araştırmanın alt amaçları doğrultusunda, orta öğretim kurumlarında görev yapan öğretmenlerin; örgütsel kültür, örgütsel kimlik ve örgütsel imaj algı düzeylerini belirlemek için öğretmen algılarının “aritmetik ortalama (X) ve standart sapmalarına (SS)” bakılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde öğretmenlerin verdikleri yanıtların puanlarını hesaplamak amacıyla ankette yer alan maddelere “kesinlikle katılıyorum” için 5, “çok katılıyorum” için 4, “orta derecede katılıyorum” için 3, “az katılıyorum” için 2 ve “hiç katılmıyorum” için 1 puan verilmiştir. Anketteki her bir maddeye verilen yanıt kodları bu derecelere uygun olarak olumsuzdan olumluya doğru 1.00 ile 5.00 arasında değişmiştir. Algı düzeylerinin kişisel ve örgütsel özelliğe göre değişip değişmediğini test etmek için t testi ve ANOVA testi yapılmıştır. Bu çalışmada amaç ve sorular kısmında belirtildiği üzere öğretmenlerin okul kültürü algıları ile örgütsel kimlik ve örgütsel imaj arasındaki ilişkiler sınanmıştır.

Ayrıca bu çalışmada ortaöğretim kurumlarında görev yapan öğretmenlerin okullarına yönelik örgütsel kültür algıları, örgütsel imaj algıları ve örgütsel kimlik algıları arasındaki ilişkiyi saptamaya yönelik olarak çoklu regresyon modeli kullanılmıştır.

Analizlerde $\alpha=.05$ düzeyi esas alınmıştır.

Araştırmada öğretmenlerin okullarında örgütsel kültür, örgütsel kimlik ile örgütsel imaj ve bunların alt boyutlarına ait değişkenlere ilişkin algı düzeylerini saptamak için aritmetik ortalamaya bakılmıştır. Aritmetik ortalamalar yorumlanırken aralıklar 1.00-1.79 “oldukça düşük”, 1.80-2.59 “düşük”, 2.60-3.39 “orta”, 3.40-4.19

“yüksek”, 4.20-5.00 aralığı ise “oldukça yüksek” olarak değerlendirilmiştir. Algı düzeylerinin kişisel ve örgütsel özelliğe göre değişip değişmediğini test etmek için öncelikle normallik varsayımının sağlanıp sağlanmadığına bakılmıştır. Bu amaçla çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılmıştır. İmaj puanları için çarpıklık katsayısı .020 ve basıklık katsayısı .016 bulunmuştur. Kültür puanları için çarpıklık katsayısı -.223 ve basıklık katsayısı .570 bulunmuştur. Kimlik puanları için çarpıklık katsayısı -.468 ve basıklık katsayısı .112 bulunmuştur. Buna göre (-1, +1) aralığında olduğu görülmüştür. Ayrıca örneklem sayısı 50’den büyük olduğu için (N=304) Kolmogrov Smirnov testi yapılmıştır. İmaj, kültür ve kimlik puanları için $p=.200$ ($p>.05$) olduğundan normallik varsayımının sağlandığı görülmüştür.

Normallik varsayımının sağlanmasının ardından t testi ve tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Cinsiyet, medeni durum ve eğitim durumu değişkenleri açısından deneklerin ölçek maddelerine verdikleri yanıtlar arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek için “Independent Samples T test” yapılmıştır. Branş değişkeni açısından deneklerin ölçek maddelerine verdikleri yanıtlar arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek amacıyla parametrik testlerden tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. ANOVA testi sonucunda “p” değerinin anlamlı çıkması sonucu, gruplar arasındaki farklılığın hangi grup ya da gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi için önce varyansların homojenliğine bakılmıştır. Dağılımın homojen olup olmadığını test eden Levene’nin Varyansların Homojenliği Testi (Levene’s Test for Equality of Variances) sonucu, varyansların homojen olduğu görülmüş ve post hoc testlerinden Bonferroni testi kullanılmıştır.

Araştırmada her bir ölçeğe ilişkin değişkenler korelasyon analizine tabi tutulmuş ve değişkenler arasındaki ilişkiler ortaya konulmuştur. Korelasyon katsayılarının + yada - olması ilişkinin yönünü belirlemede kullanılmıştır. Araştırma modelindeki değişkenlerin birbirlerini ne kadar etkilediğini, açıkladığını test etmek için basit ve çoklu regresyon analizleri yapılmıştır. Regresyon analizinin amaçları dört noktada açıklanabilir (Büyüköztürk, 2007).

1. Bağımlı değişken ile bağımsız değişken ya da değişkenler arasındaki ilişkiyi regresyon eşitliği ile açıklamak.

2. Regresyon modelinin bilinmeyen parametreleri tahmin edildiğinde, bağımsız değişken ya da değişkenlerin bilinen değerleri için bağımlı değişkenin alacağı değeri tahmin etmek.

3. Bağımsız değişkenin ya da değişkenlerin bağımlı değişkende gözlenen değişmelerin ne kadarını açıkladıklarını, determinasyon katsayısı ile belirlemek.

4. Bağımsız değişken ya da değişkenlerin bağımlı değişkeni anlamlı bir şekilde yordayıp yordamadıklarını; birden fazla bağımsız değişken var ise bunların değişken üzerindeki görece önemliliklerini saptamak.

Tablo 8. Araştırmada Kullanılan Değişkenler ve İsimleri

Bağımsız değişkenler	Yordayıcı değişkenler	Bağımlı değişkenler
Cinsiyet	Destek kültürü	Kalite imajı
Medeni durum	İlişki kültürü	Görünüm imajı
Eğitim durumu	Bürokrasi kültürü	Sosyal imaj
Branş		Altyapı imajı
		Program imajı
		Yönetim kimliği
		Öğretmen kimliği
		Öğrenci kimliği
		Çevre kimliği

BÖLÜM IV

BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde araştırmanın problem ve alt problem cümlelerinde yer alan sorular için toplanan verilere dayalı olarak elde edilen bulgular ve bu bulgulara ilişkin yorumlar yer almaktadır.

4.1. Öğretmenlerin okullarına ilişkin örgütsel kültür, örgütsel kimlik ve örgütsel imaj algıları ne düzeydedir?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algıları, örgütsel imaj algıları ve örgütsel kimlik algılarının ne düzeyde olduğuna ilişkin analiz sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 9. Örgütsel Kültür, Örgütsel Kimlik, Örgütsel İmaj ve Bunların Alt Boyutlarına İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	N	\bar{X}	SS
Destek Kültürü	304	3,69	,928
İlişki Kültürü	304	3,68	,656
Bürokrasi Kültürü	304	2,96	,895
Örgütsel Kültür	304	3,48	,582
Yönetim Kimliği	304	3,45	,863
Öğretmen Kimliği	304	3,51	,914
Öğrenci Kimliği	304	3,46	,881
Çevre Kimliği	304	3,32	,958
Örgütsel Kimlik	304	3,45	,831
Kalite İmajı	304	3,72	,737
Görünüm İmajı	304	3,48	,905
Sosyal İmajı	304	3,27	,726
Altyapı İmajı	304	3,15	,789
Program İmajı	304	2,98	,650
Örgütsel İmaj	304	3,37	,601

Genel olarak bakıldığında öğretmenlere göre okulların örgütsel kültürü “yüksek düzeyde” ($\bar{X}=3.48$) algılanmıştır. Kültür boyutları içerisinde en iyi algılanan destek kültürüdür ($\bar{X}=3.69$). Bunu sıra ile ilişki kültürü ($\bar{X}=3.68$) ve bürokrasi kültürü ($\bar{X}=2.96$) takip etmektedir. Okulların destek ve ilişki kültürü “yüksek” düzeyde algılanırken bürokrasi kültürü “orta” düzeyde algılanmıştır. Görüldüğü gibi hiçbir kültür boyutu “oldukça yüksek” düzeyde algılanmamıştır. Bu durum okullarda destek ve ilişki kültürünün ağırlıkta olduğunu, bürokrasi kültürünün ise daha düşük algılandığını göstermektedir.

Öğretmenlerin örgütsel kimlik algılarının “yüksek düzeyde” ($\bar{X}=3.45$) olduğu görülmüştür. Kimlik boyutlarına bakıldığında ise en iyi algılanan öğretmen kimliğidir

(\bar{X} =3.51). Çevre kimliği orta düzeyde (\bar{X} =3.32) algılanırken Öğrenci kimliği (\bar{X} =3.46) ve yönetici kimliği (\bar{X} =3.45) yüksek düzeyde algılanmıştır. Burada da hiçbir kimlik boyutu oldukça yüksek düzeyde algılanmamıştır.

Okulların örgütsel imajı ise “orta düzeyde” (\bar{X} =3.37) algılanmıştır. İmaj boyutları içerisinde en iyi algılanan okulların kalite imajıdır (\bar{X} =3.72). Bunu sıra ile görünüm imajı (\bar{X} =3.48), sosyal imaj (\bar{X} = 3.27), altyapı imajı (\bar{X} =3.15) ve son olarak program imajı (\bar{X} =2.98) takip etmektedir. Okulların kalite ve görünüm imajı “yüksek” düzeyde algılanırken sosyal, altyapı ve program imajı “orta” düzeyde algılanmıştır. Görüldüğü gibi hiçbir imaj boyutu “oldukça yüksek” düzeyde algılanmamıştır. Okulların daha çok akademik kalite ve görünümüne odaklandıkları ve diğer imaj boyutları ile pek ilgilenmedikleri görülmektedir.

4.2.1. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algıları, örgütsel imaj algıları ve örgütsel kimlik algıları cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermekte midir?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algıları, örgütsel imaj algıları ve örgütsel kimlik algılarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin analiz sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Cinsiyet değişkenine göre kadın ve erkekler arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespit etmek için t testi yapılmıştır.

Tablo 10: Cinsiyet değişkenine göre örgütsel kültür, örgütsel kimlik, örgütsel imaj ve bunların alt boyutlarına ilişkin aritmetik ortalama ve t testi sonuçları

	Cinsiyet	N	\bar{X}	SS	T	p
Destek kültürü	Kadın	123	3,744	,827	,784	,434
	Erkek	181	3,659	,991		
İlişki kültürü	Kadın	123	3,678	,644	-,092	,927
	Erkek	181	3,685	,666		
Bürokrasi kültürü	Kadın	123	3,061	,844	1,469	,143
	Erkek	181	2,907	,926		
Örgütsel kültür	Kadın	123	3,525	,572	1,054	,293
	Erkek	181	3,453	,589		
Yönetim kimliği	Kadın	123	3,435	,895	-,321	,748
	Erkek	181	3,467	,842		
Öğretmen kimliği	Kadın	123	3,447	,917	-1,008	,314
	Erkek	181	3,554	,912		
Öğrenci kimliği	Kadın	123	3,453	,916	-,123	,903
	Erkek	181	3,466	,859		
Çevre kimliği	Kadın	123	3,276	1,052	-,699	,485
	Erkek	181	3,357	,890		
Örgütsel kimlik	Kadın	123	3,423	,868	-,569	,570
	Erkek	181	3,478	,807		
Kalite imajı	Kadın	123	3,649	,749	-1,452	,148
	Erkek	181	3,774	,727		
Görünüm imajı	Kadın	123	3,371	,922	-1,859	,064
	Erkek	181	3,567	,888		
Sosyal imaj	Kadın	123	3,220	,795	-1,073	,284
	Erkek	181	3,311	,676		
Altyapı imajı	Kadın	123	3,077	,780	-1,411	,159
	Erkek	181	3,207	,793		
Program imajı	Kadın	123	2,967	,623	-,427	,669
	Erkek	181	3,000	,669		
Örgütsel imaj	Kadın	123	3,305	,614	-1,573	,117
	Erkek	181	3,415	,589		

Tabloya göre öğretmenlerin örgütsel kültür algıları ($t=1.054$, $p>.05$), alt boyutlardan olan destek kültürü algıları ($t=.784$, $p>.05$), ilişki kültürü algıları ($t=-.092$, $p>.05$) ve bürokrasi kültürü algıları ($t=1.469$, $p>.05$) ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir.

Öğretmenlerin örgütsel kimlik algıları ($t=-.569$, $p>.05$), alt boyutlardan olan yönetim kimliği algıları ($t=-.321$, $p>.05$), öğretmen kimliği algıları ($t=-1.008$, $p>.05$), öğrenci kimliği algıları ($t=-.123$, $p>.05$) ve çevre kimliği algıları ($t=-.699$, $p>.05$) ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir.

Öğretmenlerin örgütsel imaj algıları ($t=-1.573$, $p>.05$), alt boyutlardan olan kalite imajı algıları ($t=-1.452$, $p>.05$), görünüm imajı algıları ($t=-1.859$, $p>.05$), sosyal imaj algıları ($t=-1.073$, $p>.05$), altyapı imajı algıları ($t=-1.411$, $p>.05$) ve program imajı algıları ($t=-.427$, $p>.05$) ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir.

4.2.2. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algıları, örgütsel imaj algıları ve örgütsel kimlik algıları medeni durum değişkenine göre farklılık göstermekte midir?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algıları, örgütsel imaj algıları ve örgütsel kimlik algılarının medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin analiz sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Medeni durum değişkenine göre evli ve bekarlar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespit etmek için t testi yapılmıştır.

Tablo 11: Medeni durum değişkenine göre örgütsel kültür, örgütsel kimlik, örgütsel imaj ve bunların alt boyutlarına ilişkin aritmetik ortalama ve t testi sonuçları

	Medeni Durum	N	\bar{X}	SS	T	p
Destek kültürü	Evli	260	3,697	,944	,165	,869
	Bekar	44	3,672	,835		
İlişki kültürü	Evli	260	3,694	,660	,798	,425
	Bekar	44	3,609	,636		
Bürokrasi kültürü	Evli	260	2,972	,903	,120	,904
	Bekar	44	2,954	,861		
Örgütsel kültür	Evli	260	3,489	,587	,468	,640
	Bekar	44	3,444	,560		
Yönetim kimliği	Evli	260	3,453	,890	-,040	,968
	Bekar	44	3,459	,692		
Öğretmen kimliği	Evli	260	3,534	,925	1,057	,292
	Bekar	44	3,376	,844		
Öğrenci kimliği	Evli	260	3,466	,883	,276	,783
	Bekar	44	3,427	,877		
Çevre kimliği	Evli	260	3,370	,951	2,043	,042
	Bekar	44	3,053	,964		
Örgütsel kimlik	Evli	260	3,468	,849	,647	,518
	Bekar	44	3,380	,724		
Kalite imajı	Evli	260	3,753	,734	1,674	,095
	Bekar	44	3,552	,744		
Görünüm imajı	Evli	260	3,506	,918	,864	,388
	Bekar	44	3,378	,827		
Sosyal imaj	Evli	260	3,293	,729	1,079	,281
	Bekar	44	3,165	,709		
Altyapı imajı	Evli	260	3,192	,794	2,035	,043
	Bekar	44	2,931	,728		
Program imajı	Evli	260	3,008	,652	1,412	,159
	Bekar	44	2,859	,625		
Örgütsel imaj	Evli	260	3,396	,599	1,850	,065
	Bekar	44	3,216	,591		

Tabloya göre öğretmenlerin örgütsel kültür algıları ($t=.468$, $p>.05$), alt boyutlardan olan destek kültürü algıları ($t=.165$, $p>.05$), ilişki kültürü algıları ($t=.798$, $p>.05$) ve bürokrasi kültürü algıları ($t=.120$, $p>.05$) ile medeni durum arasında anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir.

Öğretmenlerin örgütsel kimlik algıları ($t=.647$, $p>.05$), alt boyutlardan olan yönetim kimliği algıları ($t=-.040$, $p>.05$), öğretmen kimliği algıları ($t=1.057$, $p>.05$) ve öğrenci kimliği algıları ($t=.276$, $p>.05$) ile medeni durum arasında anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir.

