

TÜRKİYE'DE KURULAN ESKİ VE YENİ SİYASİ PARTİ ÜYELERİNİN KURUM KİMLİĞİ VE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK UNSURLARI ALGILARININ İNCELENMESİ

(Sayfa 79-96)

Bahadır SÜNGÜ
Kocaeli Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Yönetim ve Organizasyon Bölümü
bahadirsungu1982@gmail.com
Orcid No: 0000-0002-2357-4344

ÖZ

Demokratik yaşamın en önemli unsurlarından birisini oluşturan siyasi partiler bir kurum olarak büyümek ve gelişmek amacına sahiptirler. Siyasi partilerin bu amaçlarını gerçekleştirmeleri kurum kimliği oluşturmaları ve üyelerinin örgütsel bağlılığını sağlamaları ile mümkündür. Bu nedenle bu çalışmada siyasi parti üyelerinin kurum kimliğinin gücüne ilişkin algıları ile örgütsel bağlılık boyutlarına ilişkin algıları incelenmektedir. Araştırmada eski ve yeni kurulan siyasi parti üyelerinin kurum kimliğinin gücüne ve örgütsel bağlılığa ilişkin algılarının demografik değişkenler açısından farklılaşmış farklılaşmadığı da irdelenmektedir. Araştırmanın bulguları genel olarak incelendiğinde eski ve yeni siyasi parti ayrımında üyelerin kurum kimliği gücü ve örgütsel bağlılık unsurlarına ilişkin algılarının cinsiyet, medeni durum ve yaş gibi demografik unsurlar açısından farklılaştığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal kimlik, Örgütsel bağlılık, Duygusal Bağlılık, Devam Bağlılığı, Normatif Bağlılık, Siyasi parti

Türü: Araştırma

Jel Code: M00,M1,M14,L2

Çalışma Alanı: Yönetim ve Organizasyon

RESEARCHING OLD AND NEW POLITICAL PARTY MEMBERS' PERCEPTIONS OF CORPORATE IDENTITY AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT IN TURKEY

ABSTRACT

Political parties, which constitute one of the most important elements of democratic life, have the aim of growing and developing as an institution. The realization of these goals of political parties is possible by creating a corporate identity and ensuring the organizational commitment of their members. For this reason, in this study, the perceptions of political party members about the power of corporate identity and their perceptions of organizational commitment dimensions are examined. In the study, it is also examined whether the perceptions of former and newly established political party members regarding the strength of corporate identity and organizational commitment differ in terms of demographic variables. When the findings of the research are examined in general, it is seen that the members' perceptions of the power of corporate identity and organizational commitment differ in terms of demographic factors such as gender, marital status and age.

Keywords: Corporate identity, Organizational commitment, Affective Commitment, Continuance Commitment, Normative Commitment, Political party

Type: Research

Jel Code: M00,M1,M14,L2

Field: Management and Organization

1.Giriş

Sürekli değişen pazar şartları, rekabetin artması, örgütlerin farklı pazarlama araç ve imkânlarını kullanarak, tüketici ve diğer paydaşlara yönelik mesajlar iletmesini, başta tüketiciler olmak üzere diğer paydaşlar nezdinde kalıcı ve sürekli olmaya çalışmasına neden olmaktadır. Paydaşlar nezdinde olumlu bir imaja sahip olmanın en önemli yollarından birisi de, kurumsal kimlik oluşturarak kendilerine özgü, eşsiz, ayırt edici ve tutarlı bir yapı oluşturarak bu yapıyı iletişim araçları ile sunmaktır.

Siyaset bir ülkede hatta dünyada yaşayan tüm insanları etkileyen bir kurumdur. Ülkeyi, devleti ve insanları yönetmek” olarak tanımlanan (Kışlalı, 2008: 7), insanların düşünce, ilgi ve eğilimlerindeki farklılıklardan kaynaklı olarak, toplumda yaşayan insanlar arasındaki çatışmalar, mücadeleler ve kavgalar ya da iktidarı ele geçirerek çatışmanın “faydalarından” yararlanmak olarak tanımlanan siyaset kurumu (David Easton) bir ülkenin kaderini belirleyen oldukça önemli bir kurumdur. Siyasetin, özünde, toplumda birliği sağlamak ve özel çıkarlara karşı çıkararak genel yararları ve insanların ortak çıkarlarını gerçekleştirmek vardır (Öztekın, 2007: 3). Demokrasinin en önemli bileşenlerinden kabul edilen siyasi partiler, güçlerini doğrudan bir grup insandan alarak, yasal güç elde etmek, iktidara gelmek için mücadele eden yapılardır (Seyhan, 2020: 18). Siyasi partilerin belirlemiş oldukları amaçları, savundukları değerleri, parti programları, kullandıkları sembollerini ile kurumsal bir kimlik oluşturmaları üye sayılarını arttırmak için oldukça önemlidir.

Bireylerde ayırt edici özellik olarak görülen kimlik kolektif gruplarda ve kurumlarda da etkilidir. Çevre ile doğrudan iletişim içinde olan kurumların en önemli rekabet aracı kurum kimliğidir (Melewar, 2003: 177). Kurum kimliği çalışanların kurumla bütünleşmesine sağlamakta, aidiyet duygularını arttırmakta ve kurumun rakiplerden farklı olmasını sağlamaktadır (Melewar, 2003; Davis, 2006: 58). Benzer şekilde, kurumsal kimlik oluşturmanın, müşterilerin değişen ihtiyaçlarına çözüm üretmek, sürdürülebilir değişim için ürün yelpazesini değiştirmek, kurum kültürünü oluşturmak ve kültürün çalışanlar tarafından benimsenmesini sağlamak, çalışanları cesaretlendirmek, kurum verimliliğini ve güvenilirliğini arttırmak gibi birçok katkıları vardır (Okay, 2013: 52; Elden ve Yeygel, 2006: 83).

