

Örgütsel İmaj ve Örgüt Kültürü: Öğretmen Adayı Örnekleminde Nedensel Bir Araştırma

FATİH BEKTAŞ
Atatürk Üniversitesi

Özet. Bu çalışmada örgütsel imajın örgüt kültürüne olan etkisinin öğretmen adayları algılarına dayalı olarak belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu nedenle araştırma nedensel desen kullanılarak tasarlanmıştır. Araştırmanın evreni, 2009-2010 öğretim yılı bahar yarıyılında Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesinde öğrenim gören öğretmen adaylarından oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemi, ilgili fakültenin ilköğretim bölümü sınıf, ilköğretim matematik, okul öncesi, fen bilgisi ve sosyal bilgiler öğretmenliği anabilim dallarında öğrenim görmekte olan 354 son sınıf öğretmen adayları ölçüt örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Veriler iki ölçek yardımıyla elde edilmiştir. Cerit (2006) tarafından geliştirilen Örgütsel İmaj Ölçeği; akademik çevre, fiziksel-sosyal çevre ve toplumsal algılanma olmak üzere üç faktörden oluşmaktadır. Diğer veri toplama aracı olan Örgüt Kültürü Ölçeği Erdem ve İşbaşı (2001) tarafından geliştirilmiş ve tek faktörden oluşmaktadır. Verilerin çözümlenmesinde Pearson Çarpım Momentler Korelasyon ve Çoklu Doğrusal Regresyon analizlerinden yararlanılmıştır. Bulgular örgütsel imaj faktörlerinin -akademik çevre, fiziksel-sosyal çevre, toplumsal algılanma-birlikte örgüt kültürünün %57'sini yordadığı; ayrıca, örgüt kültürünü en yüksek yordayan değişkenin %44 düzeyinde akademik çevre faktörü olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgüt kültürü, örgütsel imaj, öğretmen adayları, eğitim fakültesi

Organizational Image and Culture of Organization: A Causal Research on a Sample of Pre-service Teachers

Abstract. The purpose of this study was to determine the effects of organizational image on culture of organization according to perceptions of pre-service teachers. For this purpose, the research was designed on a causal research design. The universe of the study consisted of pre-service teachers who were students at Atatürk University Kazım Karabekir Education Faculty in the second term of 2009-2010 academic years. The sample consisted of randomly chosen 354 participants who were the last year students of primary education, primary mathematics teaching, pre-school education, science teaching, and social science teaching departments. The data were collected through two different scales. The Scale of Organizational Image designed by Cerit (2006) had three sub-dimensions, *academic environment*, *physical-social environment*, and *social perception*. The other data collection instrument, Scale of Culture of Organization was

designed by Erdem and İşbaşı (2001) and had only one factor. In the analysis of the data, techniques of Pearson Multiplication Moment Correlation and Multiple Linear Regression Analysis were used. The findings showed that the factors of organizational image –academic environment, physical-social, social perception- together predicted 57% of culture of organization; and also, the variable most strongly predicted the culture of organization was academic environment with the rate of 44%.

Keywords: Culture of organization, organizational image, pre-service teachers, faculty of education

Günümüzde küreselleşme olgusu nedeniyle, ulusal ve uluslararası arenada rekabet edebilmeleri için örgütler, rekabet güçlerini artırmak durumundadırlar. Rekabet gücünü artırmak ise, çalışanların kendilerini örgütle bütünleştirmelerine, örgüt için kolaylıkla özveride bulunabilmelerine bağlıdır. Bu da örgütlerde ortak bir gücün varlığını gerektirir. En basitinden en ilerisine kadar tüm örgütlerde var olan bu ortak güç kültürdür (Köse, Tetik & Ercan, 2001). Özellikle örgütler, içinde buldukları toplumun kültürel paradigmasının bir ürünüdür. Aynı zamanda, özel çevresi, farklı girdileri ve süreçlerine dayalı olarak her örgüt bir kültür üretir (Morey & Luthans, 1985). Bu üretime paralel olarak örgüt kültürü kavramı yönetim bilimi literatüründe, yirminci yüzyılın son çeyreğinden itibaren özellikle örgütlerin performanslarına, verimliliklerine, yönetsel etkinliğe ve örgütsel davranışlara odaklanan çalışmalarla popüler hâle gelmesine (Alvesson, 1990; Hofstede, 1998) karşın; örgüt kültürünün oluşumu oldukça karmaşık bir süreçtir. Bu süreçte sosyalleşme, ritüeller, dil, otorite, ekonomi, teknoloji gibi pek çok değişkenin etkisinden söz edilebilir. Bu nedenle kültür birçok faktörün etkileşiminin bir ürünü olarak ortaya çıkmaktadır. Bunlardan bazıları diğerlerine göre daha baskın olabilir. Ancak ortak kültürün oluşabilmesi her şeyden önce birbiriyle etkileşen bir insan grubunun varlığına ve birlikteliğine bağlıdır (Şişman, 2002).