Öğretmenlerin örgütsel imaj algıları ($t=1.850$, $p>.05$), alt boyutlardan olan kalite imajı algıları ($t=1.674$, $p>.05$), görünüm imajı algıları ($t=.864$, $p>.05$), sosyal imaj algıları ($t=1.079$, $p>.05$) ve program imajı algıları ($t=1.412$, $p>.05$) ile medeni durum arasında anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir.

Çevre kimliği boyutunda medeni duruma göre evli ve bekar öğretmenler arasında anlamlı farklılıklar vardır ($t=2.043$, $p<.05$). Evli öğretmenlerin çevre kimliği algıları ($\bar{X}=3.370$) bekar öğretmenlerin çevre kimliği algılarından ($\bar{X}=3.053$) fazladır. Etki büyüklüğünü bulmak için hesaplanan η^2 değeri=0.013 ($.01 < \eta^2 < .06$) olduğundan medeni durumunun öğretmenlerin çevre kimliği algılarına küçük etkisi olduğu söylenebilir.

Altyapı imajı boyutunda da medeni duruma göre evli ve bekar öğretmenler arasında anlamlı farklılıklar vardır ($t=2.035$, $p<.05$). Evli öğretmenlerin altyapı imajı algıları ($\bar{X}=3.192$) bekar öğretmenlerin altyapı imajı algılarından ($\bar{X}=2.931$) fazladır. Etki büyüklüğünü bulmak için hesaplanan η^2 değeri=0.013 ($.01 < \eta^2 < .06$) olduğundan medeni durumunun öğretmenlerin altyapı imajı algılarına da küçük etkisi olduğu söylenebilir.

4.2.3. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algıları, örgütsel imaj algıları ve örgütsel kimlik algıları eğitim durumu değişkenine göre farklılık göstermekte midir?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algıları, örgütsel imaj algıları ve örgütsel kimlik algılarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin analiz sonuçları aşağıda yer almaktadır. Eğitim durumu değişkenine göre lisans ve yüksek lisans mezunları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespit etmek için t testi yapılmıştır.

Tablo 12: Eğitim durumu değişkenine göre örgütsel kültür, örgütsel kimlik, örgütsel imaj ve bunların alt boyutlarına ilişkin aritmetik ortalama ve t testi sonuçları

	Eğitim durumu	N	\bar{X}	SS	T	P
Destek kültürü	Lisans	266	3,748	,904	2,753	,006
	Yüksek Lisans	38	3,310	1,009		
İlişki kültürü	Lisans	266	3,731	,641	3,531	,000
	Yüksek Lisans	38	3,336	,665		
Bürokrasi kültürü	Lisans	266	2,982	,912	,647	,518
	Yüksek Lisans	38	2,881	,777		
Örgütsel kültür	Lisans	266	3,523	,582	3,280	,001
	Yüksek Lisans	38	3,197	,504		
Yönetim kimliği	Lisans	266	3,493	,881	2,566	,013
	Yüksek Lisans	38	3,181	,670		
Öğretmen kimliği	Lisans	266	3,561	,925	2,543	,012
	Yüksek Lisans	38	3,161	,755		
Öğrenci kimliği	Lisans	266	3,492	,899	1,643	,101
	Yüksek Lisans	38	3,242	,711		
Çevre kimliği	Lisans	266	3,367	,976	2,464	,017
	Yüksek Lisans	38	3,026	,768		
Örgütsel kimlik	Lisans	266	3,497	,847	2,286	,023
	Yüksek Lisans	38	3,169	,652		
Kalite imajı	Lisans	266	3,728	,744	,285	,776
	Yüksek Lisans	38	3,692	,696		
Görünüm imajı	Lisans	266	3,490	,911	,104	,918
	Yüksek Lisans	38	3,473	,878		
Sosyal imaj	Lisans	266	3,305	,735	1,922	,056
	Yüksek Lisans	38	3,063	,635		
Altyapı imajı	Lisans	266	3,195	,790	2,408	,017
	Yüksek Lisans	38	2,868	,727		
Program imajı	Lisans	266	3,003	,649	1,147	,252
	Yüksek Lisans	38	2,873	,651		
Örgütsel imaj	Lisans	266	3,389	,608	1,460	,145
	Yüksek Lisans	38	3,237	,532		

Tabloya göre öğretmenlerin örgütsel kültür algıları ($t=3,280$, $p<.05$), alt boyutlardan olan destek kültürü algıları ($t=2.753$, $p<.05$) ve ilişki kültürü algıları ($t=3.531$, $p<.05$) ile eğitim durumu arasında anlamlı bir farklılaşma görülmektedir.

Lisans mezunu öğretmenlerin örgütsel kültür algıları ($\bar{X}=3.523$) yüksek lisans mezunu öğretmenlerin örgütsel kültür algılarından ($\bar{X}=3.197$) fazladır. Etki büyüklüğünü bulmak için hesaplanan η^2 değeri=0.034 ($.01 < \eta^2 < .06$) olduğundan eğitim durumunun öğretmenlerin örgütsel kültür algılarına küçük etkisi olduğu söylenebilir.

Lisans mezunu öğretmenlerin destek kültürü algıları ($\bar{X}=3.748$) yüksek lisans mezunu öğretmenlerin destek kültürü algılarından ($\bar{X}=3.310$) fazladır. Etki büyüklüğünü bulmak için hesaplanan η^2 değeri=0.024 ($.01 < \eta^2 < .06$) olduğundan eğitim durumunun öğretmenlerin destek kültürü algılarına küçük etkisi olduğu söylenebilir.

Lisans mezunu öğretmenlerin ilişki kültürü algıları ($\bar{X}=3.731$) yüksek lisans mezunu öğretmenlerin ilişki kültürü algılarından ($\bar{X}=3.336$) fazladır. Etki büyüklüğünü bulmak için hesaplanan η^2 değeri=0.039 ($.01 < \eta^2 < .06$) olduğundan eğitim durumunun öğretmenlerin ilişki kültürü algılarına küçük etkisi olduğu söylenebilir.

Örgütsel kültürün alt boyutlarından olan öğretmenlerin bürokrasi kültürü algıları ($t=.647, p>.05$) ile eğitim durumu arasında ise anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Öğretmenlerin örgütsel kimlik algıları ($t=2.286, p<.05$), alt boyutlardan olan yönetim kimliği algıları ($t=2.566, p<.05$), öğretmen kimliği algıları ($t=2.543, p<.05$) ve çevre kimliği algıları ($t=2.464, p<.05$) ile eğitim durumu arasında anlamlı bir farklılıklar vardır.

Lisans mezunu öğretmenlerin örgütsel kimlik algıları ($\bar{X}=3.497$) yüksek lisans mezunu öğretmenlerin örgütsel kimlik algılarından ($\bar{X}=3.169$) fazladır. Etki büyüklüğünü bulmak için hesaplanan η^2 değeri=0.016 ($.01 < \eta^2 < .06$) olduğundan eğitim durumunun öğretmenlerin örgütsel kimlik algılarına küçük etkisi olduğu söylenebilir.

Lisans mezunu öğretmenlerin yönetim kimliği algıları ($\bar{X}=3.493$) yüksek lisans mezunu öğretmenlerin yönetim kimliği algılarından ($\bar{X}=3.181$) fazladır. Etki büyüklüğünü bulmak için hesaplanan η^2 değeri=0.021 ($.01 < \eta^2 < .06$) olduğundan eğitim durumunun öğretmenlerin yönetim kimliği algılarına küçük etkisi olduğu söylenebilir.

Lisans mezunu öğretmenlerin öğretmen kimliği algıları ($\bar{X}=3.561$) yüksek lisans mezunu öğretmenlerin öğretmen kimliği algılarından ($\bar{X}=3.161$) fazladır. Etki büyüklüğünü bulmak için hesaplanan η^2 değeri=0.020 ($.01 < \eta^2 < .06$) olduğundan eğitim durumunun öğretmenlerin öğretmen kimliği algılarına küçük etkisi olduğu söylenebilir.

Lisans mezunu öğretmenlerin çevre kimliği algıları ($\bar{X}=3.367$) yüksek lisans mezunu öğretmenlerin çevre kimliği algılarından ($\bar{X}=3.026$) fazladır. Etki büyüklüğünü bulmak için hesaplanan η^2 değeri=0.019 ($.01 < \eta^2 < .06$) olduğundan eğitim durumunun öğretmenlerin çevre kimliği algılarına küçük etkisi olduğu söylenebilir.

Örgütsel kimliğin alt boyutlarından olan öğretmenlerin öğrenci kimliği algıları ($t=1.643, p>.05$) ile eğitim durumu arasında ise anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Öğretmenlerin örgütsel imaj algıları ($t=1.460, p>.05$), alt boyutlardan olan kalite imajı algıları ($t=.285, p>.05$), görünüm imajı algıları ($t=.104, p>.05$), sosyal imaj algıları ($t=1.922, p>.05$) ve program imajı algıları ($t=1.147, p>.05$) ile eğitim durumu arasında anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir.

Altyapı imajı boyutunda da eğitim durumuna göre lisans ve yüksek lisans mezunu öğretmenler arasında anlamlı farklılıklar vardır ($t=2.408$, $p<.05$). Lisans mezunu öğretmenlerin altyapı imajı algıları ($\bar{X}=2.868$) yüksek lisans mezunu öğretmenlerin altyapı imajı algılarından ($\bar{X}=2.931$) fazladır. Etki büyüklüğünü bulmak için hesaplanan η^2 değeri=0.018 ($.01 < \eta^2 < .06$) olduğundan eğitim durumunun öğretmenlerin altyapı imajı algılarına küçük etkisi olduğu söylenebilir.

4.2.4. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algıları, örgütsel imaj algıları ve örgütsel kimlik algıları branş değişkenine göre farklılık göstermekte midir?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algıları, örgütsel imaj algıları ve örgütsel kimlik algılarının branş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin analiz sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Branş değişkenine göre matematik, fen bilimleri, sosyal bilimler ve diğer branşta olan öğretmenler arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespit etmek için tek yönlü varyans analizi (Anova) yapılmıştır.

Tablo 13: Branş değişkenine göre örgütsel kültür, örgütsel kimlik, örgütsel imaj ve bunların alt boyutlarına ilişkin aritmetik ortalama ve Anova testi sonuçları

Değişken	\bar{X}	Branş	\bar{X}	N		KT	SD	F	p
Destek Kültürü	3,69	Matematik	3,6538	52	Gruplar arası	1,485	3	,572	,634
		Fen bilimleri	3,8259	54	Gruplar içi	259,544	300		
		Sosyal bilimler	3,7055	110	Toplam	261,029	303		
		Diğer	3,6227	88					
İlişki Kültürü	3,68	Matematik	3,6769	52	Gruplar arası	,022	3	,017	,997
		Fen bilimleri	3,6704	54	Gruplar içi	130,682	300		
		Sosyal bilimler	3,6927	110	Toplam	130,704	303		
		Diğer	3,6795	88					
Bürokrasi Kültürü	2,96	Matematik	3,0913	52	Gruplar arası	1,716	3	,711	,546
		Fen bilimleri	2,8380	54	Gruplar içi	241,440	300		
		Sosyal bilimler	2,9682	110	Toplam	243,156	303		
		Diğer	2,9801	88					
Örgütsel Kültür	3,48	Matematik	3,5014	52	Gruplar arası	,074	3	,072	,975
		Fen bilimleri	3,4881	54	Gruplar içi	102,791	300		
		Sosyal bilimler	3,4903	110	Toplam	102,865	303		
		Diğer	3,4594	88					
Yönetim Kimliği	3,45	Matematik	3,3327	52	Gruplar arası	2,609	3	1,169	,322
		Fen bilimleri	3,6296	54	Gruplar içi	223,165	300		
		Sosyal bilimler	3,4155	110	Toplam	225,774	303		
		Diğer	3,4670	88					
Öğretmen Kimliği	3,51	Matematik	3,4231	52	Gruplar arası	1,242	3	,493	,688
		Fen bilimleri	3,6323	54	Gruplar içi	252,067	300		
		Sosyal bilimler	3,4909	110	Toplam	253,308	303		

Tablo 13'ün devamı:

Öğrenci Kimliği	3,46	Diğer	3,5146	88	Gruplar arası	1,294	3	,553	,646
		Matematik	3,3846	52					
		Fen bilimleri	3,5815	54					
		Sosyal bilimler	3,4218	110					
Çevre Kimliği	3,42	Diğer	3,4818	88	Gruplar arası	2,169	3	,786	,503
		Matematik	3,2500	52					
		Fen bilimleri	3,4877	54					
		Sosyal bilimler	3,2636	110					
Örgütsel Kimlik	3,45	Diğer	3,3447	88	Gruplar arası	1,832	3	,882	,451
		Matematik	3,3585	52					
		Fen bilimleri	3,6037	54					
		Sosyal bilimler	3,4196	110					
Kalite İmajı	3,72	Diğer	3,4686	88	Gruplar arası	,761	3	,463	,708
		Matematik	3,6423	52					
		Fen bilimleri	3,7222	54					
		Sosyal bilimler	3,7818	110					
Görünüm İmajı	3,48	Diğer	3,7011	88	Gruplar arası	,110	3	,044	,988
		Matematik	3,4872	52					
		Fen bilimleri	3,5247	54					
		Sosyal bilimler	3,4697	110					
Sosyal İmaj	3,27	Diğer	3,4886	88	Gruplar arası	,923	3	,580	,629
		Matematik	3,3379	52					
		Fen bilimleri	3,3545	54					
		Sosyal bilimler	3,2182	110					
Altyapı İmajı	3,15	Diğer	3,2597	88	Gruplar arası	1,515	3	,809	,490
		Matematik	3,0833	52					
		Fen bilimleri	3,2654	54					
		Sosyal bilimler	3,0955	110					
Program İmajı	2,98	Diğer	3,2027	88	Gruplar arası	,698	3	,548	,650
		Matematik	2,9962	52					
		Fen bilimleri	3,0852	54					
		Sosyal bilimler	2,9600	110					
Örgütsel İmaj	3,37	Diğer	2,9545	88	Gruplar arası	,233	3	,214	,887
		Matematik	3,3462	52					
		Fen bilimleri	3,4289	54					
		Sosyal bilimler	3,3589	110					
		Diğer	3,3640	88					

Tabloya göre öğretmenlerin örgütsel kültür algıları ($F=.072$, $p>.05$), alt boyutlardan olan destek kültürü algıları ($F=.572$, $p>.05$), ilişki kültürü algıları ($F=.017$, $p>.05$) ve bürokrasi kültürü algıları ($F=.711$, $p>.05$) ile branş arasında anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir.

Öğretmenlerin örgütsel kimlik algıları ($F=.882$, $p>.05$), alt boyutlardan olan yönetim kimliği algıları ($F=1.169$, $p>.05$), öğretmen kimliği algıları ($F=.493$, $p>.05$), öğrenci kimliği algıları ($F=.553$, $p>.05$) ve çevre kimliği algıları ($F=.786$, $p>.05$) ile branş arasında anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir.

Öğretmenlerin örgütsel imaj algıları ($F=.214$, $p>.05$), alt boyutlardan olan kalite imajı algıları ($F=.463$, $p>.05$), görünüm imajı algıları ($F=.044$, $p>.05$), sosyal imaj

algıları (F=.580, p>.05), altyapı imajı algıları (F=.809, p>.05) ve program imajı algıları (F=.548, p>.05) ile branş arasında anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir.

4.3. Öğretmenlerin okullarına ilişkin örgütsel kültür, örgütsel kimlik ve örgütsel imaj algılarının ve bunların alt boyutlarının birbirleri ile ilişkisi var mıdır?