Kurumsal kimlik kavramının temeli Sosyal Kimlik Kuramına dayanmaktadır. Sosyal Kimlik Kuramı, 1970’ lerde Henri Tajfel ve John Turner tarafından geliştirilen, grup üyeliğini, grup süreçlerini ve gruplar arası ilişkileri ele alan bir sosyal psikoloji kuramıdır. Kuram, grup üyeliğini, süregelen çoğu yaklaşım gibi kurumsal ya da biçimsel bir kavram olarak değil, birlikteliği, bizliği, ait olmayı içeren psikolojik bir kavram olarak ele almakta, grup üyeliğinin algısal ve bilişsel temelleri üzerinde durmaktadır. Bu kuramın temelleri, bireyler ve gruplar arasındaki ilişkiyi ele alan ve bireylerin gruplardan nasıl ve ne şekilde etkilendikleri inceleyen Muzaffer Şerif’ in (1936) çalışmalarına dayanmaktadır. Sosyal psikolojiye önemli kuramsal katkılar veren, önyargı, ayrımcılık ve gruplar arası çatışmalar konularını inceleyen Şerif, çalışmalarında, söz konusu konulara gruplar arası bir perspektiften yaklaşmaktadır. İnsanların birey olarak ve grup üyesi olarak gösterdikleri davranışların farklılığına vurgu yapan Şerif, sosyal çatışmaların bireysel ya da kişiler arası tutumların ve süreçlerin bir sonucu olmadığını, bu durumun grup niteliklerinden kaynaklandığını ileri sürmektedir (Demirtaş, 2003: 123-127). Şerif (1936) özellikle "norm oluşumu" konusundaki özgün deneysel çalışmalarıyla, insanın karmaşık ve belirsiz gözükken olaylara karşı başkalarının değerleriyle bakma eğiliminde olduğunu ortaya koymuştur. Nitekim Turner (1987) Sosyal Kimlik Kuramında, bireylerin kendilerini üyesi oldukları sosyal grubu dikkate alarak tanımladığını ve değerlendirdiğini ve bu değerlendirme sonucunda kendilerini sınıflandırdığını ifade eder. Bireyler, nihayetinde kendilerini sınıflandırarak yerleştirdikleri grupla özdeşleşir ve bu özdeşleşme sonunda sosyal kimlikleri oluşur (Turner, 1987, s. 30).

Örgütsel davranış çalışmaları, kurum kimliğinin o kuruma üye olan bireylerin davranışlarını etkileyen çok güçlü bir değişken olduğunu göstermektedir (Ashforth ve Mael, 1989). Buna göre kurum kimliğini benimsemiş çalışanların örgütsel bağlılıklarının artması ve olumlu duygulara sahip olması beklenmektedir (Dağdemir, 2008; Yıldırım, 2017). Benzer şekilde çalışmalar, kurum kimliğinin çalışanların iş tatmini, bağlılığı, örgütsel vatandaşlık davranışı kadar örgütsel performans üzerinde de pozitif etkileri olduğunu ortaya koymaktadır (Brown, 1969; Lee, 1971; Ashforth ve Mael, 1989; Atakan et al., 2013, 47).

Bu çalışmada farklı bir kurum olarak karşımıza çıkan ve Türkiye’de kurulan eski ve yeni siyasi parti üyelerinin kurum kimliğinin gücüne ilişkin algıları ile örgütsel bağlılığın duygusal, normatif ve zorunlu örgütsel bağlılık boyutlarına ilişkin algıları incelenmektedir. Çalışmada eski ve yeni kurulan siyasi siyasi parti üyelerinin kurum kimliği ve örgütsel bağlılık algıları arasında bir fark olup olmadığı ve bu farklılığın demografik değişkenlere göre değişip değişmediği de incelenmektedir. Çalışmamızda eski siyasi partiler kavramı 5 yıldan daha önce kurulan partiler olarak kabul edilmektedir. Yeni siyasi partiler ise 1- 5 yıl arasında kurulan partiler olarak kabul edilmektedir.

2. Kurum Kimliği Ve Örgütsel Bağlılık

Kurumsal kimlik, bir örgüte ait olan ve örgüt üyelerince paylaşılan, örgütün merkezi, sürekli ve ayırt edici özelliklerini ifade eder (Gioia, Schultz ve Corley, 2000: 63). Kimliğin merkezilik özelliği, işletmeye ait öz nitelikler, ayırt edicilik özelliği işletmeyi diğer işletmelerden ayıran ve farklı kılan nitelikler, süreklilik özelliği ise işletmenin zaman içerisinde benzerlik gösteren tutum ve davranışlarına ilişkin özelliklerdir (Van Rekom, 1997: 413; Şevik, 2018). Bireysel kimlik ve kurumsal kimlik her ne kadar benzer özellikler gösterse de, çevresel değişimin örgütün varlığını tehdit ettiği durumlarda kendi öz benliğini korumak koşuluyla, örgütün çatışmaları ortadan kaldırıp varlığını sürdürebilmesi gerekir. Bunun için kurumsal kimliğin değişime uyum sağlaması gerekmektedir (Dutton ve Dukerich, 1991: 520; Gagliardi, 1986: 125; Gioia, Schultz ve Corley, 2000: 63).