Örgüt Kültürü

Kültür çeşitli bilim dallarının ilgi alanına giren ortak bir araştırma kavramıdır. Kültür kavramının bakmak, yetiştirmek anlamına gelen *colere* veya *culture* kelimesinden geldiği kabul edilmektedir. Kültür çağlar boyunca sosyal bilimlerde insan ve toplumla ilgili bir kavram olarak çeşitli anlamlar yüklenerek tanımlana gelmiş olsa da, bir toplumun yaşam biçimi, öğrenilen davranışlar bütünü, davranışları düzenleyen

normatif bir sistem tanımları daha çok insan grupları açısından ele alındığında kabul görmektedir (Şişman, 2002). Genel anlamda kültür, belirli bir toplumun yaşamlarından doyum sağlamaları için, başardığı tüm bilgi, inanç, sanat, ahlak, yetenek ve alışkanlıklarla toplumsal kuralları kapsamaktadır. Bir toplumun yaşama biçimini sürdürmek, kurumlarını düzenlemek, öğrenilmiş davranış biçimlerini ve insani birliklerde oluşan tüm etkinliklerini karşılamak ve gereksinimlerini yerine getirmek için geliştirdiği bir yaşam biçimi olarak ifade edilebilir (Şimşek & Fidan, 2005).

1970'li yılların sonlarından itibaren kültürün çalışma hayatına adapte edilmesiyle oluşan *örgüt kültürü* kavramına ilişkin çalışmalarda artışa özellikle sosyoloji ve antropolojinin örgüt kültürü çalışmalarına yönelimlerin etkisi olmuştur. Ayrıca örgüt kültürü; makro ve mikro analitik teorilere dayandığı, kültürün makro analitik yaklaşımın grupların sürdürülebilirliğine yönelik grup ve alt grupların kültürünü anlamaya ilişkin, mikro analitik yaklaşımın ise her bir bireyin bilinçli veya tesadüfi olarak içerisinde yer aldığı bir şey olarak incelenmektedir (Ouchi & Wilkins, 1985). Bu durum özellikle kültür hakkındaki görüş farklılıklarının, kültür kavramının farklı tanımlanmasına, dolayısıyla örgüt ve kültür konularına farklı yönlerden yaklaşılmasına neden olmaktadır (Giriz, 2003).

Söz konusu bu görüş ayrılıklarını bir kenara bırakıldığında örgüte ilişkin değerler, normlar, inançlar, gelenekler, törenler ve sembollerin birleşimi olarak ifade edilebilecek olan örgütsel kültür, çalışanların örgüt içindeki davranışlarını temelden etkilemektedir. Hiçbir insan yaşadığı toplumun kültüründen bağımsız olarak davranmadığı gibi, hiçbir çalışan da örgüt kültüründen bağımsız olarak davranamaz (Çelik, 2002). Ayrıca örgüt kültürü, kültürel ve sembolik olgulara ilişkin düşünce tarzı konusunda sosyal gerçekliklere yönelik değerler ve varsayımları içeren şemsiye bir kavram olarak görülmektedir (Alvesson, 2002). Bu doğrultuda örgüt kültürü, örgüte ait birimleri bir arada tutan ve onlara ayırt edici bir kimlik kazandıran paylaşılan -değerler, normlar, felsefeler, bakış açıları, beklentiler, tutumlar, efsaneler- yönelimler olarak tanımlanmaktadır (Hoy & Miskel, 2010).

Örgüt kültürünü oluşturan faktörlerin belirlenmesi çalışmaları, yukarıda belirtilen tartışmaların gölgesinde kalmasına karşın, özellikle günümüzde önem kazanmıştır. 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.

Örgütsel İmaj

Örgütsel imaj, yirminci yüzyıl boyunca ürün ve hizmet alanında bilgi ve enformasyon akınına uğrayan her meslekten insanın, yöneticinin, en önemli ilgi alanlarından birini oluşturmuştur. Artan yaşam standartlarıyla birlikte insanların ürün ve hizmet alımı konusundaki seçimleri de farklılaşmıştır (Vigoda-Gadot, Vinarski-Peretz & Ben-Zion, 2003).