Öğretmenlerin okullarına ilişkin örgütsel kültür, örgütsel kimlik ve örgütsel imaj algılarının ve bunların alt boyutlarının birbirleri ile olan ilişkilerine ilişkin analiz sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 14. Öğretmenlerin okullarına ilişkin örgütsel kültür, örgütsel kimlik ve örgütsel imaj algılarına ve bunların alt boyutlarına ilişkin korelasyon analizi sonuçları

	D.K	İ.K	B.K	Ö.K	Y.K	Ö.K	Ö.K	Ç.K	Ö.K	K.İ	G.İ	S.İ	A.İ	P.İ
Destek kültürü														
İlişki kültürü	.696													
Bürokrasi kültürü	-.038	.062												
Örgütsel kültür	.832	.825	.442											
Yönetim kimliği	.283	.183	-.030	.222										
Öğretmen kimliği	.235	.108	-.004	.175	.811									
Öğrenci kimliği	.276	.143	-.060	.188	.864	.804								
Çevre kimliği	.303	.183	.023	.256	.843	.738	.772							
Örgütsel kimlik	.290	.165	-.023	.221	.964	.917	.925	.879						
Kalite imajı	.200	.202	-.108	.148	.235	.199	.213	.242	.237					
Görünüm imajı	.143	.141	-.038	.121	.195	.125	.184	.215	.188	.568				
Sosyal imaj	.306	.241	-.126	.216	.307	.269	.272	.317	.311	.567	.515			
Altyapı imajı	.262	.224	-.092	.198	.298	.227	.251	.345	.295	.460	.586	.713		
Program imajı	.264	.153	-.036	.196	.307	.260	.254	.344	.309	.320	.379	.660	.694	
Örgütsel imaj	.296	.250	-.112	.220	.335	.273	.294	.362	.335	.806	.726	.869	.837	.713

Örgütsel kültür ve örgütsel kimlik değişkenleri arasındaki korelasyon katsayıları incelendiğinde değişkenlerin birbiriyle olumlu ilişkide olduğu görülmektedir. Örgütsel kültür ile örgütsel kimlik arasında pozitif yönde bir ilişki ($r=0,221$, $p<.05$) görülmektedir.

Örgütsel kültür ve örgütsel imaj değişkenleri arasındaki korelasyon katsayıları incelendiğinde de değişkenlerin birbiriyle olumlu ilişkide olduğu görülmektedir.

Örgütsel kültür ile örgütsel imaj arasında pozitif yönde bir ilişki ($r=0,220$, $p<.05$) görülmektedir.

Örgütsel kimlik ve örgütsel imaj değişkenleri arasındaki korelasyon katsayıları incelendiğinde ise değişkenlerin yine birbiriyle olumlu ilişkide olduğu görülmektedir. Örgütsel kimlik ile örgütsel imaj arasında pozitif yönde ve daha güçlü bir ilişki ($r=0,335$, $p<.05$) görülmektedir.

4.4. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algı düzeyi, örgütsel kimlik ve alt boyutları (yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği) algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algı düzeyi, örgütsel kimlik algı düzeyinin ne kadarını açıkladığını bulmak için yapılan basit regresyon sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 15. Öğretmenlerin okullarına yönelik örgütsel kültür algılarının örgütsel kimlik algılarını yordamasına ilişkin basit regresyon analizi sonuçları

	B	Beta	T	p	R	R ²
Sabit	58.876		8.325	,000		
Örgütsel kültür	.565	.221	3.946	,000	.221	.049

Öğretmenlerin okullarına yönelik örgütsel kültür algılarının, örgütsel kimliği yordamasına yönelik regresyon analizi sonuçlarına göre, korelasyon katsayısı incelendiğinde örgütsel kültür algıları ile örgütsel kimlik arasında olumlu bir ilişki ($R=.221$) olduğu görülmektedir. Tablo 15'deki verilere göre, örgütsel kültür, örgütsel kimliğin yordayıcısıdır ($R=0.221$, $R^2=0.049$, $p<.00$). Örgütsel kültür, örgütsel kimliğin yaklaşık %5'ini açıklamaktadır.

4.4.1. Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü algı düzeyi, yönetim kimliği algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algı düzeylerinin, yönetim kimliği algı düzeyinin ne kadarını açıkladığını bulmak için yapılan çoklu regresyon sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 16. Öğretmenlerin okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algularının yönetim kimliği algularını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

	B	Beta	t	P	İkili r	Kısmi r
Sabit	2.591		8.419	.000		
Destek Kültürü	.279	.299	3.862	.000	.218	.214
İlişki Kültürü	-.032	-.024	-.311	.756	-.018	-.017
Bürokrasi Kültürü	-.016	-.017	-.304	.761	-.018	-.017
R=.285	R ² =.081					
F=8.808	p=.000					

Örgütsel kültür algısı boyutlarının tamamına birlikte bakıldığında yönetim kimliğini açıklamada etkili oldukları görülecektir ($R=0,285$, $R^2=.081$, $p<.05$). Örgütsel kültür algısının alt boyutları destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü yönetim kimliğinin yaklaşık %8'ini açıklamaktadır. Örgütsel kültür alt boyutlarının yönetim kimliğini açıklamadaki regresyon analizinin t değerleri incelendiğinde üç alt değişkenden ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü boyutlarının yönetim kimliğini açıklamada anlamlı bir yordayıcı olmadıkları görülmektedir. Ancak destek kültürü boyutunun, yönetim kimliğini açıklamada anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına göre (β) yordayıcı değişkenlerin yönetim kimliği üzerine görelî önem sırası; destek kültürü ($\beta=0,299$), ilişki kültürü ($\beta=-0,024$) ve bürokrasi kültürü ($\beta=-0,017$) şeklindedir.

4.4.2. Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü algı düzeyi, öğretmen kimliği algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algı düzeylerinin, öğretmen kimliği algı düzeyinin ne kadarını açıkladığını bulmak için yapılan çoklu regresyon sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 17. Öğretmenlerin okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algılarının öğretmen kimliği algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

	B	Beta	t	P	İkili r	Kısmi r
Sabit	2.895		8.788	.000		
Destek Kültürü	.308	.312	3.984	.000	.224	.223
İlişki Kültürü	-,153	-.110	-1.403	.162	-.081	-.078
Bürokrasi Kültürü	,015	.015	.263	.793	.015	.015
R=.248	R ² =.061					
F=6.544	p=.000					

Örgütsel kültür algısı boyutlarının tamamına birlikte bakıldığında yönetim kimliğini açıklamada etkili oldukları görülecektir ($R=0,248$, $R^2=.061$, $p<.05$). Örgütsel kültür algısının alt boyutları destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü öğretmen kimliğinin yaklaşık %6'sını açıklamaktadır. Örgütsel kültür alt boyutlarının öğretmen kimliğini açıklamadaki regresyon analizinin t değerleri incelendiğinde üç alt değişkenden ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü boyutlarının öğretmen kimliğini açıklamada anlamlı bir yordayıcı olmadıkları görülmektedir. Ancak destek kültürü boyutunun, öğretmen kimliğini açıklamada anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına göre (β) yordayıcı değişkenlerin öğretmen kimliği üzerine görece önem sırası; destek kültürü ($\beta=0,312$), ilişki kültürü ($\beta=-0,110$) ve bürokrasi kültürü ($\beta=0,015$) şeklindedir.

4.4.3. Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü algı düzeyi, öğrenci kimliği algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algı düzeylerinin, öğrenci kimliği algı düzeyinin ne kadarını açıkladığını bulmak için yapılan çoklu regresyon sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 18. Öğretmenlerin okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algılarının öğrenci kimliği algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

	B	Beta	t	P	İkili r	Kısmi r
Sabit	2.839		9.046	.000		
Destek Kültürü	.319	.336	4.331	.000	.243	.239
İlişki Kültürü	-.117	-.087	-1.127	.261	-.065	-.062
Bürokrasi Kültürü	-.041	-.042	-.754	.451	-.044	-.042
R=.288	R ² =.083					
F=9.019	p=.000					

Örgütsel kültür algısı boyutlarının tamamına birlikte bakıldığında öğrenci kimliğini açıklamada etkili oldukları görülecektir ($R=0,288$, $R^2=.083$, $p<.05$). Örgütsel kültür algısının alt boyutları destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü öğrenci kimliğinin yaklaşık %8'ini açıklamaktadır. Örgütsel kültür alt boyutlarının öğrenci kimliğini açıklamadaki regresyon analizinin t değerleri incelendiğinde üç alt değişkenden ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü boyutlarının öğrenci kimliğini açıklamada anlamlı bir yordayıcı olmadıkları görülmektedir. Ancak destek kültürü boyutunun, öğrenci kimliğini açıklamada anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına göre (β) yordayıcı değişkenlerin öğrenci kimliği üzerine görece önem sırası; destek kültürü ($\beta=0,336$), ilişki kültürü ($\beta=-0,087$) ve bürokrasi kültürü ($\beta=-0,042$) şeklindedir.

4.4.4. Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü algı düzeyi, çevre kimliği algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algı düzeylerinin, öğretmen kimliği algı düzeyinin ne kadarını açıkladığını bulmak için yapılan çoklu regresyon sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 19. Öğretmenlerin okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algılarının çevre kimliği algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

	B	Beta	t	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	2.198		6.485	.000		
Destek Kültürü	.358	.346	4.501	.000	.252	.247
İlişki Kültürü	-.088	-.060	-.781	.435	-.045	-.043
Bürokrasi Kültürü	.043	.040	.730	.466	.042	.040
R=.308	R ² =.095					
F=10.482	p=.000					

Örgütsel kültür algısı boyutlarının tamamına birlikte bakıldığında çevre kimliğini açıklamada etkili oldukları görülecektir ($R=0.308$, $R^2=.095$, $p<.05$). Örgütsel kültür algısının alt boyutları destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü çevre kimliğinin yaklaşık %9'unu açıklamaktadır. Örgütsel kültür alt boyutlarının çevre kimliğini açıklamadaki regresyon analizinin t değerleri incelendiğinde üç alt değişkenden ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü boyutlarının çevre kimliğini açıklamada anlamlı bir yordayıcı olmadıkları görülmektedir. Ancak destek kültürü boyutunun, çevre kimliğini açıklamada anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına göre (β) yordayıcı değişkenlerin çevre kimliği üzerine görece önem sırası; destek kültürü ($\beta=0,346$), ilişki kültürü ($\beta=-0,060$) ve bürokrasi kültürü ($\beta=0,040$) şeklindedir.

4.5. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kimlik algı düzeyi, örgütsel imaj ve alt boyutları (kalite imajı, görünüm imajı, sosyal imaj, altyapı imajı ve program imajı) algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kimlik algı düzeyi, örgütsel imaj algı düzeyinin ne kadarını açıkladığını bulmak için yapılan basit regresyon sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 20. Öğretmenlerin okullarına yönelik örgütsel kimlik algılarının örgütsel imaj algılarını yordamasına ilişkin basit regresyon analizi sonuçları

	B	Beta	t	p	R	R ²
Sabit	78.538		18.195	,000		
Örgütsel kimlik	.300	.335	6.184	,000	.335	.112

Öğretmenlerin okullarına yönelik örgütsel kimlik algılarının, örgütsel imajı yordamasına yönelik regresyon analizi sonuçlarına göre, korelasyon katsayısı incelendiğinde örgütsel kimlik algıları ile örgütsel imaj arasında olumlu bir ilişki ($R=.335$) olduğu görülmektedir. Tablo 20'deki verilere göre, örgütsel kimlik, örgütsel imajın yordayıcısıdır ($R=0.335$, $R^2=0.112$, $p<.00$). Örgütsel kültür, örgütsel kimliğin yaklaşık %11'ini açıklamaktadır.

4.5.1. Öğretmenlerin, okullarına yönelik yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği algı düzeyi, kalite imajı algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik yönetim, öğretmen, öğrenci ve çevre kimliği algı düzeylerinin, kalite imajı algı düzeyinin ne kadarını açıkladığını bulmak için yapılan çoklu regresyon sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 21. Öğretmenlerin okullarına yönelik yönetim, öğretmen, öğrenci ve çevre kimliği algılarının kalite imajı algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

	B	Beta	T	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	3.016		17.000	.000		
Yönetim Kimliği	.087	.102	.737	.462	.043	.041
Öğretmen Kimliği	-.004	-.005	-.049	.961	-.003	-.003
Öğrenci Kimliği	.011	.013	.106	.915	.006	.006
Çevre Kimliği	.115	.150	1.409	.160	.081	.079
R=.249	$R^2=.062$					
F=4.943	$p=.001$					

Örgütsel kimlik algısı boyutlarının tamamına birlikte bakıldığında kalite imajını açıklamada etkili oldukları görülecektir ($R=0.249$, $R^2=.062$, $p<.05$). Örgütsel kimlik algısının alt boyutları yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği, kalite imajının yaklaşık %6'sını açıklamaktadır. Örgütsel kimlik alt boyutlarının kalite imajını açıklamadaki regresyon analizinin t değerleri incelendiğinde bütün boyutların kalite imajını açıklamada anlamlı bir yordayıcı olmadıkları görülmektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına göre (β) yordayıcı değişkenlerin kalite imajı üzerine görece önem sırası; çevre kimliği ($\beta=0.150$), yönetim kimliği ($\beta=0.102$), öğrenci kimliği ($\beta=0.013$) ve öğretmen kimliği ($\beta=-0.005$) şeklindedir.

4.5.2. Öğretmenlerin, okullarına yönelik yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği algı düzeyi, görünüm imajı algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik yönetim, öğretmen, öğrenci ve çevre kimliği algı düzeylerinin, görünüm imajı algı düzeyinin ne kadarını açıkladığını bulmak için yapılan çoklu regresyon sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 22. Öğretmenlerin okullarına yönelik yönetim, öğretmen, öğrenci ve çevre kimliği algılarının görünüm imajı algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

	B	Beta	T	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	2.810		12.850	.000		
Yönetim Kimliği	.082	.079	.564	.573	.033	.032
Öğretmen Kimliği	-.154	-.156	-.1506	.133	-.087	-.085
Öğrenci Kimliği	.097	.094	.786	.432	.045	.044
Çevre Kimliği	.180	.191	1.787	.075	.103	.101
R=.233	R ² =.054					
F=4.290	p=.002					

Örgütsel kimlik algısı boyutlarının tamamına birlikte bakıldığında görünüm imajını açıklamada etkili oldukları görülecektir (R=0.233, R²=.054, p<.05). Örgütsel kimlik algısının alt boyutları yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği, görünüm imajının yaklaşık %5'ini açıklamaktadır. Örgütsel kimlik alt boyutlarının görünüm imajını açıklamadaki regresyon analizinin t değerleri incelendiğinde bütün boyutların görünüm imajını açıklamada anlamlı bir yordayıcı olmadıkları görülmektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına göre (β) yordayıcı değişkenlerin görünüm imajı üzerine görece önem sırası; çevre kimliği (β =0.191), öğretmen kimliği (β =-0.156), öğrenci kimliği (β =0.094) ve yönetim kimliği (β =0.079) şeklindedir.