Kimlik bireyleri birbirinden ayırt etmeyi sağladığı gibi kurumları da diğerlerinden ayırır. Bu bağlamda kurum kimliği kurumun kendine özgü ve taklit edilemez özelliklerini ifade eder. Kurumlar, günlük faaliyetlerinde kimliklerinin bir kısmını veya tamamını iç ve dış paydaşlara sunar. Kurumsal kimlik, iletişim profesyonelleri tarafından bir plan dâhilinde oluşturulan ve kodlama yoluyla iletilen bir yapıya sahiptir (Salman ve Eroğlu, 2017: 527).

Kurumsal kimlik, paydaşlara yansıtılırken, kullanılan kodlar, mesajlar ve nitelikler kurumun nasıl algılanmak istediğini yansıtmaktadır. Kurumsal kimlik, bir organizasyonun kendisini nasıl tanımladığı ve iç ve dış hedef kitlelere kendisini nasıl tanıtmak, göstermek ve ifade etmek istediği ile ilgilidir. Görsel ve davranışsal bir ortamda temel değerlerin, felsefenin ve stratejinin iletişimidir. (Okay, 2013, 25).

Kurumsal kimlikte genellikle odak noktası kimliğin dışsal yönü ve örgütün görünen sembolik unsurlarıdır (Balmer, 2008: 885). Kurum kimliğinin en önemli unsurlarından birisi olan Kurumsal Görsel Kimlik (KGK) logo, sembol, isim, slogan, renk ve tipografi gibi Görsel Kimlik Sistemi (GKS) ve kurumsal estetik (örneğin basılı materyaller, tanıtım broşürleri, kataloglar vb.) ve şirket binalarının dış ve iç tasarımı gibi uygulamalardan oluşmaktadır. Bu unsurlar, paydaşların bir kurumu tanımlayabileceği ve diğerlerinden ayırt edebileceği görsel ifadelerin toplamını ifade ettiği için kurumun kendine uygun bir KGK belirlemesi gerekmektedir (Marwa ve diğerleri, 2020: 3). Kurumsal kimliğin bu tip görsel öğelerinin paydaşlara halkla ilişkiler ve pazarlama araçları ile doğru bir şekilde aktarılması kurum kimliğinin gücünü arttıracak, kurumun ayırt edilmesini sağlayacaktır.

Ancak kurumsal kimlik sadece logo ve sembolleri değil, bazı diğer kavramları da içermektedir. Kurumsal kimlik, öncelikle bir organizasyonun kim olduğunu, felsefesini, stratejisini, tarihini, iş alanı ve iş yapış biçimlerini, ürün kategorisini, resmi ve gayri iletişim biçimleriyle ilgilidir. Kurumsal kimlik multidisipliner bir özelliğe sahip bir konudur. (Melewar, 2003: 178). Birçok araştırmacı (Wood (2001), Van Riel (1995), Melewar ve Karaosmanoğlu (2003), Hatch ve Schultz (1997), Karadeniz (2009), kurumsal kimliğin unsurlarının kurum kültürü, kurum felsefesi, kurumsal tasarım, kurumsal iletişim ve kurumsal tutum olduğunu ileri sürerek, bu unsurların birbiriyle bütünleşerek kurumsal kimliği oluşturduğunu ifade etmektedirler. Bu durum bize kurum kimliğinin kompleks yapıya sahip olduğunu ve sadece görsel unsurlardan oluşmadığını, aksine kurumun iş yapma biçimi ve örgüt kültürünün de kurum kimliğinin oluşumunda önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Kurumların en önemli amacı güçlü, paydaşlar tarafından farkına varılan bir kurum kimliği oluşturmaktır.

Albert and Whetten (1985) kurum kimliğinin gücünü, örgütün merkezi, ayırt edici ve kalıcı özellikleri olarak tanımlamaktadırlar. Kreiner&Asfort (2004) ise kurum kimliğinin gücünü, örgüt üyeleri tarafından geniş bir şekilde paylaşılan ve üyeleri derinden etkileyen bir kimlik olarak görmektedirler. Güçlü bir kurumsal kimlik örgüt üyelerinin yolunu aydınlatarak kendilerini tanımlamalarını sağlar (Kreiner, Asfort, 2004). Yöneticilerin görünür ve güçlü bir kurumsal kimlik yaratma yönündeki çabaları işletmenin imajını güçlendirmek suretiyle müşterilerin ve diğer paydaşların, kurumun sektördeki yeri, pazar payı, yönetsel ve rekabetçi gücü, iş yapma kapasitesi, ürün ve hizmet yelpazesi hakkında farkındalık sahibi olmalarını sağlayarak işletmenin kurumsal itibarını arttırmaktadır (Melewar, 2003: 196).

Dutton et al. (1994) kurum kimliğinin gücünün örgüt düzeyinde bir değişken olduğunu ve bireylerin özdeşleşmeleri ile ilişkili benzersiz bir değişken olduğunu ifade etmektedir. Benzer şekilde kurum kimliğinin örgütsel bağlılıkla ilişkili olduğunu gösteren çalışmalarda mevcuttur. Grusky'ye (1966) göre örgütsel bağlılık, kişinin kuruma olan bağının gücüdür. Meyer ile Allen'a (1977) göre örgütsel bağlılık, personelin kuruma psikolojik yaklaşımını belirtmekte, çalışanla kurum arasındaki münasebeti ortaya koyan ve bireylerin kurum üyeliğini sürdürmeye karar vermelerine neden olan psikolojik bir durumdur (Taşlıyan ve Pekkan, 2017: 44). Diğer bir tanımda, Meyer, Allen ve Smith (1993) örgütsel bağlılığı "hem çalışanın örgütle ilişkisini karakterize eden, hem de örgütte üye olarak kalma kararı üzerinde etkileri olan psikolojik bir durum" şeklinde tanımlamaktadırlar.