Duyu organları tarafından dış uyarıcılar aracılığıyla algılanan nesnelere bilinç ve zihindeki karşılığı, benzeri ve görünümü şeklinde tanımlanabilecek olan imaj, herhangi bir birey, kurum ya da durumun bireyde ve toplumda uyandırdığı etki ile bütünleşen karşılığıdır. Bu karşılık, kişinin ve toplumun tavır alışının, görüş sahibi oluşunun, tutum belirlemesinin bir ön şartıdır (Saracel vd., 2001). Bu bağlamda örgütsel imaj, örgütün logosu görüldüğünde veya ismi duyulduğunda akla gelen şey ya da örgüte ilişkin zihinde oluşan bir resim olarak ifade edilmektedir (Gray & Balmer, 1998).

İmaj, sürekli olarak değişen, dinamik ve karmaşık bir kavram olarak açıklanabilmektedir (Dichter, 1985). Bu komplekslik, bireyin örgüte yönelik imaj algısının bazen olumlu; bazen ise olumsuz olabilmesinden kaynaklanmaktadır. Örgütün çalışanları ile dostça olan ilişkilerinden dolayı olumlu bir imaja sahip olan birey, farklı bir zamanda örgütün ürününe yönelik yaşadığı hoş olmayan bir durumdan dolayı olumsuz bir imaja sahip olabilir (Kazoleas, Kim & Moffitt, 2001).

İmaj kavramının çeşitli tanımlarına rağmen, kurumsal görünüm, iletişim ve davranışın toplamında ifadesini bulan imaj; iyi, kötü veya alelade olabilir. İmaj konusunda en önemli özellik onun kazanıldığıdır. İmaj iç ve dış hedef kitle üzerinde inandırıcılık ve güven yaratmak ile sürdürmek gibi önemli bir işlevi yerine getirmektedir (Peltekoğlu, 2004). İyi bir imaj oluşturma, hedef kitlelerin imaj oluşumuna konu olan kurumu iyi bir şekilde tanıması, onun hakkında doğru ve olumlu bir izlenime sahip olması ile mümkündür. Bu da kurumların daha saygın ve uzun süreli yaşamalarını sağlar (Taşkın & Sönmez, 2005). Ayrıca örgütsel imaj, örgütün var olma sebebinin yakın ve uzak çevresinden her kesim üzerinde gerçeğe yakın bir algı oluşturmaya ve başarılı olması bakımından son derece önemli bir olgu olarak görülmektedir (Aksoy & Bayramoğlu, 2008).

Kennedy (1977, *Akt: Nguyen & Leblanc, 2001*) örgütsel imajın (i) duygusal ve (ii) işlevsel olmak üzere iki temel öğeden oluştuğunu ifade etmektedir. (i) Duygusal boyut; örgüte yönelik duygu ve tutumlar tarafından açıklanan psikolojik boyutla, (ii) işlevsel boyut ise kolaylıkla ölçülebilen somut özelliklerle ilgilidir.

Belirtilen özellikleri itibari ile önemli bir yönetim bilimi kavramı olan örgütsel imajın genel olarak değerlendirmesine yönelik olarak yapılan araştırmalar incelendiğinde; (i) kurumun iyi yönetim tarzı, (ii) finansal gücü, (iii) yenilik yapma becerileri, (iv) nitelikli personeli kuruma çekme ve onları elde tutma becerileri, (v) sosyal sorumluluk bilinci gibi ölçütler ile değerlendirildikleri görülmektedir (Küçük, 2005).

Örgüt içi ve dışı faktörlerin bir araya gelerek oluşturdukları örgüte özgü olan bu yapının, dış çevre tarafından algılanan biçimi olarak da ifade edilen imajın, örgütün kültürüne göre biçimlendiği belirtilse de, örgütsel kimliğin kültürel olarak yerleşmesinin örgütsel imaj tarafından sağlanan sembolik materyallerle gerçekleştiğini ifade eden çalışmalara da rastlanmaktadır (Hatch & Schultz, 1997). Bu bağlamda örgüte ilişkin var olan imajı korumak ve devamını sağlamak için örgütün olumlu bir kültüre sahip olması ve var olan kültürü devam ettirmesi gerektiği düşünüldüğünde kültürün de imaja göre biçimlenebileceği söylenebilir. Bu düşünceden hareketle örgütsel imaj ve örgüt kültürü arasındaki ilişkiden yola çıkarak, örgüt imajının örgüt kültürünü ne kadar etkilediğini ortaya koymak araştırmanın temel amacını oluşturmuştur.