4.5.3. Öğretmenlerin, okullarına yönelik yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği algı düzeyi, sosyal imaj algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik yönetim, öğretmen, öğrenci ve çevre kimliği algı düzeylerinin, sosyal imaj algı düzeyinin ne kadarını açıkladığını bulmak için yapılan çoklu regresyon sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 23. Öğretmenlerin okullarına yönelik yönetim, öğretmen, öğrenci ve çevre kimliği algılarının sosyal imaj algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

	B	Beta	t	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	2.362		13.847	.000		
Yönetim Kimliği	.107	.128	.943	.347	.054	.052
Öğretmen Kimliği	.025	.032	.315	.753	.018	.017
Öğrenci Kimliği	-.015	-.018	-.157	.875	-.009	-.009
Çevre Kimliği	.152	.201	1.932	.054	.111	.106
R=.326	R ² =.106					
F=8.890	p=.000					

Örgütsel kimlik algısı boyutlarının tamamına birlikte bakıldığında sosyal imajı açıklamada etkili oldukları görülecektir ($R=0.326$, $R^2=.106$, $p<.05$). Örgütsel kimlik algısının alt boyutları yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği, sosyal imajın yaklaşık %10'unu açıklamaktadır. Örgütsel kimlik alt boyutlarının sosyal imajı açıklamadaki regresyon analizinin t değerleri incelendiğinde bütün boyutların sosyal imajı açıklamada anlamlı bir yordayıcı olmadıkları görülmektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına göre (β) yordayıcı değişkenlerin sosyal imaj üzerine görece önem sırası; çevre kimliği ($\beta=0.201$), yönetim kimliği ($\beta=0.128$), öğretmen kimliği ($\beta=0.032$) ve öğrenci kimliği ($\beta=-0.018$) şeklindedir.

4.5.4. Öğretmenlerin, okullarına yönelik yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği algı düzeyi, altyapı imajı algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik yönetim, öğretmen, öğrenci ve çevre kimliği algı düzeylerinin, altyapı imajı algı düzeyinin ne kadarını açıkladığını bulmak için yapılan çoklu regresyon sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 24. Öğretmenlerin okullarına yönelik yönetim, öğretmen, öğrenci ve çevre kimliği algılarının altyapı imajı algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

	B	Beta	t	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	2.244		12.226	.000		
Yönetim Kimliği	.110	.120	.897	.370	.052	.049
Öğretmen Kimliği	-.070	-.082	-.819	.413	-.047	-.044
Öğrenci Kimliği	-.049	-.054	-.471	.638	-.027	-.025
Çevre Kimliği	.285	.346	3.361	.001	.191	.182
R=.351	R ² =.123					
F=10.469	p=.000					

Örgütsel kimlik algısı boyutlarının tamamına birlikte bakıldığında altyapı imajını açıklamada etkili oldukları görülecektir ($R=0.351$, $R^2=.123$, $p<.05$). Örgütsel kimlik algısının alt boyutları yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği, altyapı imajının yaklaşık %12'sini açıklamaktadır. Örgütsel kimlik alt boyutlarının altyapı imajını açıklamadaki regresyon analizinin t değerleri incelendiğinde yönetim, öğretmen ve öğrenci kimliği boyutlarının altyapı imajını açıklamada anlamlı bir yordayıcı olmadıkları görülmektedir. Ancak çevre kimliği boyutunun altyapı imajını açıklamada anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına göre (β) yordayıcı değişkenlerin altyapı imajı üzerine görece önem sırası; çevre kimliği ($\beta=0.346$), yönetim kimliği ($\beta=0.120$), öğretmen kimliği ($\beta=-0.082$) ve öğrenci kimliği ($\beta=-0.054$) şeklindedir.

4.5.6. Öğretmenlerin, okullarına yönelik yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği algı düzeyi, program imajı algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik yönetim, öğretmen, öğrenci ve çevre kimliği algı düzeylerinin, program imajı algı düzeyinin ne kadarını açıkladığını bulmak için yapılan çoklu regresyon sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 25. Öğretmenlerin okullarına yönelik yönetim, öğretmen, öğrenci ve çevre kimliği algılarının program imajı algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

	B	Beta	T	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	2.195		14.510	.000		
Yönetim Kimliği	.097	.129	.958	.339	.055	.052
Öğretmen Kimliği	.010	.014	.136	.892	.008	.007
Öğrenci Kimliği	-.077	-.105	-.904	.367	-.052	-.049
Çevre Kimliği	.208	.306	2.975	.003	.170	.161
R=.349	R ² =.122					
F=10.360	p=.000					

Örgütsel kimlik algısı boyutlarının tamamına birlikte bakıldığında program imajını açıklamada etkili oldukları görülecektir ($R=0.349$, $R^2=.122$, $p<.05$). Örgütsel kimlik algısının alt boyutları yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği, program imajının yaklaşık %12'sini açıklamaktadır. Örgütsel kimlik alt boyutlarının program imajını açıklamadaki regresyon analizinin t değerleri incelendiğinde yönetim, öğretmen ve öğrenci kimliği boyutlarının program imajını açıklamada anlamlı bir yordayıcı olmadıkları görülmektedir. Ancak çevre kimliği boyutunun program imajını açıklamada anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına göre (β) yordayıcı değişkenlerin program imajı üzerine görece önem sırası; çevre kimliği ($\beta=0.306$), yönetim kimliği ($\beta=0.129$), öğrenci kimliği ($\beta=-0.105$) ve öğretmen kimliği ($\beta=0.014$) şeklindedir.

4.6. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algı düzeyi, örgütsel imaj ve alt boyutları (kalite imajı, görünüm imajı, sosyal imaj, altyapı imajı ve program imajı) algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algı düzeyi, örgütsel imaj algı düzeyinin ne kadarını açıkladığını bulmak için yapılan basit regresyon sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 26. Öğretmenlerin okullarına yönelik örgütsel kültür algılarının örgütsel imaj algılarını yordamasına ilişkin basit regresyon analizi sonuçları

	B	Beta	t	p	R	R ²
Sabit	80.004		12.621	.000		
Örgütsel kültür	.502	.220	3.916	.000	.220	.048

Öğretmenlerin okullarına yönelik örgütsel kültür algılarının, örgütsel imajı yordamasına yönelik regresyon analizi sonuçlarına göre, korelasyon katsayısı incelendiğinde örgütsel kültür algıları ile örgütsel imaj arasında olumlu bir ilişki ($R=.220$) olduğu görülmektedir. Tablo 26'deki verilere göre, örgütsel kültür, örgütsel imajın yordayıcısıdır ($R=0.220$, $R^2=0.048$, $p<.00$). Örgütsel kültür, örgütsel imajın yaklaşık %5'ini açıklamaktadır.

4.6.1. Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü algı düzeyi, kalite imajı algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algı düzeylerinin, kalite imajı algı düzeyinin ne kadarını açıkladığını bulmak için yapılan çoklu regresyon sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 27. Öğretmenlerin okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algılarının kalite imajı algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

	B	Beta	T	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	3.129		11.764	.000		
Destek Kültürü	.077	.097	1.236	.217	.071	.069
İlişki Kültürü	.159	.142	1.808	.072	.104	.101
Bürokrasi Kültürü	-.093	-.113	-2.007	.046	-.115	-.112
R=.246	$R^2=.060$					
F=6.425	$p=.000$					

Örgütsel kültür algısı boyutlarının tamamına birlikte bakıldığında kalite imajını açıklamada etkili oldukları görülecektir ($R=0.246$, $R^2=.060$, $p<.05$). Örgütsel kültür algısının alt boyutları destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü, kalite imajının yaklaşık %6'sını açıklamaktadır. Örgütsel kültür alt boyutlarının kalite imajını açıklamadaki regresyon analizinin t değerleri incelendiğinde üç alt değişkenden destek kültürü ve ilişki kültürü boyutlarının kalite imajını açıklamada anlamlı bir yordayıcı olmadıkları görülmektedir. Ancak bürokrasi kültürü boyutunun, kalite imajını açıklamada anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına göre (β) yordayıcı değişkenlerin kalite imajı üzerine görece önem sırası; ilişki kültürü ($\beta=0.142$), bürokrasi kültürü ($\beta=-0.113$) ve destek kültürü ($\beta=0.097$) şeklindedir.

4.6.2. Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü algı düzeyi, görünüm imajı algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algı düzeylerinin, görünüm imajı algı düzeyinin ne kadarını açıkladığını bulmak için yapılan çoklu regresyon sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 28. Öğretmenlerin okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algılarının görünüm imajı algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

	B	Beta	T	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	2.877		8.653	.000		
Destek Kültürü	.078	.080	1.006	.315	.058	.057
İlişki Kültürü	.120	.087	1.090	.277	.063	.062
Bürokrasi Kültürü	-.041	-.041	-.705	.481	-.041	-.040
R=.159	R ² =.025					
F=2.591	p=.053					

Örgütsel kültür algısı boyutlarının tamamına birlikte bakıldığında görünüm imajını açıklamada etkili olmadıkları görülecektir ($R=0.159$, $R^2=.025$, $p>.05$). Örgütsel kültür algısının alt boyutları destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü görünüm imajının yaklaşık %2'sini açıklamaktadır. Örgütsel kültür alt boyutlarının görünüm imajını açıklamadaki regresyon analizinin t değerleri incelendiğinde tüm alt boyutların görünüm imajını açıklamada anlamlı bir yordayıcı olmadıkları görülmektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına göre (β) yordayıcı değişkenlerin görünüm imajı üzerine görece önemi; ilişki kültürü ($\beta=0.087$), destek kültürü ($\beta=0.080$) ve bürokrasi kültürü ($\beta=-0.041$) şeklindedir.

4.6.3. Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü algı düzeyi, sosyal imaj algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algı düzeylerinin, sosyal imaj algı düzeyinin ne kadarını açıkladığını bulmak için yapılan çoklu regresyon sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 29. Öğretmenlerin okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algılarının sosyal imaj algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

	B	Beta	T	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	2.538		9.955	.000		
Destek Kültürü	.195	.249	3.267	.001	.185	.178
İlişki Kültürü	.083	.075	.986	.325	.057	.054
Bürokrasi Kültürü	-.098	-.121	-2.203	.028	-.126	-.120
R=.331	R ² =.110					
F=12.335	p=.000					

Örgütsel kültür algısı boyutlarının tamamına birlikte bakıldığında sosyal imajı açıklamada etkili oldukları görülecektir ($R=0.331$, $R^2=.110$, $p<.05$). Örgütsel kültür algısının alt boyutları destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü sosyal imajın yaklaşık %11'ini açıklamaktadır. Örgütsel kültür alt boyutlarının sosyal imajı açıklamadaki regresyon analizinin t değerleri incelendiğinde üç alt değişkenden ilişki kültürü boyutunun sosyal imajı açıklamada anlamlı bir yordayıcı olmadığı görülmektedir. Ancak destek kültürü ve bürokrasi kültürü boyutlarının, sosyal imajı açıklamada anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına göre (β) yordayıcı değişkenlerin sosyal imaj üzerine görelî önem sırası; destek kültürü ($\beta=0.249$), bürokrasi kültürü ($\beta=-0.121$) ve ilişki kültürü ($\beta=0.075$) şeklindedir.

4.6.4. Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü algı düzeyi, altyapı imajı algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algı düzeylerinin, altyapı imajı algı düzeyinin ne kadarını açıkladığını bulmak için yapılan çoklu regresyon sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 30. Öğretmenlerin okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algılarının altyapı imajı algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

	B	Beta	T	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	2.364		8.397	.000		
Destek Kültürü	.162	.191	2.460	.014	.141	.136
İlişki Kültürü	.116	.097	1.245	.214	.072	.069
Bürokrasi Kültürü	-.080	-.091	-1.625	.105	-.093	-.090
R=.283	R ² =.080					
F=8.687	p=.000					

Örgütsel kültür algısı boyutlarının tamamına birlikte bakıldığında altyapı imajını açıklamada etkili oldukları görülecektir ($R=0.283$, $R^2=.080$, $p<.05$). Örgütsel kültür algısının alt boyutları destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü altyapı imajının yaklaşık %8'ini açıklamaktadır. Örgütsel kültür alt boyutlarının altyapı imajını açıklamadaki regresyon analizinin t değerleri incelendiğinde üç alt değişkenden ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü boyutlarının altyapı imajını açıklamada anlamlı bir yordayıcı olmadıkları görülmektedir. Ancak destek kültürü boyutunun, altyapı imajını açıklamada anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına göre (β) yordayıcı değişkenlerin altyapı imajı üzerine görece önem sırası; destek kültürü ($\beta=0.191$), ilişki kültürü ($\beta=0.097$) ve bürokrasi kültürü ($\beta=-0.091$) şeklindedir.

4.6.5. Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü algı düzeyi, program imajı algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algı düzeylerinin, program imajı algı düzeyinin ne kadarını açıkladığını bulmak için yapılan çoklu regresyon sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 31. Öğretmenlerin okullarına yönelik destek, ilişki ve bürokrasi kültürü algılarının program imajı algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

	B	Beta	T	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	2.452		10.525	.000		
Destek Kültürü	.211	.301	3.867	.000	.218	.215
İlişki Kültürü	-.054	-.055	-.704	.482	-.041	-.039
Bürokrasi Kültürü	-.015	-.021	-.367	.714	-.021	-.020
R=.268	R ² =.072					
F=7.737	p=.000					

Örgütsel kültür algısı boyutlarının tamamına birlikte bakıldığında program imajını açıklamada etkili oldukları görülecektir ($R=0.268$, $R^2=.072$, $p<.05$). Örgütsel kültür algısının alt boyutları destek kültürü, ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü program imajının yaklaşık %7'sini açıklamaktadır. Örgütsel kültür alt boyutlarının program imajını açıklamadaki regresyon analizinin t değerleri incelendiğinde üç alt değişkenden

ilişki kültürü ve bürokrasi kültürü boyutlarının program imajını açıklamada anlamlı bir yordayıcı olmadıkları görülmektedir. Ancak destek kültürü boyutunun, program imajını açıklamada anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına göre (β) yordayıcı değişkenlerin program imajı üzerine görece önem sırası; destek kültürü ($\beta=0.301$), ilişki kültürü ($\beta=-0.055$) ve bürokrasi kültürü ($\beta=-0.021$) şeklindedir.

4.7. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür ve örgütsel imaj algı düzeyleri örgütsel kimlik algı düzeyinin ne kadarını açıklamaktadır?

Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür ve örgütsel imaj algı düzeylerinin, örgütsel kimlik algı düzeyinin ne kadarını açıkladığını bulmak için yapılan çoklu regresyon sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 32. Öğretmenlerin okullarına yönelik örgütsel kültür ve örgütsel imaj algılarının, örgütsel kimlik algılarını yordamasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

	B	Beta	T	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	1.280		3.832	.000		
Örgütsel Kültür	.222	.155	2.825	.005	.161	.151
Örgütsel İmaj	.417	.301	5.481	.000	.301	.294
R=.368	R ² =.135					
F=23.552	p=.000					

Örgütsel kültür ve örgütsel imaj algılarına birlikte bakıldığında örgütsel kimliği açıklamada etkili oldukları görülecektir ($R=0.368$, $R^2=.135$, $p<.05$). Örgütsel kültür ve örgütsel imaj algıları örgütsel kimliğin yaklaşık %13'ünü açıklamaktadır. Örgütsel kültür ve örgütsel imajın örgütsel kimliği açıklamadaki regresyon analizinin t değerleri incelendiğinde örgütsel kimliği açıklamada anlamlı bir yordayıcı oldukları görülmektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına göre (β) yordayıcı değişkenlerin örgütsel kimlik üzerine görece önem sırası; örgütsel imaj ($\beta=0.301$) ve örgütsel kültür ($\beta=0.155$) şeklindedir. Örgütsel kültür puanındaki bir birimlik artış örgütsel kimlik puanında .222'lik bir artışa neden olmaktadır ve $p<.05$ olduğundan .222'lik artışın istatistiki olarak anlamlı olduğu söylenebilir. Örgütsel imaj puanındaki bir birimlik artış örgütsel kimlik puanında .417'lik bir artışa neden olmaktadır ve $p<.05$ olduğundan .417'lik artışın istatistiki olarak anlamlı olduğu söylenebilir. Regresyon denklemi aşağıdaki şekilde ifade edilebilir:

$$\text{Örgütsel kimlik} = 1.280 + 0.222 \text{ örgütsel kültür} + 0.417 \text{ örgütsel imaj}$$

BÖLÜM V

SONUÇ TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu bölümde, elde edilen bulgular özetlenmiş ve elde edilen bulgular ışığında araştırmacı ve uygulayıcılara öneriler sunulmuştur.