3. Araştırma

3.1. Araştırmanın Amacı ve Örneklem

Bu çalışmada siyasi parti üyelerinin kurum kimliğinin gücüne ilişkin algıları ile örgütsel bağlılık boyutlarına ilişkin algılarının incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada eski ve yeni kurulan siyasi parti üyelerinin kurum kimliğinin gücüne ve örgütsel bağlılığa ilişkin algılarının demografik değişkenler açısından farklılaşıp farklılaşmadığı da irdelenecektir. Araştırma verileri, Kocaeli İli, İzmit ve Başiskele İlçelerinde teşkilatları olan eski ve yeni siyasi partilere üye olan ve kolayda örnekleme yöntemi ile 361 geçerli katılımcıdan anket yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Araştırmada son beş yıl içerisinde kurulan partiler yeni siyasi partiler olarak tanımlanmışken (İyi Parti, Yeniden Refah Partisi, Demokrasi ve Atılım Partisi, Gelecek Partisi, Memleket Partisi), beş yıldan uzun bir süredir kurulan partiler eski siyasal partiler olarak (Ak Parti, Cumhuriyet Halk Partisi, Milliyetçi Hareket Partisi, Saadet Partisi) tanımlanmıştır. Belirtilen siyasi partilerin dışında Kocaeli İli, İzmit ve Başiskele İlçelerindeki diğer faaliyette olan siyasi parti teşkilatlarından, bu araştırmaya katılım ile ilgili olarak, araştırmanın yapıldığı dönemdeki yoğun programları nedeni ile olumlu geri dönüş alınamamıştır. Araştırmada eski ve yeni siyasi parti üyelerinin söz konusu değişkenlere ilişkin algıları incelenmektedir.

3.2. Araştırmanın Kısıtları

Araştırmada yer alan katılımcıların anket sorularını doğru anladıkları ve doğru cevap verdikleri kabul edilmiştir. Araştırma "Google Formlar" uygulaması ile 372 kişi üzerinden geçerli olan 361 kişi için veri toplanarak yapıldığından, araştırmanın siyasi partilerdeki üyelerin örgütsel bağlılık ve kurumsal kimlik gücü arasındaki ilişkiyi tüm Türkiye ya da tüm partilere genellemek doğruluk derecesini kısıtlayacaktır. Araştırmada elde edilen veriler 01.01.2022-22.07.2022 tarihleri arasında yapılan anketlere aittir.

3.3. Hipotezler

- H1: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların kurum kimliğinin gücüne ilişkin algıları arasında fark vardır.
- H2: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların örgütsel bağlılık düzeyleri arasında fark vardır.
- H3: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların duygusal bağlılık düzeyleri arasında fark vardır.
- H4: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların normatif bağlılık düzeyleri arasında fark vardır.
- H5: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların zorunlu bağlılık düzeyleri arasında fark vardır.
- H6 a,b,c,d,e: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların, kurum kimliğinin gücü(a), örgütsel(b), duygusal(c), normatif(d) ve zorunlu(e) bağlılık düzeyleri, cinsiyet değişkenine göre farklılık içermektedir.
- H7 a,b,c,d,e: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların kurum kimliğinin gücü(a), örgütsel(b), duygusal(c), normatif(d) ve zorunlu(e) bağlılık düzeyleri, medeni duruma göre farklılık içermektedir.
- H8 a,b,c,d,e: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların, kurum kimliğinin gücü(a), örgütsel(b), duygusal(c), normatif(d) ve zorunlu(e) bağlılık düzeyleri, yaş değişkenine göre farklılık içermektedir.
- H9 a,b,c,d,e: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların, kurum kimliğinin gücü(a), örgütsel(b), duygusal(c), normatif(d) ve zorunlu(e) bağlılık düzeyleri, eğitim değişkenine göre farklılık içermektedir.
- H10 a,b,c,d,e: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların, kurum kimliğinin gücü(a), örgütsel(b), duygusal(c), normatif(d) ve zorunlu(e) bağlılık düzeyleri, üyelik süresi değişkenine göre farklılık içermektedir.

3.4. Araştırma Verilerinin Analizi ve Bulgular

Bu bölümde eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların, kurum kimliğinin gücüne ve örgütsel bağlılığa ilişkin algılarının demografik değişkenler açısından farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti amacı ile bazı parametrik testler yapılmış ve sonuçlar tartışılmıştır.

Tablo 1- Katılımcıların Üyesi Oldukları Partinin Geçmişi ile Kurumsal Kimlik Gücü ve Örgütsel Bağlılık Algıları İki Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları

Boyut	Gruplar	N	\bar{x}	t Testi		
				t	df	Sig.(p)
Kurumsal Kimliğin Gücü	Eski SP	226	3,7793	-,087	359	,074
	Yeni SP	135	3,7926			
Örgütsel Bağlılık	Eski SP	226	2,8650	-1,272	359	,403
	Yeni SP	135	2,9893			
Duygusal Bağlılık	Eski SP	226	3,3938	,150	359	,264
	Yeni SP	135	3,3753			
Devam Bağlılığı	Eski SP	226	2,1047	-,809	359	,220
	Yeni SP	135	2,1889			
Normatif Bağlılık	Eski SP	226	3,0966	-2,315	359	,733
	Yeni SP	135	3,4037			

Tablo 1’de eski ve yeni siyasi partilerde katılımcıların üyesi oldukları partinin geçmişi ile kurumsal kimlik gücü ve örgütsel bağlılık algılarına ait iki bağımsız örneklem t testi sonuçları gösterilmiştir. Bu test sonuçlarına göre;