Yöntem

Desen: Bu araştırmanın deseninde eğitim fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin algıları doğrultusunda akademik çevre, fiziksel-sosyal çevre ve toplumsal faktörlerden oluşan örgütsel imajın örgüt kültürünün oluşma sürecini ne ölçüde yordadığını incelemek amacıyla nedensel bir desen kullanılmıştır. Nedensel desen, bir kısım değişkenler arasında ortaya çıkmış veya var olan neden-sonuç ilişkilerini inceleyen bir araştırma desendir. Nedensel araştırma deseni, araştırma değişkenleri arasındaki ilişkinin neden-sonuç ilişkisi olduğu düşünüldüğünde kullanılır (Karadağ, 2009). Araştırmanın teorik yapısında örgütsel imaj ve örgüt kültürü arasındaki ilişkinin neden-sonuç ilişkisi olduğu düşüncesinden hareket edilerek desenlenen araştırma, örgütsel imaj bağımsız değişken, örgüt kültürü ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır.

Evren ve Örneklem: Araştırmanın evreni 2009-2010 öğretim yılında Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi'nde öğrenim gören 7210 öğretmen adayından oluşmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenen ilgili eğitim fakültesinin sınıf, ilköğretim matematik, fen ve teknoloji, okul öncesi ve sosyal bilgiler öğretmenliği programlarının son sınıflarında öğrenim gören toplam 354 öğretmen adayından oluşmaktadır. Örneklem belirlenmesine ölçüt örnekleme yönteminin kullanılmasında; (i) öğrencilerin fakültede dört yıllık lisans programına kayıtlı olmaları, (ii) programın öngördüğü sürenin -olumsuz algıya yol açabileceğinden dolayı- aşılmamış olması ve (iii) yerleşke içerisinde aynı binada öğretime devam etmiş olmaları temel alınmıştır. Ayrıca araştırma sadece son sınıf öğretmen adayları örnekleme üzerinde yürütülmüştür. Bu durumun nedeni, örgütsel imajın ve örgüt kültürünün algılanmasına dört yıllık bir sürenin yeterli olması varsayımdır. Örneklem grubunun demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1

Örneklem Grubunun Demografik Bilgilerine Ait Frekans ve Yüzde Dağılımları

Seçenekler	1	2	3	4	5	Toplam
	Erkek	Kadın				-
Cinsiyet	η 149	205				354
	% 42.1	57.9				100
Program türü	Sınıf Öğr.	İlköğr. Mat	Fen ve Teknoloji	Okul Öncesi	Sosyal Bil.	-
	η 87	67	71	21.8	52	354
	% 24.6	18.9	20.1	14.7	100	
Mezun olunan lise türü	Genel	Anadolu	Anadolu Öğretmen	Meslek	Diğer	-
	η 200	37	68	11	38	354
	% 56.5	10.5	19.2	3.1	10.7	100
Öğrenim durumu	I. Öğretim	II. Öğretim				-
	η 185	169				354
	% 52.3	47.7				100

Veri Toplama Araçları: Araştırmada Örgütsel İmaj Ölçeği ve Örgüt Kültürü Ölçeği olmak üzere iki adet veri toplama aracı kullanılmıştır. Bu ölçeklere ilişkin bilgiler aşağıda sunulmuştur.

Örgütsel İmaj Ölçeği: Ölçek Cerit (2006) tarafından eğitim fakültesi öğrencilerinin örgütsel imaja yönelik algılarının belirlenmesi için geliştirilmiştir. Ölçeğin kapsam geçerliliği çalışması için uzman görüşlerinden yararlanılmış, yapı geçerliliği için faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi sonucunda ölçek üç faktörden (akademik çevre, fiziksel-sosyal çevre, toplumsal algılanma) oluşmakla birlikte tek boyutlu olarak da kullanılabilir. Ölçek, hiç (1), az (2), orta (3), çok (4) ve tam (5) olmak üzere 5’li Likert tipi toplam on yedi (17) maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin bu araştırma için hesaplanan iç tutarlılık düzeyi Cronbach Alpha değeri ise 0.70–0.83 arasında hesaplanmıştır.