5.1. Sonuç ve Tartışma

5.1.1. Öğretmenlerin okullarına ilişkin örgütsel kültür, örgütsel kimlik ve örgütsel imaj algılarına ilişkin sonuçlar ve tartışma

Öğretmenlere göre okulların örgütsel kültürü “yüksek düzeyde” ($\bar{X}=3.48$) algılanmıştır. Kültür boyutları içerisinde en iyi algılanan destek kültürüdür ($\bar{X}=3.69$). Bunu sıra ile ilişki kültürü ($\bar{X}=3.68$) ve bürokrasi kültürü ($\bar{X}=2.96$) takip etmektedir. Okulların destek ve ilişki kültürü “yüksek” düzeyde algılanırken bürokrasi kültürü “orta” düzeyde algılanmıştır. Görüldüğü gibi hiçbir kültür boyutu “oldukça yüksek” düzeyde algılanmamıştır. Bu durum okullarda destek ve ilişki kültürünün ağırlıkta olduğunu, bürokrasi kültürünün ise daha düşük algılandığını göstermektedir.

Her okulun iyi veya kötü, güçlü veya zayıf bir kültürü vardır. Bu araştırmadaki öğretmen görüşlerine göre okul kültürünün geliştirilmesi ve güçlendirilmesi gerekmektedir. Okullar da diğer örgütler gibi varlıklarını sürdürebilmek ve diğer eğitim örgütlerine karşı üstünlük sağlayabilmek için her öğretmen tarafından paylaşılan ve kendine özgü bir kültüre sahip olmak zorundadırlar. Okul kültürünün oluşturulmasında okul müdür ve müdür yardımcılarının kısacası eğitim örgütlerinin liderlerine büyük rol düşmektedir. Okul kültürünün paylaşılması ve pekiştirilmesi için öğretmenlerin çoğunluğu tarafından benimsenip özümsecek, onlara yol çizecek, kalıcılığı sağlayan ve kolayca yitirilmeyecek bir değerler sistemi okul yönetimince oluşturulmalıdır. Paylaşılan bu değerler somutlaştırılmalı ve öğretmenlere rol model olunmalı, öğretmenler teşvik ve motive edilmeli, bütün öğretmenler ve okul personeli arasında bir takım ruhu oluşturularak, birlik olma, ait olma duyguları pekiştirilmeli ve okula ait her üyenin yaklaşarak birlikte hareket etmesi sağlanmalıdır.

Bir okulun yöneticisi yeni görüş ve yaklaşımlara açık olup öğretmenlerin sorunlarıyla ilgilendiği ve onlarla görüş alışverişinde bulunup çalışma koşullarını iyileştirdiği sürece okul kültürü güçlenecektir. Öğretmenlerin hiyerarşinin, sıkı denetimin ve kıdemin getirdiği gücün var olduğu ortamlarda kendini örgüte ait hissedemedikleri ve bürokrasinin iletişim ve güvene dayandığı bir okul kültürü içerisinde olmak istedikleri sonucuna ulaşılabilir.

Öğretmenlerin örgütsel kimlik algılarının “yüksek düzeyde” ($\bar{X}=3.45$) olduğu görülmüştür. Kimlik boyutlarına bakıldığında ise en iyi algılanan öğretmen kimliğidir ($\bar{X}=3.51$). Çevre kimliği orta düzeyde ($\bar{X}=3.32$) algılanırken Öğrenci kimliği ($\bar{X}=3.46$) ve yönetici kimliği ($\bar{X}=3.45$) yüksek düzeyde algılanmıştır. Burada da hiçbir kimlik boyutu oldukça yüksek düzeyde algılanmamıştır.

Kimlik, bir okulu diğer okullardan ayıran, o okulun ismi söylendiğinde zihinlerde oluşan, okulun kültürünü ve imajını akıllara getiren, o okulu kendine özgü yapan çok önemli bir olgudur. Öğretmen görüşlerine göre okulların kimliği yeterince güçlü olarak algılanmamakta, okula kimlik kazandıran öğretmen ve öğrenci olarak görülmekte ve çevre boyutu biraz daha arka planda kalmaktadır. Oysa ki bir okul öğretmeniyle, yöneticisiyle, öğrencisiyle, velisiyle, okul personeliyle, çevresiyle bütün halinde bir kimliğe sahiptir. Öğretmenler ve okul yöneticilere okula ait bir kültür oluşturarak; öğrenciler ve okul çalışanları okulun içindeki bir göz olarak ve veliler ile çevre de okulun dışarısındaki bir olarak okulun imajını anlamlandırarak kimliğe katkıda bulunurlar. Ancak güçlü bir kimlik ile okullar rakipleri arasında kendi tercih edilebilirliğini ve ismini yaratabilirler.

Okulların örgütsel imajı ise “orta düzeyde” ($\bar{X}=3.37$) algılanmıştır. İmaj boyutları içerisinde en iyi algılanan okulların kalite imajıdır ($\bar{X}=3.72$). Bunu sıra ile görünüm imajı ($\bar{X}=3.48$), sosyal imaj ($\bar{X}=3.27$), altyapı imajı ($\bar{X}=3.15$) ve son olarak program imajı ($\bar{X}=2.98$) takip etmektedir. Okulların kalite ve görünüm imajı “yüksek” düzeyde algılanırken sosyal, altyapı ve program imajı “orta” düzeyde algılanmıştır. Görüldüğü gibi hiçbir imaj boyutu “oldukça yüksek” düzeyde algılanmamıştır.

Araştırma sonuçlarına göre öğretmenlerin okullarından beklentisinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Öğretmenlere göre okullarının imajı yeterince ön planda değildir. Okulların daha çok akademik kalite ve görünüme odaklandıkları ve diğer imaj boyutları ile pek ilgilenmedikleri görülmektedir. Halbuki bir okulun imajı ne kadar güçlü olarak algılanıyorsa o okulun öğrencilerce çekiciliği ve tercih edilirliliği de o kadar artmaktadır. Bu bakımdan okullar var olan imajlarını yöneterek geliştirebilmeli ve zaman zaman imajlarını ölçen çalışmalar yapmalıdırlar. Eğer imaj ölçümü sonucunda olumlu sonuçlara ulaşırlar ise bu olumlu ve güçlü yönlerini koruyarak geliştirmelidirler. Eğer ölçümler sonucunda olumsuz sonuçlara ulaşırlar ise zayıf yönlerini telafi edecek tedbirler almalıdırlar. Okullar güçlü bir imaja sahip olmak için sadece kalite imajı ile değil aynı zamanda alt yapıya öncelik vermek, estetik görünüme önem vermek,

binaların yerinin seçimi, öğrencilerin sosyal ve kültürel faaliyetleri, spor ve sanata yönelik etkinlikleri gibi durumları da göz önünde bulundurmalarıdır.

5.1.2. Öğretmenlerin okullarına ilişkin örgütsel kültür, örgütsel kimlik ve örgütsel imaj algılarının ve bunların alt boyutlarının birbirleri ile ilişkisine dair sonuçlar ve tartışma

Örgütsel kültür ve örgütsel kimlik değişkenleri arasındaki korelasyon katsayıları incelendiğinde değişkenlerin birbiriyle olumlu ilişkide olduğu görülmektedir. Örgütsel kültür ile örgütsel kimlik arasında pozitif yönde bir ilişki ($r=0,221$, $p<.05$) görülmektedir.

Örgütsel kültür ve örgütsel imaj değişkenleri arasındaki korelasyon katsayıları incelendiğinde de değişkenlerin birbiriyle olumlu ilişkide olduğu görülmektedir. Örgütsel kültür ile örgütsel imaj arasında pozitif yönde bir ilişki ($r=0,220$, $p<.05$) görülmektedir.

Örgütsel kimlik ve örgütsel imaj değişkenleri arasındaki korelasyon katsayıları incelendiğinde ise değişkenlerin yine birbiriyle olumlu ilişkide olduğu görülmektedir. Örgütsel kimlik ile örgütsel imaj arasında pozitif yönde ve daha güçlü bir ilişki ($r=0,335$, $p<.05$) görülmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre kültür, kimlik ve imaj birbirleri ile güçlü ilişkide olan, hem birbirini etkileyen hem de birbirinden etkilenen kavramlardır. Okullar da diğer örgütler gibi toplumun karşısına çıktıklarıyla görüntüleriyle algılanırlar. İşte toplum ile etkileşimi sağlayan kültür, kimlik ve imajdır. Okullar kültür ile harmanlanmış bir kimlik oluşturarak toplum nazarında olumlu bir imaja kavuşabilirler. kültür ile tamamlanarak oluşan kimlik sayesinde dış çevreye karşı bir imaj yaratılmaktadır. Kültür kimliğin özünü oluşturmakla birlikte esasında kimliğin içe vurumu yani bir okulun kendi iç yansımasıdır denilebilir. İmaj ise kimliğin dışa vurumu yani kimliğin dışarıdaki çevreye yansıyan resmidir. Bir okul nasıl bir kimliğe sahip olmak istiyorsa o hedefindeki kimliğe göre bir okul kültürü geliştirir ve buna göre bir okul imajı oluşur. Kısacası kültür, kimlik ve imaj birbirlerinin öncülü ve sonucudur.

5.1.3. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algılarının, örgütsel kimlik ve alt boyutları (yönetim kimliği, öğretmen kimliği, öğrenci kimliği ve çevre kimliği) algılarını açıklamasına ilişkin sonuçlar ve tartışma

Öğretmenlerin okullarına yönelik örgütsel kültür algılarının, örgütsel kimliği yordamasına yönelik regresyon analizi sonuçlarına göre, korelasyon katsayısı incelendiğinde örgütsel kültür algıları ile örgütsel kimlik arasında olumlu bir ilişki ($R=0.221$) olduğu görülmektedir. Buna göre, örgütsel kültür, örgütsel kimliğin yordayıcısıdır ($R=0.221$, $R^2=0.049$, $p<.00$). Örgütsel kültür, örgütsel kimliğin yaklaşık %5'ini açıklamaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre örgütsel kültür örgütsel kimlik oluşturmada etkili bir öneme sahiptir. Kültür adeta kimliğin içerisinde var olan, kimliğin özüne yerleşmiş ve değişip gelişerek kimliğe yön veren bir olgudur. Literatürde de farklı araştırmacılar benzer düşünceleri dile getirmişlerdir. Örgütsel kimliği, örgütün kültürüyle ilişkilendiren Dutton ve Dukerich'e (1991) göre de bir örgütün kimliği, o örgütün kültürüyle sıkı sıkıya bağlıdır. Çünkü kimlik, işlerin yapılmasının tipik yönlerini gösteren bir takım becerileri ve bu becerilerin kullanılması ve değerlendirilmesi tarzını sunar. Tobin'e (2002) göre ise örgütsel kimlik, bir örgütteki eylemleri ve davranışları etkiler, kültür de bu eylemlerin ve davranışların bir sonucudur. Merkezi, ayırt edici ve zaman içinde süreklilik gösteren özelliklere sahip olan kimlik, örgütün temel sayıtları için zemin oluşturur ve örgütün kültürüyle ilişkili olan normlarda, sembollerde ve inançlarda kendini hissettirir.

Hatch ve Schultz (2002) da hem kimliğin kültür içine yerleştirildiğini hem de örgütsel kimliğin kültürel anlayışları daha belirgin şekilde dışa vurmada bir araç olarak hizmet ettiğini vurgulamaktadır. Ona göre kültür ve kimlik karşılıklı olarak etkileşir. Kiriakidou ve Millward (1999) da kültürün örgütsel kimliğin gelişerek gelişmesi ve kabul edilmesinde etkili olduğunu düşünmektedirler.

Dowling (1986) kurumun paylaşılmış değer, inanç ve davranış ve düşünceleri şeklinde açıklanan örgüt kültürünün örgütsel kimliğin neticelerinden ortaya çıktığını öne sürmektedir. Downey (1987) örgütsel kültürün kaynağını örgütsel kimlik şeklinde belirlemiştir, Dowling'in (1986) kültür tanımını kabul etmiş ve kültürün kurumun ne olduğunu ve kimliğin de niçin olduğu sonucuna varmıştır (Akt: Okay, 1999). Benzer şekilde Schmidt (1995) kültürü kendi örgütsel kimlik modelinin bir parçası olarak açıklamıştır.

Örgüt kimliği anlayışı içinde bütün üyelerde ve dış çevrede ortak bir amaç ve kabullenme oluşturabilmek ön planda olmaktadır. Örgüt kültüründe ise daha küçük gruplarda bir değer oluşturmak ve bunu örgüte yansıtılabilmek hedeflenmektedir. Örgüt kimliği örgüt kültürü gibi gerçek bir olgu değildir. Çoğunlukla düşünsel boyuttadır. Verimli ve oluşturulabilir bir örgüt kültürüne yönelik düşünceler, örgüt kimliği kavramı içerisinde yansımaları bulmaktadır. Örgüt kimliği politikasının esas sorumluluğu rekabet eden örgütsel düşüncelerin, fikirlerin ve tedbirlerin itici gücünü artıran bir örgüt kültürü oluşturabilmek ve destekleyebilmektir. Bu şekilde kök salmış olan bir örgüt kültürü örgütü pozitif yönde etkileyecek olan diğerlerinden ayrılma avantajları ve olumlu hale getirilmiş rekabet ortamı oluşturacaktır (Okay, 2000).

5.1.4. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kimlik algılarının, örgütsel imaj ve alt boyutları (kalite imajı, görünüm imajı, sosyal imaj, altyapı imajı ve program imajı) algılarını açıklamasına ilişkin sonuçlar ve tartışma

Öğretmenlerin okullarına yönelik örgütsel kimlik algılarının, örgütsel imajı yordamasına yönelik regresyon analizi sonuçlarına göre, korelasyon katsayısı incelendiğinde örgütsel kimlik algıları ile örgütsel imaj arasında olumlu bir ilişki ($R=0.335$) olduğu görülmektedir. Buna göre, örgütsel kimlik, örgütsel imajın yordayıcısıdır ($R=0.335$, $R^2=0.112$, $p<.00$). Örgütsel kimlik, örgütsel imajın yaklaşık %11'ini açıklamaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre örgütsel kimlik örgüt imajı oluşturmada etkili bir öneme sahiptir. İmaj, örgütün dışındakilerin örgüte bakış açılarına yönelik örgüt üyelerinin inançlarını tanımlar. İmaj, kimliğin dışa yansımalarıdır, çevredekilerin kimliği görme ve algılama şeklidir. Birçok araştırmacı literatürde imaj ve kimlik konusunda benzer kanıdadır. Gülsünler'e (2002) göre imaj, olması istenilendir; kimlik ise gerçekte var olan şeydir. Okay'a (2000) göre imaj dinamik, esnek, çok boyutlu ve karmaşık bir sistemdir. İmaj bir gerçekliktir. Çünkü imaj davranışlar sonucunda oluşmaktadır ve aynı bir aynaymış gibi yalnızca gerçekleri yansıtılabilmektedir. Örgüt kimliği ise daha çok teorik bir yapıya sahiptir. Örgüt kimliği çalışmalarını gerçekte var olan somut hareketlerdir. Buna karşı imaj hedef kitlenin örgüt ile ilgili somut fikirleridir. Örgüt imajı, örgüt kimliği amaçlarının davranışlarını belirlemektedir. Örgüt kimliği oluşturma çabalarının nihai hedefi imaj oluşturmak içindir. Örgüt kimliği örgütsel imajı şekillendirmektedir.