- Katılımcıların kurumsal kimlik gücü algıları, üyesi oldukları partinin geçmişine yani eski ya da yeni siyasi parti olmasına göre farklılık göstermemektedir ($p=0,074>0,05$). Buna göre **H1: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların kurum kimliğinin gücüne ilişkin algıları arasında fark vardır** hipotezi istatistiksel olarak desteklenememiştir.
- Katılımcıların üyesi oldukları partinin eski veya yeni olmasına göre üyelerin örgütsel bağlılık algıları farklılık göstermemektedir ($p=0,403>0,05$). Buna göre **H2: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların örgütsel bağlılık düzeyleri arasında fark vardır** hipotezi desteklenememiştir.
- Katılımcıların üyesi oldukları partinin eski veya yeni olmasına göre duygusal bağlılık algıları farklılık göstermemektedir ($p=0,264>0,05$). Buna göre, **H3: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların duygusal bağlılık düzeyleri arasında fark vardır** hipotezi desteklenememiştir.
- Tablo 1’e göre katılımcıların üyesi oldukları partinin eski veya yeni olmasına göre normatif bağlılık algıları farklılık göstermemektedir ($p=0,733>0,05$). Buna göre, **H4: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların normatif bağlılık düzeyleri arasında fark vardır** hipotezi desteklenememiştir.
- Tablo 1’e göre katılımcıların üyesi oldukları partinin eski veya yeni olmasına göre devam (zorunlu) bağlılığı algıları farklılık göstermemektedir ($p=0,220>0,05$). Buna göre, **H5: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların zorunlu bağlılık düzeyleri arasında fark vardır** hipotezi desteklenememiştir.

Aşağıda bulunan Tablo 2’de eski ve yeni siyasi partilerde katılımcıların cinsiyetlerine göre kurumsal kimlik gücü ve örgütsel bağlılık algılarının değişip değişmediğini ortaya koyabilmek adına iki bağımsız örneklem t testi sonuçları gösterilmiştir. Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların, kurum kimliğinin gücü, örgütsel, duygusal, normatif ve zorunlu bağlılık düzeylerinin, cinsiyet değişkenine göre farklılık içerip içermediği test edilmiş ve sonuçlar ortaya koyulmuştur.

Tablo 2- Eski ve Yeni Siyasi Partilerde Bireylerin Cinsiyetleri ile Kurumsal Kimlik Gücü ve Örgütsel Bağlılık Algıları İki Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları

Boyut	Parti Geçmişi	Gruplar	N	\bar{x}	t Testi		
					t	df	p
Kurumsal Kimliğin Gücü	ESKİ SP	Kadın	46	3,7415	-0,216	79	,042*
		Erkek	180	3,7889			
	YENİ SP	Kadın	32	3,4271	-1,804	133	,771
		Erkek	103	3,9061			
Örgütsel Bağlılık Boyutu	ESKİ SP	Kadın	46	2,7838	-,666	224	,427
		Erkek	180	2,8858			
	YENİ SP	Kadın	32	3,0035	,091	42	,037*
		Erkek	103	2,9849			
Duygusal Bağlılık Boyutu	ESKİ SP	Kadın	46	3,2935	-0,778	91	,022*
		Erkek	180	3,4194			
	YENİ SP	Kadın	32	3,2760	-0,594	133	,111
		Erkek	103	3,4061			
Devam Bağlılığı Boyutu	ESKİ SP	Kadın	46	2,1775	0,581	224	,420
		Erkek	180	2,0861			
	YENİ SP	Kadın	32	2,6406	2,493	39	,001*
		Erkek	103	2,0485			
Normatif Bağlılık Boyutu	ESKİ SP	Kadın	46	2,8804	-1,544	84	,011*
		Erkek	180	3,1519			
	YENİ SP	Kadın	32	3,0938	-1,799	60	,048*
		Erkek	103	3,5000			

Bu test sonuçlarına göre; eski siyasi partilere üye katılımcıların kurumsal kimlik gücü algıları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır ($p=0,042<0,05$). Buna göre erkek katılımcıların kurumsal kimlik gücü algılarının, kadınlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yeni siyasi partilere üye katılımcıların algıları incelendiğinde ise, üyelerin kurumsal kimlik gücü algılarının, cinsiyetlerine göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p=0,771>0,05$).

Eski ve yeni siyasi partilere üye katılımcılar arasında örgütsel bağlılık ve alt boyutlarına ait algılar incelendiğinde, cinsiyet kategorisine göre eski siyasi partilere üye bireylerde örgütsel bağlılık algıları farklılaşmamakta ($p=0,427>0,05$), yeni siyasi partilere üye katılımcılarda ise örgütsel bağlılık algıları farklılaşmaktadır ($p=0,037<0,05$).

Eski ve yeni siyasi partilere üye katılımcılar arasında, eski siyasi partilere üye katılımcıların duygusal bağlılık algılarının ($p=0,022<0,05$) cinsiyetlerine göre farklılaştığı, yeni siyasi partilere üye katılımcıların ise duygusal bağlılık algılarının cinsiyetlerine göre farklılaşmadığı ($p=0,111>0,05$) sonuçlarına ulaşılmıştır. Eski siyasi partilere üye katılımcıların zorunlu bağlılık algılarının cinsiyetlerine göre ($p=0,420>0,05$) farklılaşmadığı, yeni siyasi partilere üye katılımcıların ise zorunlu bağlılık algılarının cinsiyetlerine göre ($p=0,001<0,05$) farklılaştığı tespit edilmiştir. Son olarak hem eski ($p=0,011<0,05$) hem de yeni ($p=0,048<0,05$) siyasi partilere üye katılımcıların normatif bağlılık algılarının cinsiyetlerine göre farklılaştığı tespit edilmiştir.