Örgüt Kültürü Ölçeği: Ölçek Erdem ve İşbaşı (2001) tarafından bireylerin örgüt kültürü algılarını belirlemek için geliştirilmiştir. Yılmaz & Oğuz (2005) tarafından eğitim fakültesi öğrencilerinin örgüt/fakülte kültürü algılarını belirlemek için yeniden düzenlenmiştir. Ölçeğin yapı geçerliliğinin tespiti için yapılan faktör analizinde ölçeğin tek faktörden oluştuğu saptanmıştır. Ölçek tamamen katılıyorum (5), katılıyorum (4), kararsızım (3), katılmıyorum (2) ve kesinlikle katılmıyorum (1) olmak üzere 5’li Likert tipi toplam yirmi yedi (27) maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin iç tutarlılık düzeyi Cronbach Alpha değeri .89’dur. Bu araştırmada için hesaplanan iç tutarlılık düzeyi Cronbach Alpha değeri 0.91 olarak hesaplanmıştır. Sonuç olarak her iki ölçeğin madde sayıları, ortalama skorları, standart sapmaları ve güvenilirlik katsayıları Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2

Örgütsel İmaj ve Örgüt Kültürü Ölçeklerinin Güvenirlik Katsayıları, Ortalamaları ve Standart Sapmaları

Örgütsel İmaj Ölçeği	Madde Sayısı	Alpha	\bar{X}	SS	η
1-Akademik Çevre	7	.72	20.1	3.73	354
2-Fiziksel ve Sosyal Çevre	5	.67	14.5	3.23	354
3-Toplumsal Algılanma	5	.70	14.4	3.11	354
TOPLAM	17	.83	57.7	9.87	354
Örgüt Kültürü Ölçeği	Madde Sayısı	Alpha	\bar{X}	SS	η
TOPLAM	27	.91	71.2	15.45	354

İşlem: Araştırmada veriler Örgütsel İmaj ve Örgüt Kültürü Ölçeklerinin örneklem grubundaki öğretmen adaylarına 2009–2010 öğretim yılı bahar döneminde araştırmacılar tarafından uygulanması yoluyla elde edilmiştir. Ölçeklerin cevaplandırma süresinin yaklaşık 10-15 dakika sürdüğü gözlenmiştir. Elde edilen verilerin çözümlenmesi aşaması üç (3) aşamadan oluşmuştur. Bu aşamalara ilişkin ayrıntılar aşağıda sunulmuştur:

- (i) *Birinci Aşama:* Araştırmada istatistiksel çözümlemelere geçilmeden önce, öğretmen adaylarına uygulanan veri toplama araçları 5’li Likert sistemiyle puanlandırılmıştır.
- (ii) *İkinci Aşama:* Örgütsel İmaj ile Örgüt Kültürü Ölçeklerinden elde edilen puanlar arasındaki ilişkilerin saptanması için *Pearson Çarpım Momentler Korelasyon Analizi* kullanılmıştır.
- (iii) *Üçüncü Aşama:* Örgütsel İmaj Ölçeği’nden elde edilen puanlarının Örgüt Kültürü Ölçeği’nden elde edilen puanları yordama düzeyinin belirlenmesinde *Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi* kullanılmıştır. Bu analizde örgütsel imaj faktörleri akademik çevre, fiziksel-sosyal çevre ve toplumsal algılanma bağımsız değişken, örgüt kültürü ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır.

Bulgular

Örgütsel İmaj ve Örgüt Kültürü Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Bulguları

Tablo 3’te öğretmen adaylarının örgütsel imaj ve örgüt kültürü algı puanları arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi için yapılan korelasyon analizi sonuçları sunulmuştur.

Tabloda görüldüğü üzere öğretmen adaylarının fakültelerine yönelik örgüt kültür algıları ile örgütsel imajın akademik çevre [$r=.67$]; fiziksel-sosyal çevre [$r=.55$] ve toplumsal algılanma [$r=.58$] puanları arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler saptanmıştır.

Tablo3*Örgütsel İmaj ve Örgüt Kültürü Arasındaki Korelasyon Matrisi*

Değişkenler	1	2	3	4
Örgütsel İmaj Ölçeği				
1-Akademik Çevre	-			
2-Fiziksel ve Sosyal Çevre	.45*	-		
3-Toplumsal Algılanma	.53*	.46*	-	
Örgüt Kültürü Ölçeği				
4-Toplam	.67*	.55*	.58*	-

$n=354$, * $p<.01$

Örgütsel İmaj ve Örgüt Kültürü Puanları Arasındaki Çoklu Regresyon Bulguları

Tablo 4'te öğretmen adaylarının örgütsel imaj puanlarının örgüt kültürü puanını yordama gücünü değerlendirmek amacıyla yapılan çok değişkenli doğrusal regresyon analizi sonuçları sunulmuştur.