Çok sayıda araştırma, örgütsel kimlik kavramını örgüt imajı kavramıyla ilişkilendirmiştir (Dutton, Dukerich ve Harquail, 1994; Hatch ve Schultz, 2002; Dutton ve Dukerich, 1991; Gioia ve Thomas, 1996; Garmon, 2004). Örneğin; Dutton ve Dukerich (1991), kimlik ve imajın olayları görme ve yorumlamada dinamik olarak etkileşen bilişsel bir yapı olduğunu tartışmışlardır. Dutton, Dukerich ve Harquail (1994), üyelerin algıladıkları örgütsel kimlik (bir örgütün üyesi örgütün kimliğini nasıl algıladığı) ile dışarıdakilerin örgütsel kimliğe yönelik algıları konusunda üyelerin neye inandıkları (yani imaj) arasında bir ayrım yapmaktadırlar. Örgüt kimliği gibi, imaj da örgütün üyelerinin zihninde oluşan öznel şekilde oluşturulmuş bir yapıdır. İmaj yorumlanabilir olduğu için örgüt üyeleri dışarıdakilerin örgütü nasıl gördüğünü farklı şekillerde yorumlayacaktır.

Örgütsel kimlik gibi, imaj da ne olumlu ne de olumsuzdur. İmaj, daha çok bir örgüt üyesi için ne derecede kendi benlik tanımıyla uyumlu olduğu anlamını verir. Örneğin, bir örgütün üyeleri örgütlerinin imajlarını çevreye duyarlı olarak algılayabilir, bu imaj, bir çevre kulübüne mensup üyesi için çekici gelebilir ve örgüt üyeliğiyle kendini tanımlar. Diğer taraftan, kendilerini bu yönde tanımlamayan başka üyeler için aynı imaj daha az çekici gelebilir. Örgüt kimliği gibi, bireyler, imajın çekiciliğini de bu imajın kendi benlik kavramlarını ne derece pekiştirdiği ve farklılık yarattığı ve benlik saygılarını ne derecede geliştirdiği ile değerlendirir (Dutton, Dukerich ve Harquail 1994).

5.1.5. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür algılarının, örgütsel imaj ve alt boyutları (kalite imajı, görünüm imajı, sosyal imaj, altyapı imajı ve program imajı) algılarını açıklamasına ilişkin sonuçlar ve tartışma

Öğretmenlerin okullarına yönelik örgütsel kültür algılarının, örgütsel imajı yordamasına yönelik regresyon analizi sonuçlarına göre, korelasyon katsayısı incelendiğinde örgütsel kültür algıları ile örgütsel imaj arasında olumlu bir ilişki ($R=0.220$) olduğu görülmektedir. Buna göre, örgütsel kültür, örgütsel imajın yordayıcısıdır ($R=0.220$, $R^2=0.048$, $p<.00$). Örgütsel kültür, örgütsel imajın yaklaşık %5'ini açıklamaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre örgütsel kültür örgüt imajı oluşturmada etkili bir öneme sahiptir. İmaj bir okul için dış çevrenin o okulu nasıl gördüğü, okul hakkında ne düşündüğü yani okulun dışarıya ne yansıttığı ile ilgilidir. Kültür işte bu yansımaların temelini, okulun temel değer ve normlarını, inançlarını, okulun geçmişi ile geleceğini

bütünleştiren adeta okulun alt yapısıdır. Aslında imaj ile yansıtılan şey o okulun kültürüdür. Farklı araştırmacılar da kültür ile kimliği ilişkilendirmiştir. Hatch ve Schultz (1997) da örgüt kültürü ile imaj kavramlarının birbirlerini tamamladığını, her birinin diğerini kapsadığını ifade etmektedir. Bektaş'a (2010) göre örgüt kültürünün oluşumunda değişik faktörlerin etkisi olduğu söylenebilir. Bu oluşum sürecinin en önemli belirleyicilerinden birisini de örgütsel imaj kavramı oluşturmaktadır. Temel değerler ve inançlar, örgüt kültürünün alt yapısını oluştururken; örgütsel imaj bunlarının dışsal yansımalarını temsil etmektedir. Örgüte ilişkin var olan imajı korumak ve devamını sağlamak için örgütün olumlu bir kültüre sahip olması ve var olan kültürü devam ettirmesi gerektiği için kültür de imaja göre biçimlenebilir.

5.1.6. Öğretmenlerin, okullarına yönelik örgütsel kültür ve örgütsel imaj algı düzeylerinin örgütsel kimlik algı düzeyini açıklamasına ilişkin sonuçlar ve tartışma

Örgütsel kültür ve örgütsel imaj algılarına birlikte bakıldığında örgütsel kimliği açıklamada etkili oldukları görülecektir ($R=0.368$, $R^2=.135$, $p<.05$). Örgütsel kültür ve örgütsel imaj algıları örgütsel kimliğin yaklaşık %13'ünü açıklamaktadır. Örgütsel kültür ve örgütsel imajın örgütsel kimliği açıklamadaki regresyon analizinin t değerleri incelendiğinde örgütsel kimliği açıklamada anlamlı bir yordayıcı oldukları görülmektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına göre (β) yordayıcı değişkenlerin örgütsel kimlik üzerine görece önem sırası; örgütsel imaj ($\beta=0.301$) ve örgütsel kültür ($\beta=0.155$) şeklindedir. Örgütsel kültür puanındaki bir birimlik artış örgütsel kimlik puanında .222'lik bir artışa neden olmaktadır ve $p<.05$ olduğundan .222'lik artışın istatistiki olarak anlamlı olduğu söylenebilir. Örgütsel imaj puanındaki bir birimlik artış örgütsel kimlik puanında .417'lik bir artışa neden olmaktadır ve $p<.05$ olduğundan .417'lik artışın istatistiki olarak anlamlı olduğu söylenebilir. Regresyon denklemi aşağıdaki şekilde ifade edilebilir:

$$\text{Örgütsel kimlik} = 1.280 + 0.222 \text{ örgütsel kültür} + 0.417 \text{ örgütsel imaj}$$

Araştırma sonuçlarına göre örgütsel kimlik oluşturmada kültür ve imaj çok önemli etkilere sahiptir. Kimlik bir okulun kendine ben kimim ve diğer okullardan farkım ne sorularının yanıtını verir. Diğer örgütlerde olduğu gibi eğitim örgütleri olan okullarda da her okul kendini diğerlerinden ayıran, var olmasını sağlayan, diğerlerinin arasında kendini öne çıkaracak ve ismi anıldığında herkesçe tanınacak, tercih sebebi

olmasını sağlayacak bir kimliğe ihtiyaç duyar. Bir okul nasıl bir kimliğe sahip olmak istiyorsa kendi hedefindeki istendik kimliği ne ise buna uygun olacak şekilde bir okul kültürü oluşturacaktır. Zaten okulda var olan kültür ile o okul bir kimlik kazanabilir. Okulun halihazırda var olan kültürü o okulun ruhudur. Temel değerler, inançlar, öğretmenlerin arasındaki iletişim ve etkileşimler, okuldaki idareciler ile öğretmenler arasındaki uyum, sorunların işbirliğiyle çözülmesi, nitelikli görüş alış verişi, yeni yaklaşım ve düşüncelere önem verilmesi, öğretmenlerin kendini güvende hissettiği bir denetim mekanizması, öğrenciye verilen değer ve öğrenci merkezli yaklaşımlar, veli öğretmen ve öğrenci ilişkileri, velilerin eğitim etkinliklerine katılımı, okul idaresinin öğrenci ve öğretmen gelişimi için yaptıkları destekler vs. gibi birçok durum esasında o okulun ruhunu yani okul kültürünü oluşturur. Eğer güçlü bir okul kültürü hakim ise kimliğe yansımaları da güçlü olacak ve güçlü bir okul kimliği yaratılacaktır. Benzer şekilde bir okul nasıl bir kimliğe sahip olmak istiyorsa, kendi hedefindeki istendik kimliği ne ise buna uygun bir şekilde imaj oluşturacaktır. Çünkü bir okulun imajı o okulun kimliğinin dışı vurumudur. Okul hakkında örgüt içindeki ve dışındaki kişilerin düşünceleri, algıları, zihinlerindeki resmi, kısacası o okulla ilgili kararı imajdır. Eğer okullar güçlü bir kimlikle anılmak ve o şekilde tanınmak istiyorlarsa imajlarını gözden geçirmelidirler. İmajı yüksek algılanan okul herkesin gözünde rakipleri arasından sıyrılmış, öğretmen açısından orada olmaktan memnun olunan o okulun öğretmeni olmak ile gurur duyduğu bir yer haline gelmiştir, öğrenci ve veli açısından ise tercih sebebi olmuştur. Buna göre imaj ve kültürün kimlik oluşturmadaki önemi yadsınamaz derecede görülmektedir.

Yapılan araştırmalar da bu sonucu destekler niteliktedir. Hatch ve Schultz'a (1997) göre kim olduğumuz (örgüt kimliği), ne yaptığımıza ve diğerlerinin bizim kim olduğumuzu (imaj) ve ne yaptığımızı nasıl yorumladıklarına yansır. Hatch ve Schultz (2002), örgütsel kimliğin örgütün kimliği, kültürü ve imajı arasındaki karşılıklı ve dinamik etkileşimlerin ürünü olduğunu öne sürmüştür. Benzer şekilde Downey (1986), örgüt kültürünün örgüt kimliğine göre biçimlendiğini, başka bir tabirle örgüt kültürünün örgüt kimliğinin bir sonucu olduğunu vurgulamaktadır. Örgüt kültürünün değerler ve normlar sistemi, örgüt kimliği için bir temel oluşturmaktadır. Öyle ki örgüt nasıl bir kimlik iletmek istiyorsa o kimliğe uygun şekilde bir kültür geliştirmelidir. Eğer örgüt olumlu bir imaja ve kimliğe sahipse, pozitif bir örgüt kültürünün varlığından bahsedilebilir. Ancak tam tersi durumda, sert bürokrasi kültürünün hakim bulunduğu bir halde örgüt kimliği ve imajı da olumsuz olabilmektedir (Akt: Okay, 1999).

Örgüt kimliği ve örgüt kültürüyle ilgili çalışmalar örgütteki personelin motivasyonunu sağlamak ve bu personelin hem örgütlerini daha iyi tanımlamaları hem de çevreye daha iyi tanıtılmaları esasına dayanır. Örgüt kültürü imaj ile birlikte örgüt kimliğiyle etkileşim içinde olan bağımsız bir alandır. Bir örgüt gelecekte olmasını hedeflediği örgüt kimliğine göre, bir örgüt kültürü geliştirmelidir (Uzoğlu, 2001).

5.2. Öneriler

Bu bölümde araştırmanın bulguları ve alan yazından elde edilen bilgilerden hareket edilerek uygulamacı ve araştırmacılara önerilerde bulunulmuştur.

5.2.1. Uygulayıcılara Öneriler

- Araştırma sonuçlarına göre bir okulun kimliği ve imajı okul kültürü ile şekillenen ve geliştirilebilen olgulardır. Güçlü bir kimliğe ve imaja sahip okullar ancak güçlü bir kültüre sahip olmakla mümkündür. Bu bakımdan okul kültürünü güçlendirmek için sorunların işbirliği içinde çözüldüğü, yeni yaklaşım ve düşüncelere önem verilen, çalışma koşulları sürekli iyileştirilen ve denetimin güvene dayandığı bir ortam gerekmektedir. Bu durumda yöneticiler okullarında görevli öğretmenlerle nitelikli görüş alış verişini yapmalı, onların mesleki gelişmelerine öncülük edip güçlü bir iletişim kurmalıdırlar.
- Araştırma sonuçlarına göre bir okulun dışarıya yansıyan görüntüsü yani imajı, o okulun kimliğini yansıtır. Bu nedenle okulların imajı güçlendirilmelidir. Okulların imajını güçlendirmek için öğrencilere bir üst eğitim kurumuna en iyi şekilde hazırlayan ve kaliteli bir eğitime odaklanan, alanında isim yapmış öğretmenleri bünyesinde barındıran, modern binaları, barınma, beslenme ve spor alanları olan, yeterli altyapıya ve sosyal etkinliklere sahip olan, her görüş ve düşünceyi olumlu karşılayan bir okul ortamı yaratılmalıdır.
- Araştırma sonuçlarına göre bir okulun kimliği, okul kültürü ve imajla şekillenerek ve o okulun diğerlerinden ayrılmasını sağlar. Okulun kendi kimliği ile var olup, varlığını rakiplerine karşı güçlü bir şekilde sürdürmesi gerekmektedir. Bu bakımdan okulların kimliğini güçlendirmek için yönetim ve öğretmenler arasında işbirliği, planlı, istikrarlı, temiz ve bakımlı, sıcak, samimi ve demokratik bir okul düzeni sağlanmalıdır. Alınan kararlarda öğretmenlerin görüşleri önemsenmeli, öğrenci merkezli ve öğrenci başarısını artırmayı hedefleyen bir eğitime odaklanılmalıdır. Her öğrenciyle bireysel olarak

ilgilenilmeli ve sosyal kültürel alanlara yönlendirilmelidir. Velileri de eğitim faaliyetlerine katacak ek çalışmalar yürütülmelidir.

- Okullar her şeyden önce toplumun karşısına çıktıkları görüntüleriyle algılanırlar. İmajını ve kültürünü oluşturamamış bir okulun olumlu bir kimlik yaratması mümkün değildir. Bu bakımdan okullar kimlik oluşturma sürecinde okul kültürü ve imajını artırmaya yönelik olarak atölye çalışmaları, velilerin katılımının sağlandığı çalışmalar, okul tanıtım broşürleri hazırlama, imaj ölçümü yapma vs gibi faaliyetlerde bulunmalıdır.

5.2.2. Araştırmacılara Öneriler

- Araştırmada yer verilen örgütsel kültür, örgütsel kimlik ve örgütsel imaj ilişkisi üniversitelerde de araştırılmalıdır.
- Aynı araştırma özel okullarla devlet okullarını arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını araştırmak maksadıyla yapılabilir.
- Örgütsel kültür, örgütsel kimlik ve örgütsel imaj ilişkisi nitel bir çalışma ile araştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Ak, M. (1998). Kurumsal Kimlik ve İmaj, Işıl Ofset, İstanbul.
- Akıncı, Z.B. (1998). Kurum Kültürü ve Örgütsel İletişim, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Alganer, Ç.Ü. (2000). Örgütlerin Kuruluş Dönemlerinde Örgüt Kültürü Oluşturmalari Sırasında Karşılaştıkları Sorunlar. Ankara: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi (Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Alves, H. ve Raposo, M. (2010). The Influence of University Image on Student Behaviour, *International Journal of Educational Management*, 24(1), pp.73-85.
- Ambler, T. ve Barrow, S. (1996). The Employer Brand, *Journal of Brand Management*, 4 (3), pp.185-206.
- Aust, P. J. (2000). Communicated values as indicators of organizational identity: an examination of the United Church of God, an International Association's First Five Years, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Oklahoma University, Oklahoma.
- Avşar, A. (2002). Kurum İmajının Oluşmasında Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Etkisi ve Türk Silahlı Kuvvetleri Rehabilitasyon ve Bakım Merkezi Uygulaması, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aydın, M. (2009). Eğitim Yönetimi, Hatipoğlu Yayınları, Ankara.
- Bakan, İ., Büyükbeşe, T. ve Bedestenci, Ç. (2004). Örgüt Sırlarının Çözümünde Örgüt Kültürü, İstanbul: Alfa Akademi Basım Yayım Dağıtım.
- Baker, M.J. ve Balmer, J.M.T. (1997). Visual Identity: trappings or substance?, *European Journal of Marketing*, MCB University Pres, Vol. 31 No:5/6, 366-382
- Başaran, İ. E. (1991). Örgütsel davranış. Ankara: Gül Yayınevi.
- Becerikli, S.Y. (1999). Örgüt kültürü oluşumunda örgüt içi iletişimin rolü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Bektaş, F. (2010). Örgütsel İmaj ve Örgüt Kültürü: Öğretmen Adayı Örnekleminde Nedensel Bir Araştırma, *Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi/Teori ve Uygulama*, 1, 5-18.
- Bolat, O.İ. (2006). Konaklama İşletmelerinde Kurumsal İmaj, Balıkesir Üniversitesi *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (15), 107-126.