Tablo 3- Eski ve Yeni Siyasi Partilerde Bireylerin Cinsiyetleri ile Kurumsal Kimlik Gücü ve Örgütsel Bağlılık Algıları Özet Tablo

Algılanan Boyutlar	Eski Siyasi Parti Üyelerinin Cinsiyetlerine Göre	Yeni Siyasi Parti Üyelerinin Cinsiyetlerine Göre
Kurumsal Kimliğin Gücü	FARKLILIK VAR	FARKLILIK YOK
Örgütsel Bağlılık	FARKLILIK YOK	FARKLILIK VAR
Duygusal Bağlılık	FARKLILIK VAR	FARKLILIK YOK
Devam Bağlılığı	FARKLILIK YOK	FARKLILIK VAR
Normatif Bağlılık	FARKLILIK VAR	FARKLILIK VAR

Tablo 3’de eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların, kurum kimliğinin gücü, örgütsel, duygusal, normatif ve zorunlu bağlılık düzeylerinin, cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterip göstermediği ile ilgili sonuçların toplu gösterimi verilmiştir. Sonuç olarak, H6 a,b,c,d,e: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların, kurum kimliğinin gücü(a), örgütsel(b), duygusal(c), normatif(d) ve zorunlu(e) bağlılık düzeyleri, cinsiyet değişkenine göre farklılık içermektedir hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4- Eski ve Yeni Siyasi Partilerde Bireylerin Medeni Durumları ile Kurumsal Kimlik Gücü ve Örgütsel Bağlılık Algıları İki Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları

Boyut	Parti Geçmişi	Gruplar	N	\bar{x}	t Testi		
					t	df	p
Kurumsal Kimliğin Gücü	ESKİ SP	Evli	160	3,6222	-2,708	138	,005*
		Bekâr	66	4,1599			
	YENİ SP	Evli	73	3,5890	-1,996	132	<,001*
		Bekâr	62	4,0323			
Örgütsel Bağlılık Boyutu	ESKİ SP	Evli	160	2,8177	-1,199	224	,242
		Bekâr	66	2,9798			
	YENİ SP	Evli	73	2,8135	-2,664	133	,124
		Bekâr	62	3,1962			
Duygusal Bağlılık Boyutu	ESKİ SP	Evli	160	3,3375	-1,187	135	,025*
		Bekâr	66	3,5303			
	YENİ SP	Evli	73	3,2306	-1,735	132	<,001*
		Bekâr	62	3,5457			
Devam Bağlılığı Boyutu	ESKİ SP	Evli	160	2,0927	-0,295	224	,636
		Bekâr	66	2,1338			
	YENİ SP	Evli	73	2,0228	-2,145	108	<,001*
		Bekâr	62	2,3844			

Tablo 4 Devamı- Eski ve Yeni Siyasi Partilerde Bireylerin Medeni Durumları ile Kurumsal Kimlik Gücü ve Örgütsel Bağlılık Algıları İki Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları

Boyut	Parti Geçmişi	Gruplar	N	\bar{x}	t Testi		
					t	df	p
Normatif Bağlılık Boyutu	ESKİ SP	Evli	160	3,0229	-1,425	224	,660
		Bekâr	66	3,2753			
	YENİ SP	Evli	73	3,1872	-2,275	132	,042*
		Bekâr	62	3,6586			

Tablo 4’de eski ve yeni siyasi partilerde katılımcıların medeni durumlarına göre kurumsal kimlik gücü ve örgütsel bağlılık algılarının değişip değişmediğini ortaya koyabilmek adına iki bağımsız örneklem t testi sonuçları gösterilmiştir. Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların, kurum kimliğinin gücü, örgütsel, duygusal, normatif ve zorunlu bağlılık düzeylerinin, medeni durumlarına göre farklılık içerip içermediği test edilmiş ve sonuçlar ortaya koyulmuştur.

Bu test sonuçlarına göre; eski siyasi partilere üye katılımcıların kurumsal kimlik gücü algıları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır ($p=0,005<0,05$). Buna göre bekâr katılımcıların kurumsal kimlik gücü algılarının, evlilere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Eski siyasi parti üyelerinde örgütsel bağlılık ve alt boyutlarına ait algılar incelendiğinde ise, medeni durum kategorisine göre örgütsel bağlılık ($p=0,242>0,05$), normatif bağlılık ($p=0,660>0,05$) ve devam bağlılığı algıları ($p=0,636>0,05$) farklılık göstermemektedir. Duygusal bağlılık algılarının ($p=0,025<0,05$) ise katılımcıların medeni durumlarına göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre eski siyasi partilere üye bekâr katılımcıların duygusal bağlılık algılarının evli bireylere göre daha yüksek olduğu söylenebilmektedir.

Yeni siyasi partilere üye katılımcıların algıları incelendiğinde ise, üyelerin kurumsal kimlik gücü algılarının, medeni durumlarına göre farklılaştığı tespit edilmiştir ($p<,001$). Buna göre bekâr katılımcıların kurumsal kimlik gücü algılarının, evlilere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yeni siyasi parti üyelerinde örgütsel bağlılık ve alt boyutlarına ait algılar ele alındığında, medeni durum kategorisine göre örgütsel bağlılık algıları farklılaşmamaktadır ($p=0,124>0,05$). Örgütsel bağlılığın alt boyutlarını tek tek incelediğimizde ise duygusal bağlılık algıları ($p=0,001<0,05$), devam bağlılığı algıları ($p=0,001<0,05$) ve normatif bağlılık algıları ($p=0,042<0,05$) katılımcıların medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır. Bu sonuçlara göre, duygusal, devam ve normatif bağlılık algılarında bekâr üyeler öne çıkmaktadır.