Çok değişkenli doğrusal regresyon analizinin yapılabilmesi öncelikle, bağımsız değişkenler [örgütsel imaj faktörleri] arasındaki olası çoklu bağıntı kontrolü için yapılan korelasyon analizi sonucunda tüm korelasyon katsayılarının $<.70$ olduğu saptanmıştır. Elde edilen bu değerlere göre bağımsız değişkenler arasında çoklu bağıntı olmadığı sonucuna varılmıştır (Sipahi, Yurtkoru & Çinko, 2006). Hata terimleri ile bağımsız değişkenlerin serpinti diyagramları için elde edilen grafiklerden hata terimlerinin eş varyanslılık varsayımının gereklerini sağladığı görülmüştür. Ayrıca bağımlı değişkene [örgüt kültürü] ait, tahmin edilen ve gözlenen değerlerin farkı olarak tanımlanan hata terimlerinin dağılımını kontrol etmek amacıyla $Q-Q$ grafiklerinin dağılımlarından normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

Tabloda görüldüğü üzere öğretmen adaylarının örgütsel imaj faktör (akademik çevre, fiziksel-sosyal çevre ve toplumsal algılanma) puanlarının birlikte örgüt kültürü puanını yordama gücü istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur [$F_{(3, 354)}=129.69$, $p<.01$]. Araştırmada incelenen üç yordayıcı değişkenin birlikte örgüt kültürü puanındaki değişimin %57'sini [$R=.75$, $R^2=.57$] açıklayabildiği, örgüt kültürü puanındaki %43'lük değişimin ise diğer değişkenlerle açıklanabileceği saptanmıştır. Ayrıca üç bağımsız değişkenin (akademik çevre, fiziksel-sosyal çevre ve toplumsal algılanma)

yordama düzeyleri ayrı ayrı incelendiğinde; üç faktöründe örgüt kültürü puanındaki değişimi anlamlı düzeyde yordadığı, buna karşın en yüksek yordayan değişkenin %44 düzeyinde *akademik çevre* faktörü iken en düşük yordayan değişkenin ise %23'lük değer ile *toplumsal algılanma* faktörü olduğu saptanmıştır.

Tablo 4

Örgütsel İmaj ve Örgüt Kültürü Arasındaki Çok Değişkenli Regresyon Matrisi

İmaj	B	SH _B	β	t	p
Sabit	1.95	3.21		0.24	.80
Akademik çevre	1.83	0.17	.442	10.23	.00
Fiziksel ve Sosyal çevre	1.15	0.19	.243	5.89	.00
Toplumsal Algılanma	1.16	0.21	.234	5.40	.00

$\eta=354, R=.75, R^2=.57, F=129.699, p<.01$

Tartışma

Öğretmen adaylarının örgüt kültürü algıları ile örgütsel imajın (i) akademik çevre, (ii) fiziksel-sosyal çevre ve (iii) toplumsal algılanma faktörleri arasında pozitif yönde ve orta düzeyde anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Elde edilen bu sonuç irdelendiği zaman Hatch ve Schultz (1997) tarafından örgüt kültürü ile imaj kavramlarının birbirlerini tamamladığı, her birinin diğerini kapsadığını ifade ederek aralarındaki ilişkiye dikkat çekilmektedir. Buna karşın özellikle ilgili literatür incelendiğinde örgüt kültürü (Brown, 1992; Can, 2008; Christian, 1959; Denison, 1996; Easton, 1966; Erdem & İşbaşı, 2001; Fiş & Wasti, 2009; Marcoulides & Heck, 1993; Ouchi & Wilkins, 1985; Yılmaz & Oğuz, 2005) ve örgütsel imajla (Erdoğan, Develioğlu, Gönüllüoğlu & Özkaya, 2006; Ivy, 2001; Javalgi, Traylor, Gross & Lampman, 1994; Karabey, 2005; Lievens, Hoyer & Anseel, 2007) ilgili farklı değişkenler arasındaki ilişkiye yönelik çalışmalara rastlanmasına karşın iki kavram arasındaki ilişkinin incelendiği araştırmalara rastlanmamaktadır. Bu durum özellikle araştırmada elde edilen sonuçların tutarlılığın karşılaştırılmasını güçleştirme ve araştırmanın en önemli sınırlılığını oluşturmaktadır.