- Bravo, R., Montaner, T. ve Pina, J.M. (2009). The Role of Bank Image for Customers Versus Non-Customers, *International Journal of Bank Marketing*, 27(4), pp. 315-334.
- Brown, T.A. (2006). Confirmatory factor analysis for applied research. The Guildford Press: London.
- Büyüköztürk, Ş. (2010). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı, Pegem Akademi Yayınları, Ankara.
- Cavanaugh, K. (2005). Who were we then? who are we now? a qualitative analysis of the relationship between organizational identity and collective memory in a federal agency, Yayınlanmamış Doktora Tezi, George Washington University.
- Cerit, Y. (2006). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Üniversitenin Örgütsel İmaj Düzeyine İlişkin Algıları, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 12 (47), 343-365.
- Collins C. J. ve Stevens C. K. (2001). Initial Organizational Images and Recruitment: A Within-Subjects Investigation of the Factors Affecting Job Choices. 14th Annual Conference of the Society for Industrial/Organizational Psychology, Atlanta, Georgia Corporate Communications: *An International Journal*, 6 (4), 205-216.
- Çakmak, H. (2008). Kurumsal İmajın Çalışanların Örgütsel Bağlılıkları Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Araştırma, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Çelik, M. (2007). Örgüt Kültürü ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Bir Uygulama, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çelikten, M. (2006). Kültür ve Öğretmen Metaforları, Erciyes Üniversitesi Eğitim Fakültesi.
- Çetin, M.Ö. (2004). Örgüt Kültürü ve Örgütsel Bağlılık. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Çetin, F. (2011). The Effects of the Organizational Psychological Capital on the attitudes of Commitment and Satisfaction: A Public Sample in Turkey, *European Journal of Social Sciences*, 21(3), 373-380.

- Çınar, O. (1999). Örgütsel Kültür ve Yöneticilerde Kendini Geliştirme. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Çınar, M. (2014). Marka Bağlılığı Oluşumunda Örgüt Kimliğinin Önemi: Posta ve Hızlı Kargo Taşımacılığı Sektörü Üzerinde Bir Çalışma. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Çobanoğlu, F. (2008). İlköğretim Okullarında Örgütsel kimlik ve Örgütsel Etkililik, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyükoztürk, Ş. (2010), Sosyal Bilimler için Çok Değişkenli İstatistik. Ankara: Pegem Akademi.
- Danışman, A. ve Özgen, H. (2003). Örgüt Kültürü Çalışmalarında Yöntem Tartışması: Niteliksel-Niceliksel Yöntem İkileminde Niceliksel Ölçümler ve Bir Ölçek Önerisi, *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3 (2), 91-124.
- Demirel, E. ve Tikçi, M. (2004). Kültürün Girişimciliğe Etkileri, Fırat Üniversitesi *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Bilimler Dergisi*, 2(3), ss.49-58.
- Derin, N. ve Demirel, E. T. (2010). Kurum İmajının Kurum Kimliği Açısından Açıklanabilirliği: İnönü Üniversitesi Turgut Özal Tıp Merkezi Örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 13 (2): 155-193.
- Dinçer, Ö., Fidan, Y. (1996). İşletme Yönetimi, Beta Basım Yayım Dağıtım Aş., İstanbul.
- Dinçer, M. K. (2005). Halkla İlişkiler Yönetiminde İletişim. D. Gürüz, B. Fırlar, M. Dinçer, G. Özdemir, & I. Aktuğlu, Halkla İlişkiler Yönetimi (s. 22-78). İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Doğan, B. (2007). Örgüt Kültürü, Beta Basım Yayım Dağıtım. 1.Baskı, İstanbul.
- Dowling, G.R. (1986). Managing your corporate images, *Industrial Marketing Management*, Vol. 15 No. 2, pp. 109-15.
- Dowling, G. (1993). Developing your company image into a corporate asset, *Long Range Planning*, 26(2), 101-109.
- Downey, S. M. (1986/87). The relationship between corporate culture and corporate identity. *Public Relations Quarterly*, J.I(2).

- Dönmezer, S. (1982). Sosyoloji, Savaş Yayınları, Ankara.
- Dukerich, J. M., Golden, B. R. ve Shortell, S. M. (2002). Beauty is in the eyes of the beholder: the impact of organizational identification, identity and image on the cooperative behaviors of physicians, *Administrative Science Quarterly*, 47, 507-533.
- Dursun, M. (2011). Müşterilerin Kurumsal İmaj Algısının Müşteri Bağlılığı Üzerine Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma, *Yönetim*, 22(69), 97-118.
- Dutton, J.E. ve Dukerich, J.M. (1991). Keeping an eye on the mirror: The role of image and identity in organizational adaptation. *Academy of Management Journal*, 34: 517-554.
- Dutton, J.E, Dukerich, J.M. ve Harquail, C.V. (1994). Organizational Images and Member Identification. *Administratlve Science Quarterly*, 39, 239-263.
- Ekmen, T. (2010). Örgüt Kültürü. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Erdem, F. (1996). Örgütsel davranış ve yönetsel psikoloji. Ankara: Friedrich- Nauman Vakfı ve Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayını.
- Erdem, R. (2007). Örgüt Kültürü Tipleri ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Elazığ İl Merkezindeki Hastaneler Üzerinde Bir Çalışma, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 2(2), 63-79.
- Erdoğan, İ. (1994). İşletmelerde Davranış, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- Eren, E. (2010). Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- Erengül, B. (1997). Kültür Sihirbazları Rekabet Üstünlüğü Sağlayan Yönetim. İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Erkanlı, H. (2009). Örgütsel adalet ve kültür ilişkisi: Türkiye’de faaliyet gösteren bazı işletmelerde karşılaştırmalı bir araştırma.Yayımlanmamış doktora tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Erkmen, T., Çerik, Ş. (2007). Kurum İmajını Oluşturan Kurum Kimliği Boyutları Bağlamında Örgüte Bağlılığın İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama, *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(28), 107-119.

- Ertürk, A. (2003). Örgütsel kimlik algısı: Etkileyen faktörler ve sonuçları, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- Fatt, J., WEİ, P.M., Yuen, S. ve Suan, W. (2000). Enhancing Corporate Image in Organizations, *Management Research News*, 23(5/6) pp.28-54.
- Fiol, C. (1991). Managing Culture as a Competitive Resource: An Identity-Based View of Sustainable Competitive Advantage. *Journal of Management* 17 (1): 191-211.
- Fuller, J.D, Marler, L., Hester, K., Frey, L. ve Relyea, C. (2006). Construed External Image and Organizational Identification: A Test of the Moderating Influence of Need for Self-Esteem, *The Journal of Social Psychology*, 146(6), 701-715.
- Garmon, M. (2004). The relation between organizational learning, culture, image, identity and identification: An empirical study, Yayınlanmamış Doktora Tezi: Touro University, California.
- Gemlik, N. ve Sığırı, Ü. (2007). Kurum İmajı Analizi ve Bir Belediye Üzerindeki Uygulamanın Değerlendirilmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl:6, Sayı:11, ss:267-282.
- Gioia, D. A, ve Thomas, J. B. (1996). Identity, image and issue interpretation: Sensemaking during strategic change in academia, *Administrative Science Quarterly*, 41, 370-403.
- Gizir, S. (2008). Örgütsel Değişim Sürecinde Örgüt Kültürü ve Örgütsel Öğrenme, Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt: 4, Sayı:2, 182- 196.
- Goffee, R. ve Jones, G. (2002). Kurum Kültürü. Çev: Kutmandu, K., Ankara: Kapital Medya Hizmetleri.
- Göksel, A.B. ve Yurdakul, N.B. (2002). Temel Halkla İlişkiler Bilgileri, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İzmir.
- Güçlü, N. (2003). Örgüt Kültürü, Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, <http://www.manas.kg/pdf/sbdpdf6/Guclu.pdf>.
- Gülsünler, M. (2002). Kurum Kimliği Süreci ve İşleyişi Üzerine Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Gürbüz, S. (2010). Algılanan Kurumsal İmajın Yöneticilerin Bazı Tutum Ve Davranışlarına Etkisi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24, 229- 240.
- Güvenç, B. (2002). İnsan ve Kültür. (9.bs.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hatch, M. J. ve Schultz, M. (2000). Scaling the Tower of Babel: Relational differences between identity, image and culture in organizations, in Schultz, M., Hatch, M.J. & Larsen, M.H. (Eds.), *The Expressive Organization*: 11 – 36. Oxford: Oxford University Press.
- Hatch, M.J. ve Schultz, M. (2002). The Dynamics Of Organizational Identity. *Human Relations*, 55(8), 989-1018.
- Hatch, M.J. (1997). The dynamics of organizational culture. *Academy of Management Review* 18, 657-93.
- Hatch, M.J. and Schultz, M. (1997). Relations between organizational culture, identity and image. *European Journal of Marketing* 31(5), 356-65.
- Hepkon, Z. (2003). Kurumsal Kimlik İnşasını Belirleyen Faktörler: Bir Literatür Taraması, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*, 175-211.
- Higgins, J. P. (1994). The organizational identity of two Jesuit high schools (1954- 240 1991), Yayınlanmamış Doktora Tezi, State University of New York, Buffalo.
- Highhouse, S. (2007). Applications of Organizational Psychology: Learning Through Failure or Failure To Learn? In L. L. Koppes (Ed.), *Historical perspectives in industrial and organizational psychology* (pp. 331-352). Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Ivy, J. (2001). Higher Education Institution Image: A Correspondance Analysis Approach, *International Journal of Educational Management*, 15(6), pp.276-82.
- İpek, C. (1999). Resmi ve özel liselerde örgütsel kültür ve öğretmen- öğrenci ilişkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- İşcan, Ö. F. ve Timuroğlu, K. (2007). Örgüt Kültürünün İş Tatmini Üzerindeki Etkisi ve Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(1): 119-135.

- Karabey, C.N. ve İşcan Ö.F. (2007). Örgütsel özdeşleşme, örgütsel imaj ve örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisi: Bir Uygulama, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21 (2), 231-241.
- Karasar, N. (2006). Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Nobel Yayınları.
- Kayış, A. (2009). Güvenirlilik analizi. Ş.Kalaycı (Ed.), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Ankara: Asil Yayınevi.
- Kazoleas, D., Kim, Y. ve Moffit, M.A. (2001). Institutional Image: A Case Study, Corporate Communications, *An International Journal*, 6(4), 205-216.
- Kızıloğlu, M. ve Bayrak Kök, S. (2017). Denison Örgüt Kültürü Modeli Üzerine Bir Araştırma, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 4(11), 141-159.
- Kiriakidou, O. ve Millward, L.J. (1999). Corporate Identity: External Reality or Internal Fit. International Centre for Corporate Identity Studies Working Paper Series, University of Strathclyde.
- Kozlu, C. (1986). Kurumsal Kültür: Amerika, Japonya ve Türkiye: Başarılı Firma Yönetimlerinde Kurumsal Kültürün Rolü, İstanbul: Bilkom Yayıncılık.
- Köybaşı, F., Uğurlu, C. T., Ceylan, N., (2017). *Okullarda örgütsel bağlılık yaratan bir öncül olarak imaj*, *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 34, 155-172.
- Lederach, J.P. (1995). Preparing for Peace: Conflict Transformation across Cultures. Syracuse University Press, Syracuse.
- Lievens, F., Hoye, G.V. ve Anseel, F.(2007). Organizational identity and employer image: Towards a unifying framework, *British Journal of Management*, 18, 45–59, doi: 10.1111/j.1467-8551.2007.00525.x.
- Marangoz, M. ve Biber, L. (2007). Kurumsal İmajın ve Kurumsal Ünün Müşteri Bağlılığına Etkileri, *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi*, 9 (13), 173-193.
- Mason, B. (1993). Towards Positions of Safe Uncertainty. *Human Systems*, 4, 189-200.
- Naranjo-Valencia, J.C., Jimenez- Jimenez, D. ve Sanz-Valle, R. (2010). Innovation or Imitation?: The Role Of Organizational Culture, *Management Decision*, 49(1), pp.55-72.
- Nelson, D. L. ve Campbell J. Q. (1997). Organizational behavior. West Publishing Company, Canada.

- Norman, D. A. (1991). Cognitive artifacts, i John M. Carroll (red), Designing interaction, Cambridge University Press, Cambridge. 20 sidor.
- Okay, A. (2005). Kurum kimliği. Ankara: MediaCat.
- Ovalioğlu, N. (2007). Kurumlarda Kimlik ve İmaj Değişimi Süreci; Arçelik Firması Örneği, T.C. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Öğüt, N. (2008). Kurum İmajının Oluşum Sürecinde Halkla İlişkilerin Rolü Üzerine Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Örer, L. (2006). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nin Kurumsal İmajının Öğrenciler Açısından Ölçülmesi Üzerine Bir Alan Araştırması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdamar, K. (2004). Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi II. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdevecioğlu, M. ve Çelik, C. (2009). Örgüt Kültürü Tipleri İtibariyle Bireylerin Algıladıkları Mağduriyet Farklılıklarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(1), ss. 95-111.
- Özkalp, E. ve Kırel, Ç. (2000). Örgütsel davranış (Beşinci baskı). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Ders Kitapları Yayın No:11.
- Özlem, D. (2000). Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi. İstanbul: İnkılap.
- Parılı N. ve Tolon M. (2003). Yerel Yönetimlerde İmaj Kavramı ve Olası Sonuçları, I. Uluslararası Yerel Yönetimler Üniversite Sanayi İşbirliği Sempozyumu, 23–24 Ekim 2003, Ankara.
- Peltekoğlu B.F. (2004). Halkla İlişkiler Nedir?, İstanbul: Beta Yayınları, No:1126.
- Penrose J.M. (2000). The Role of Perception in Crisis Planning, *Public Relations Review*, 26 (2), 155-171.
- Polat S. (2011). Üniversite Öğrencilerine Göre Kocaeli Üniversitesi'nin Örgütsel İmajı, *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 36(160), 105-118.
- Polat S., Abat E. ve Tezyürek S. (2010). The Perceived Corporate Image Of Private Secondary Schools By Students And Parents Views. *European J, Educ. Studies*, 2(2).