Tablo 5- Eski ve Yeni Siyasi Partilerde Bireylerin Medeni Durumları ile Kurumsal Kimlik Gücü ve Örgütsel Bağlılık Algıları Özet Tablo

Algılanan Boyutlar	Eski Siyasi Parti Üyelerinin Medeni Durumlarına Göre	Yeni Siyasi Parti Üyelerinin Medeni Durumlarına Göre
Kurumsal Kimliğin Gücü	FARKLILIK VAR	FARKLILIK VAR
Örgütsel Bağlılık	FARKLILIK YOK	FARKLILIK YOK
Duygusal Bağlılık	FARKLILIK VAR	FARKLILIK VAR
Devam Bağlılığı	FARKLILIK YOK	FARKLILIK VAR
Normatif Bağlılık	FARKLILIK YOK	FARKLILIK VAR

Tablo 5’de eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların, kurum kimliğinin gücü, örgütsel, duygusal, normatif ve zorunlu bağlılık düzeylerinin, cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterip göstermediği ile ilgili sonuçların toplu gösterimi verilmiştir. Sonuç olarak, H7 a,b,c,d,e: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların kurum kimliğinin gücü(a), örgütsel(b), duygusal(c), normatif(d) ve zorunlu(e) bağlılık düzeyleri, medeni duruma göre farklılık içermektedir hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 6- Yaş Kategorisine Göre Eski Siyasi Partilere Üye Katılımcıların Kurumsal Kimlik Gücü ve Örgütsel Bağlılık Algıları Tek Yön Anova Testi Sonuçları

Boyut	Parti Geçmişi	Yaş Grupları	N	Ort.	GRP	KT	KO	F	Sig.(p)
Kurumsal Kimliğin Gücü	ESKİ SP	25 yaş. A.	2	1,94	GA	11,36	2,84	1,35	0,179
		26-35 yas	152	3,80	Gİ.	465,14	2,10		
		36-45 yas	28	3,73	Top.	476,50			
		46-55 yas	36	3,98					
		56 yas. Ü.	8	3,17					
		Total	226	3,78					
Örgütsel Bağlılık	ESKİ SP	25 yaş. A.	2	2,06	GA	17,35	4,34	5,47	<,001*
		26-35 yas	152	2,75	Gİ.	175,26	0,79		
		36-45 yas	28	3,02	Top.	192,62			
		46-55 yas	36	3,41					
		56 yas. Ü.	8	2,26					
		Total	226	2,87					
Duygusal Bağlılık Boyutu	ESKİ SP	25 yaş. A.	2	2,00	GA	22,03	5,50	4,29	,002*
		26-35 yas	152	3,31	Gİ.	283,80	1,28		
		36-45 yas	28	3,51	Top.	305,84			
		46-55 yas	36	3,93					
		56 yas. Ü.	8	2,50					
		Total	226	3,39					
Devam Bağlılığı Boyutu	ESKİ SP	25 yaş. A.	2	2,08	GA	29,14	7,28	9,22	,004*
		26-35 yas	152	1,92	Gİ.	174,60	0,79		
		36-45 yas	28	2,61	Top.	203,74			
		46-55 yas	36	2,68					
		56 yas. Ü.	8	1,33					
		Total	226	2,10					
Normatif Bağlılık Boyutu	ESKİ SP	25 yaş. A.	2	2,08	GA	13,02	3,25	2,26	0,064
		26-35 yas	152	3,03	Gİ.	318,28	1,44		
		36-45 yas	28	2,94	Top.	331,30			
		46-55 yas	36	3,61					
		56 yas. Ü.	8	2,96					
		Total	226	3,10					

Tablo 6'da eski siyasi partilere üye bireylerin yaşlarına göre kurumsal kimlik gücü ve örgütsel bağlılık algılarının değişip değişmediği tek yön anova testi ile analiz edilmiştir. Bu test sonuçlarına göre; Eski Siyasi Partilere üye bireylerin kurumsal kimlik gücü algıları, yaşlarına göre farklılık göstermemektedir ($p=0,179>0,05$). Eski siyasi parti üyelerinde örgütsel bağlılık ve alt boyutlarına ait sonuçlar incelendiğinde ise, örgütsel bağlılık algılarının yaş gruplarına göre farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır ($p<0,001$).

Buna göre 46-55 yaş aralığında olan parti üyelerinin örgütsel bağlılık düzeyleri diğer yaş gruplarında olan parti üyelerine göre daha yüksektir. Ayrıca, eski siyasi partilere üye katılımcıların duygusal bağlılık algılarının, yaşlarına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p=0,002<0,05$). Yaş kategorisine göre devam bağlılığı düzeyi de farklılık göstermektedir ($p=0,004<0,05$). Yaş kategorisine göre normatif bağlılık düzeyi ise farklılık göstermemektedir ($p=0,064>0,05$). Diğer bir ifadeyle eski siyasi partilere üye katılımcıların normatif bağlılık algıları yaş gruplarına göre farklılaşmamaktadır.