Araştırmada elde edilen en önemli bulgu ise örgütsel imajın örgüt kültürüne olan etkileridir. Özellikle örgütsel imaj faktörleri (akademik çevre, fiziksel ve sosyal çevre, toplumsal algılanma) birlikte örgüt kültüründeki değişimin %57'sini yordamaktadır. Ayrıca örgütsel imajın akademik çevre faktörü %44 düzeyinde örgüt kültürünü en yüksek yordayan değişken, %23'lük değer ile *toplumsal algılanma* faktörü ise en düşük yordayan değişkendir. Öğretmen adaylarının toplumsal algılanma gibi dışsal çevre olarak ifade edilebilecek olan bu faktörü yeterli düzeyde algılamamış olabilecekleri, içerisinde yer aldıkları akademik ortamdan dolayı bu yöndeki görüşlerinin daha belirgin olabileceği, bu yönde bir sonucun elde edilmesinde etkili olduğu söylenebilir. Sonuç olarak örgüt kültürü, paylaşılan değerler, inançlar, ortak bir misyon, kahramanlar, adetler, gelenekler ve bir tarihten oluşur. Üyelerin davranışlarını ve verimliliğini etkiler, okulun veliler ve toplum karşısındaki imajını belirler (Leifeste, 1999). Stolp'a (1996) göre de, güçlü gelenekleri, törenleri, ritüelleri ve sembolleri içeren ve derinden algılanan örgüt kültürü, öğrenci başarısı ve motivasyonu ile verimlilik ve bireysel tatminleri olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca örgüt kültürü, örgüt paydaşlarının davranışlarını etkileme, temel inanç ve değerlerin örgüt üyelerince paylaşılma düzeylerine bağlı olarak güçlü ve zayıf olarak nitelendirilir (İpek, 1999).

Elde edilen bulgular bir bütün olarak irdelendiği zaman eğitim fakültelerinin tercih edilmesi bağlamında, öğrenciler tarafından algılanan imajlarının ne düzeyde olduğunun araştırılması gerekmektedir. Olumlu bir imaja sahip olarak eğitim fakültelerini tercih eden öğrencilerin bu imajlarını koruma ve devam ettirmede fakültede yer alan örgüt kültürünün de olumlu olması önemli görülmektedir. Bu nedenle eğitim örgütlerinin iç ve dış paydaşları tarafından algılanan örgütsel imaj ve örgüt kültürlerine yönelik ilişkisel ve nedensel araştırmaların gerçekleştirilmesi önerilmektedir.

Kaynaklar / References

- Aksoy, R., & Bayramoğlu, V. (2008). Sağlık işletmeleri için kurumsal imajın temel belirleyicileri: Tüketici değerlemeleri. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 85-96.
- Alvesson, M. (1990). On popularity of organizational culture. *Acta Sociologica*, 33(1), 31-49.
- Alvesson, M. (2002). *Understanding organizational culture*. London: Sage Publications Ltd.
- Brown, A. (1992). Organizational culture: the key to effective leadership and organizational development. *Leadership & Organizational Development*, 13(2), 3-6.
- Can, A. (2008). Örgüt kültürünün hastanelerde toplam kalite yönetimi uygulamalarına uygunluğunun testine yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3), 293-307.
- Cerit, Y. (2006). Eğitim fakültesi öğrencilerinin üniversitenin örgütsel imaj düzeyine ilişkin algıları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 12(47), 343-365.
- Christian, R. C. (1959). How important is the corporate image?. *The Journal of Marketing*, 24(2), 79-80.
- elik, V. (2002). *Okul kültürü ve yönetimi*. Ankara: Pegema Yayıncılık.
- Denison, D. R. (1996). What is the difference between organizational culture and organizational climate? A native's point of view on a decade of paradigm wars. *The Academy of Management Review*, 24(3), 619-654.
- Dichter, E. (1985). Commentary: what's in an image. *The Journal of Consumer Marketing*, 2(1), 75-81.
- Easton, A. (1966). Corporate style versus corporate image. *Journal of Marketing Research*, 3(2), 168-174.
- Erdem, F., & İşbaşı, O. J. (2001). Eğitim kurumlarında örgüt kültürü ve öğrenci alt kültürünün algılamaları. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1, 33-57.
- Erdoğan, B. Z., Develioğlu, K., Gönüllüoğlu, S. & Özkaya, H. (2006). Kurumsal imajın şirketin farklı paydaşları tarafından algılanışı üzerine bir araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 55-76.
- Fiş, A. M., & Wasti, S. A. (2009). Örgüt kültürü ve girişimcilik yönelimi ilişkisi. *ODTÜ Geliřme Dergisi* (Özel Sayı), 35, 127-164.
- Giriz, S. (2003). Örgüt kültürü çalışmalarında yönetsel yaklaşımlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 9(35), 374-397.
- Gray, E. R., & Balmer, J. M. T. (1998). Managing corporate image and corporate reputation. *Long Range Planning*, 31(5), 695-702.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (1997). Relations between organizational culture, identity and image. *European Journal of Marketing*, 31(5/6), 356-365.