- Price, K. ve Gioia, D.A. (2008). The Self-Monitoring Organization: Minimizing Discrepancies among Differing Images of Organizational Identity, *Corporate Reputation Review* 11, 208–221. doi: 10.1057/crr.2008.17.
- Rindova, V. P.ve Fombrun , C. J. (1998). The eye of the beholder: The role of corporate reputation in defi ning organizational identity , in D. Whetten and P. Godfrey(eds.), *Identity in Organization, Developing Theory through Conversation*, Sage, Thousand Oaks, CA , 62 – 66 .
- Sabuncuoğlu, Z. (2004). İşletmelerde Halkla İlişkiler, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Sabuncuoğlu, Z. ve Tüz, M. (1998). Örgütsel Psikoloji, Alfa Yayıncılık, Bursa.
- Sampson, E. (1995). İmaj Faktörü, Çeviren: Hakan İlgün, Rota Yayınları, İstanbul.
- Sanchez-Canizares, S. M., Munoz, M.A.A. ve Lopez-Guzman, T. (2007). Organizational Culture and Intellectual Capital: A New Model, *Journal of Intellectual Capital*, 8(3) pp. 409- 430.
- Sartore-Baldwin, M. W. (2011). The process of organizational identity: What are the roles of social responsiveness, organizational image, and identification?, *Journal of Sport Management*, 7 (2011), pp. 489-505,
- Schein, E.H. (2002). Örgütsel Kültür, Çev.: Atilla AKBABA, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(3), ss.1-32.
- Schmidt, R. (1995). Consciousness and foreign language learning: A tutorial on the role of attention and awareness in learning. In R. Schmidt (Ed.), *Attention and awareness in foreign language learning* (pp. 1-63). Honolulu, HI: University of Hawaii, Second Language Teaching & Curriculum Center.
- Schuler, M. (2004). Management of the Organizational Image: A Method for Organizational Image Configuration, *Corporate Reputation Review*, 7(1), 37-53.
- Schraeder, M., Tears, R. S. ve Jordan, M. H. (2005). Organizational Culture in Public Sector Organizations: Promoting Change Through Training and Leading By Example, *Leadership & Organiza-tion Development Journal*, 26(6), pp.492-502.
- Scott, S.G. ve Lane, V.R. (2000). A Stakeholder Approach to Organizational Identity. *Academy of Management Review*, 25, 43-62.

- Silverthorne, C. (2004). The Impact of Organizational Culture and Person-Organization Fit on Organizational Commitment and Job Satisfaction in Taiwan, *Leadership & Organization Development Journal*, 25(7), pp.592-599.
- Sönmez, M. A. (2006). Meslek liselerinde örgüt kültürü. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 45,85-108.
- Şişman, M. (1998). Eğitim yönetiminde kuram ve araştırmada alternatif paradigma ve yaklaşımlar. *Eğitim Yönetimi*, 16, 395-422.
- Şişman, M. (1994). Örgüt kültürü (Eskişehir il merkezindeki okullarda bir araştırma). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- Şişman, M. (2002). Örgütler ve kültürler, Ankara: Pegem Yayınıcılık.
- Şişli, G., Köse, S. (2015). Kurum Kültürü ve Kurumsal İmaj İlişkisi: Devlet ve Vakıf Üniversiteleri Üzerine Bir Uygulama, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 0 (41), 165-193. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/erciyesiibd/issue/5898/78037>
- Taslak S. ve Akın M. (2005). Örgüt İmajı Üzerinde Etkili Olan Faktörlere Yönelik Bir Araştırma: Yozgat İli Emniyet Müdürlüğü Örneği, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 263-294.
- Taş, H. (1995). Yaratıcı Örgüt Kültürü ve Yönetim. Malatya. (İnönü Üniversitesi Yayınlanmamış Bilim Uzmanlığı Tezi).
- Taşçıoğlu, H. (2010). Örgüt Kültürünün Örgütsel Adalete Etkisi: Bir Örnek Olay, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Taşdan, M. (2010). Örgütsel Kimlik. Yönetimde Yeni Yaklaşımlar (Editörler: Yrd. Doç. Dr. Hasan Basri Memduhoğlu ve Yrd. Doç. Dr. Kürşad Yılmaz) 2010 Ankara: Pegem-A Yayınıcılık.
- Taşkın E. ve Sönmez S. (2005). Kurumsal İmaj Oluşturmada Halkla İlişkilerin Rolü ve Bir Alan Araştırması, *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E Dergisi*, 7, 1-27.
- Terzi, A. R. (2000). Örgüt kültürü. Ankara: Nobel Yayınları.
- Tobin, T. J. (2002). Organizational identity formation processes during a strategic organizational alliance, Yayınlanmamış Doktora Tezi, George Washington University.

- Topaloğlu, M. ve Kara, D. (2004). Örgütsel Kültürün Yöneticilerin Yönetmel Davranışları Üzerindeki Etkileri (A Grubu Seyahat Acentelerinde Bir Uygulama), *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, ss.121-141.
- Tsai, W.C. ve Yang, I.W.F (2010). Does Image Matter To Different Job Applicants? The Influences Of Corporate Image And Applicant Individual Differences On Organizational Attractiveness, *International Journal of Selection and Assessment*, 18 (1), 48-63.
- Tuna, M. ve Tuna, A. A. (2007). Kurumsal kimlik yönetimi. İstanbul: Kapital Medya.
- Türkçe sözlük. (2005). (10. Baskı) Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Tüzün, İ.K. (2006). Örgütsel güven, örgütsel kimlik ve örgütsel özdeşleşme ilişkisi; Uygulamalı bir çalışma. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi.
- Unutkan, A.G. (1995). İşletmelerin Yönetimi ve Örgüt Kültürü, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Uygur, N. (2006). Kültür Kuramı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Uzoğlu, S. (2001). Kurumsal Kimlik, Kurumsal Kültür ve Kurumsal İmaj, *Kurgu Dergisi*, Sayı:2001/18.
- Uzun, D. (2007). Örgüt Kültürünün Bilgi Yönetim Sürecine ve Örgütsel Performansa Etkisi: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama (Basılmamış Doktora Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Van Den Bosch, A., Menno, L. M., de Jong D. T. ve Elving, Wim J. L. (2004). Managing Corporate Visual Identity: Use and Effectsof Organizational Measures to Support a Consistent Self-Presentation, *Public Relations Review* 30(2):225–234.
- Wilson, K. G. (1997). Science and Treatment Development: Lessons from the history of behavior therapy. *Behavior Therapy*, 28, 547-558.

Ek 1.

Bu araştırma ile ortaöğretim kurumlarında görev yapan öğretmenlerin görüşlerine dayalı olarak algılanan okul imajı ile örgütsel kültür ve örgütsel kimlik arasındaki ilişki bazı değişkenler açısından saptanmaya çalışılmıştır. Anket dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kişisel bilgiler ile ilgili sorular, ikinci bölümde öğretmenlerin okullarına ilişkin algıladıkları imaja yönelik sorular, üçüncü bölümde öğretmenlerin okul kültürü algılarına yönelik sorular ve dördüncü bölümde ise öğretmenlerin okullarına ilişkin örgütsel kimlik algılarına ilişkin sorular yer almaktadır. **Bu ankete vereceğiniz bilgiler sadece bilimsel amaçlı kullanılacak ve gizli tutulacaktır. Anketler topluca değerlendirileceğinden isminizi belirtmenize gerek yoktur.** Çalışmama gösterdiğiniz ilgiden dolayı şimdiden çok teşekkür ediyorum.

Neslihan CEYLAN ÇONGAR

BÖLÜM I

Cinsiyetiniz	Bayan ()		Bay ()	
Yaşınız			
Medeni durumunuz	Evli ()	Bekar ()	Dul ()	Boşanmış ()
Eğitim durumunuz	Ön lisans ()	Lisans ()	Yüksek lisans ()	Doktora ()
Mezun olduğunuz fakülte	Eğitim ()	Fen- Edebiyat ()	Diğer ()	
Branşınız			
Kıdeminiz			
Çoğunlukla görev yaptığınız yerleşim birimi	İl ()	İlçe ()	Köy ()	
Okuldaki hizmet süreniz			

BÖLÜM II

		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen katılıyorum
1.	Bizim okul, yüksek kalitede mezun verebilecek programları olan bir lisedir.	1	2	3	4	5
2.	Bizim okul öğrencilerini üniversite ve iş dünyasına iyi hazırlar.	1	2	3	4	5
3.	Bizim okul, halka kaliteli hizmet sunma sorumluluğunda olan bir lisedir.	1	2	3	4	5
4.	Bizim okulun öğretmenleri kaliteli eğitim vermeye odaklanmıştır.	1	2	3	4	5
5.	Bizim okul, kalitesi yüksek bir lisedir.	1	2	3	4	5

6.	Bizim okulun yönetici ve öğretmenleri alanlarında uzmandır.	1	2	3	4	5
7.	Bizim okulun yöneticileri, mevzuata uygun ve etik davranır.	1	2	3	4	5
8.	Bizim okul, öğrencilerin her türlü ihtiyacına kapsamlı olarak iyi hizmeti sunan bir lisedir.	1	2	3	4	5
9.	Bizim okul, alanında ünlü öğretmenleri ile tanınan bir lisedir.	1	2	3	4	5
10.	Bizim okulun yöneticileri, okulun ekonomik kaynaklarını iyi yönetir.	1	2	3	4	5
11.	Bizim okulun görünümü/düzenlemesi iyidir.	1	2	3	4	5
12.	Bizim okulun kampusu (alanı) diğer özel liselerinkine göre daha büyük ve kullanışlıdır.	1	2	3	4	5
13.	Bizim okulun binaları modernidir.	1	2	3	4	5
14.	Bizim okul, "eğlencesi" ile tanınan bir lisedir.	1	2	3	4	5
15.	Bizim okulun oldukça iyi spor takımları vardır.	1	2	3	4	5
16.	Bizim okul farklı siyasal, ideolojik düşüncelere eşit davranır ve yaşamasına fırsat verir.	1	2	3	4	5
17.	Bizim okul, demokratik uygulamaların öne çıktığı bir lisedir.	1	2	3	4	5
18.	Bizim okulun eğlence/oyun günü gelenekleri vardır.	1	2	3	4	5
19.	Bizim okulun kendine özgü genel "okul ruhu" vardır.	1	2	3	4	5
20.	Bizim okul, toplumsal ve politik konularda aktif bir lisedir.	1	2	3	4	5
21.	Bizim okul, laboratuvar, bilgisayar, internet ve diğer teknik alanlarda yeterli altyapıya sahiptir.	1	2	3	4	5
22.	Bizim okul kütüphane, müzik, sanat, tiyatro alanlarında yeterli olanaklara sahiptir.	1	2	3	4	5
23.	Bizim okulun spor tesisleri yeterlidir.	1	2	3	4	5
24.	Bizim okul, dernek, kulüp, kafeterya gibi olanaklara sahip olduğundan bize şehri aratmaz.	1	2	3	4	5
25.	Bizim okul, barınma olanakları açısından iyidir.	1	2	3	4	5
26.	Bizim okul, beslenme olanakları açısından iyidir.	1	2	3	4	5
27.	Bizim okul, daha çok eşit ağırlık alanında tanınan bir lisedir.	1	2	3	4	5
28.	Bizim okul, sayısal alanda ünlü bir lisedir.	1	2	3	4	5
29.	Bizim okul, spor alanı ile tanınan bir lisedir.	1	2	3	4	5
30.	Bizim okul, daha çok resim müzik gibi güzel sanatlar alanında ünlü bir lisedir.	1	2	3	4	5
31.	Bizim okul, daha çok sözel alanlarda öne çıkan lisedir.	1	2	3	4	5

BÖLÜM III

		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen katılıyorum
1.	Okulumuzda sorunlar işbirliği içinde çözülmeye çalışılır.	1	2	3	4	5
2.	Okulumuzda öğretmenlerin kendilerini geliştirmesi desteklenir.	1	2	3	4	5
3.	Okulumuzda birey ve grup amaçları okul başarısı için birleştirilir.	1	2	3	4	5
4.	Okulumuzda işlerin başarıya ulaşmasında duyarlılık ön plandadır.	1	2	3	4	5
5.	Okulumuzda çalışma koşulları sürekli iyileştirilir.	1	2	3	4	5
6.	Okulumuz yeni düşünce ve yaklaşımlara açıktır.	1	2	3	4	5
7.	Okulumuzda yönetimin denetim politikası güven üzerine kurulmuştur.	1	2	3	4	5
8.	Okulumuzda mesleki gelişim için her türlü fırsat sağlanır.	1	2	3	4	5
9.	Okul, mutlu ve sıkıntılı günlerimizde yanımızdadır.	1	2	3	4	5

10.	Okulumuzda arkadaşlık ilişkilerine ve dostluğa önem verilir.	1	2	3	4	5
11.	Okulumuzda öğretmenlerin birbirine yardım etmesi önemsenir.	1	2	3	4	5
12.	Okulumuzda çalışanların sorunlarına ilgi gösterilir.	1	2	3	4	5
13.	Okulumuzda yöneticilerle öğretmenler arasında nitelikli bir görüş alışverişi vardır.	1	2	3	4	5
14.	Okulumuzda birimler arasında (zümre, OGYE, OAB) işbirliği vardır.	1	2	3	4	5
15.	Okulumuzda öğretmenler yöneticilerle istediği her saat görüşebilir.	1	2	3	4	5
16.	Okulumuzda çalışanlar arasında güçlü bir iletişim vardır.	1	2	3	4	5
17.	Okulumuzda kıdemli olmak ayrıcalıklı olmak demektir.	1	2	3	4	5
18.	Okulumuzda hiyerarşiye önem verilir.	1	2	3	4	5
19.	Okulumuzda kural ihlaline karşı sert önlemler alınır.	1	2	3	4	5
20.	Okulumuzda yöneticiler sık sık kurallara uyulması gerektiğini hatırlatır.	1	2	3	4	5
21.	Okulumuzda kuralsızlıkların önlenmesi için sıkı denetim söz konusudur.	1	2	3	4	5
22.	Okulumuzda hiç kimse yönetimle ters düşmek istemez.	1	2	3	4	5
23.	Okulumuzda insanlar arası ilişkiler resmidir.	1	2	3	4	5

BÖLÜM IV

Tanımlanan özelliklere okulunuzun sahip olduğu görüşüne ne derecede katılıyorsunuz?

		Hiç	Az	Biraz-Orta	Çok	Pek çok
1.	Yönetimin çalışanlarına karşı sorumlu olması	1	2	3	4	5
2.	Yönetim ve öğretmenler arasında işbirliğinin olması	1	2	3	4	5
3.	Kolayca ulaşılabilen bir yönetimin olması	1	2	3	4	5
4.	İyi yönetilmesi	1	2	3	4	5
5.	Amaçlar doğrultusunda yapılacakların önceden planlanması	1	2	3	4	5
6.	Demokratik bir ortamın olması	1	2	3	4	5
7.	Alınan kararlara öğretmenlerin de katılımının sağlanması	1	2	3	4	5
8.	Bütün öğrencilerin öğrenmesine odaklanan bir misyonun benimsenmesi	1	2	3	4	5
9.	İstikrarın olması	1	2	3	4	5
10.	Temiz ve bakımlı olması	1	2	3	4	5
11.	Sıcak bir aile ortamının olması	1	2	3	4	5
12.	Samimi bir ortamın olması	1	2	3	4	5
13.	Personel gelişimine önem verilmesi	1	2	3	4	5
14.	Deneyimli ve uzman öğretmenlerin olması	1	2	3	4	5
15.	Öğretmenlerin araştırma yapmaya özendirilmesi	1	2	3	4	5
16.	Öğretmenler arasında kaynaşmanın olması	1	2	3	4	5
17.	Öğretmenler arasında işbirliğinin olması	1	2	3	4	5
18.	Eğitim-öğretime uygun sınıf ortamlarının olması	1	2	3	4	5
19.	Öğrenci merkezli bir eğitim anlayışının olması	1	2	3	4	5
20.	Öğrenci başarısını arttırmanın amaçlanması	1	2	3	4	5

21.	Öğrencilerin gelişimi için sosyal etkinliklere önem verilmesi	1	2	3	4	5
22.	Her öğrenciyle bireysel olarak ilgilenilmesi	1	2	3	4	5
23.	Eğitim alanında iyi bir üne sahip olunması	1	2	3	4	5
24.	Diğer okullarla karşılaştırıldığında daha başarılı olması	1	2	3	4	5
25.	Çocuklarının eğitimine önem veren bir veli profilinin olması	1	2	3	4	5

Anket bitmiştir. Değerli katılımlarınız için teşekkür ederiz.