- Hofstede, G. (1998). Identifying organizational subcultures: An empirical approach. *Journal of Management Studies*, 35(1), 1-12.
- Hoy, W. K., & Miskel, C. G. (2010). *Eğitim yönetimi: Teori, uygulama ve araştırma* (Çeviri Editörü: S. Turan). Ankara: Nobel.
- Ivy, J. (2001). Higher education institution image: A correspondence analysis approach. *The International Journal of Educational Management*, 15(6/7), 276-282.
- İpek, C. (1999). *Resmi ve liseler ve özel liselerde örgütsel kültür ve öğretmen öğrenci ilişkisi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Javalgi, R. G., Traylor, M. B., Gross, A. C., & Lampman, E. (1994). Awareness of sponsorship and corporate image: an empirical investigation. *Journal of Advertising*, 23(4), 47-58.
- Karabey, C. N. (2005). *Örgütsel özdeşleşme, örgütsel imaj ve örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisi: Bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Karadağ, E. (2009). Spiritual leadership and organizational culture: A study of structural equation model. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 9(3), 1357-1405.
- Kazoleas, D., Kim, Y., & Moffitt, M. A. (2001). Institutional image: A case study. *Corporate Communications*, 6(4), 205-216.
- Köse, S., Tetik, S., & Ercan, C. (2001). Örgüt kültürünü oluşturan faktörler. *Yönetim ve Ekonomi*, 7(1), 219-242.
- Küçük, F. (2005). İnsan kaynakları açısından kurumsal imaj. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 247-266.
- Leifeste, K. (1999) *A Study of the Process of Importing a Culture of Success*, Texas Technology University, Digital Dissertations, Pub.no: AAT 9925639.
- Lievens, F., Hoyer, G. V., & Anseel, F. (2007). Organizational identity and employer image: Towards a unifying framework. *British Journal of Management*, 18, 45-59.
- Marcoulides, G. A., & Heck, R. H. (1993). Organizational culture and performance: proposing and testing a model. *Organization Science*, 4(2), 209-225.
- Morey, N., & Luthans, F. (1985). Refining the displacement of culture and the use scenes and themes in organizational studies. *Academy of Management Review*, 10(2), 219-229.
- Nguyen, N., & Leblanc, G. (2001). Corporate image and corporate reputation in customers' retention decisions in services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(4), 227-236.
- Ouchi, W. G., & Wilkins, A. L. (1985). Organizational culture. *Annual Review of Sociology*, 11, 457-483.
- Peltekoğlu, F. B. (2004). *Halkla ilişkiler nedir?*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Saracel, N., Özkara, B., Karakaş, M., Yelken, R., Vatandaş, C., Bayram, A. K. vd. (2001). Afyon Kocatepe Üniversitesi'nin kurumsal imajı: Afyon halkının üniversiteyi algılaması tutum ve beklentilerine ilişkin araştırma. Afyon: AKÜ Yayınları.
- Sipahi, B., Yurtkoru, S., & Çınko, M. (2006). *Sosyal bilimlerde SPSS'le veri analizi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

- Stolp, S. (1996). Leadership for school culture, *Emergency Librarian*, 23(3). 20-23.
- Şimşek, N., & Fidan, M. (2005). *Kurum kültürü ve liderlik*. Konya: Tablet Yayıncılık
- Şişman, M. (2002). *Örgütler ve kültürler*. Ankara, Pegema Yayıncılık.
- Taşkın, E., & Sönmez, S. (2005). Kurumsal imaj oluşturmada halkla ilişkilerin rolü ve bir alan araştırması. *Akademik Bakış Uluslar arası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 7, 1-27.
- Vigoda-Gadot, E., Vinarski-Peretz, H. & Ben-Zion, E. (2003). Politics and image in the organizational landscape an empirical examination among public sector employees. *Journal of Managerial Psychology*, 18(7/8), 764-787.
- Yılmaz, K., & Oğuz, E. (2005). Eğitim bilimleri fakültesi öğrencilerinin fakülte kültürüne ilişkin algıları. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 38(1), 101-122.