Tablo 7- Yaş Kategorisine Göre Yeni Siyasi Partilere Üye Katılımcıların Kurumsal Kimlik Gücü ve Örgütsel Bağlılık Algıları Tek Yön Anova Testi Sonuçları

Boyut	Parti Geçmişi	Yaş Grupları	N	Ort.	GRP	KT	KO	F	Sig.(p)
Kurumsal Kimliğin Gücü	YENİ SP	25 yaş. A.	1	1,89	GA	22,13	5,53	3,38	,011*
		26-35 yaş	93	3,78	Gİ.	212,37	1,63		
		36-45 yaş	27	4,12	Top.	234,51			
		46-55 yaş	12	3,81					
		56 yaş. Ü.	2	1,00					
		Total	135	3,79					
Örgütsel Bağlılık	YENİ SP	25 yaş. A.	1	1,67	GA	9,43	2,35	3,51	,009*
		26-35 yaş	93	2,99	Gİ.	87,49	0,67		
		36-45 yaş	27	3,13	Top.	96,92			
		46-55 yaş	12	3,06					
		56 yaş. Ü.	2	1,11					
		Total	135	2,99					
Duygusal Bağlılık Boyutu	YENİ SP	25 yaş. A.	1	1,67	GA	19,77	4,94	4,71	,001*
		26-35 yaş	93	3,30	Gİ.	136,55	1,05		
		36-45 yaş	27	3,66	Top	156,32			
		46-55 yaş	12	3,86					
		56 yaş. Ü.	2	1,00					
		Total	135	3,38					
Devam Bağlılığı Boyutu	YENİ SP	25 yaş. A.	1	1,50	GA	7,69	1,92	2,14	0,08
		26-35 yaş	93	2,22	Gİ.	116,97	0,90		
		36-45 yaş	27	2,41	Top	124,66			
		46-55 yaş	12	1,69					
		56 yaş. Ü.	2	1,00					
		Total	135	2,19					
Normatif Bağlılık Boyutu	YENİ SP	25 yaş. A.	1	1,83	GA	12,13	3,03	2,07	0,089
		26-35 yaş	93	3,46	Gİ.	190,68	1,47		
		36-45 yaş	27	3,33	Top	202,80			
		46-55 yaş	12	3,64					
		56 yaş. Ü.	2	1,33					
		Total	135	3,40					

Tablo 7'de yeni siyasi partilere üye bireylerin yaşlarına göre kurumsal kimlik gücü ve örgütsel bağlılık algılarının değişip değişmediği tek yön anova testi ile analiz edilmiştir. Bu test sonuçlarına göre; Yeni Siyasi Partilerde, Yaş kategorisine göre kurumsal kimlik gücü düzeyi farklılık göstermektedir ($p=0,011<0,05$). Diğer bir ifadeyle yeni siyasi partilere üye katılımcıların kurumsal kimlik gücü algıları yaş gruplarına göre farklılaşmaktadır. Buna göre 36-45 yaş aralığında olan parti üyelerinin kurumsal kimlik gücü algıları tüm yaş grupları içerisinde en yüksektir. Yeni siyasi parti üyelerinde örgütsel bağlılık

ve alt boyutlarına ait sonuçlar incelendiğinde ise, üyelerin örgütsel bağlılık algılarının yaş gruplarına göre farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır ($p=0,009<0,05$).

Buna göre 36-45 yaş aralığında olan parti üyelerinin örgütsel bağlılık düzeyleri diğer yaş gruplarında olan parti üyelerine göre daha yüksektir. Ayrıca, yeni siyasi partilere üye katılımcıların yaş kategorisine göre duygusal bağlılık algılarının farklılık gösterdiği ($p=0,001<0,05$) tespit edilmiştir. Son olarak, yeni siyasi partilere üye katılımcıların yaş kategorisine göre devam bağlılığı ($p=0,08>0,05$) ve normatif bağlılık algıları ($p=0,089>0,05$) farklılık göstermemektedir.

Tablo 8- Eski ve Yeni Siyasi Partilerde Bireylerin Yaşları ile Kurumsal Kimlik Gücü ve Örgütsel Bağlılık Algıları Özet Tablo

Algılanan Boyutlar	Eski Siyasi Parti Üyelerinin Yaşlarına Göre	Yeni Siyasi Parti Üyelerinin Yaşlarına Göre
Kurumsal Kimliğin Gücü	FARKLILIK YOK	FARKLILIK VAR
Örgütsel Bağlılık	FARKLILIK VAR	FARKLILIK VAR
Duygusal Bağlılık	FARKLILIK VAR	FARKLILIK VAR
Devam Bağlılığı	FARKLILIK VAR	FARKLILIK YOK
Normatif Bağlılık	FARKLILIK YOK	FARKLILIK YOK

Tablo 8’de eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların, kurum kimliğinin gücü, örgütsel, duygusal, normatif ve zorunlu bağlılık düzeylerinin, yaş değişkenine göre farklılık gösterip göstermediği ile ilgili sonuçların toplu gösterimi verilmiştir. Sonuç olarak, H8 a,b,c,d,e: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların, kurum kimliğinin gücü(a), örgütsel(b), duygusal(c), normatif(d) ve zorunlu(e) bağlılık düzeyleri, yaş değişkenine göre farklılık içermektedir hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 9- Eğitim Düzeylerine Göre Eski Siyasi Partilere Üye Katılımcıların Kurumsal Kimlik Gücü ve Örgütsel Bağlılık Algıları Tek Yön Anova Testi Sonuçları

Boyut	Parti Geçmişi	Eğitim Düzeyi	N	Ort.	GRP	KT	KO	F	Sig.(p)
Kurumsal Kimliğin Gücü	ESKİ SP	İlkokul	2	2,00	GA	13,1	2,62	1,25	0,288
		Ortaokul	23	4,21	Gİ.	463,4	2,10		
		Lise	98	3,84	Top	476,5			
		Yüksekokul	35	3,79					
		Üniversite	65	3,60					
		YL/Doktora	3	3,52					
Örgütsel Bağlılık	ESKİ SP	İlkokul	2	2,00	GA	14,9	2,98	3,70	,003*
		Ortaokul	23	3,47	Gİ.	177,7	0,80		
		Lise	98	2,93	Top	192,6			
		Yüksekokul	35	2,54					
		Üniversite	65	2,76					
		YL/Doktora	3	3,00					
Duygusal Bağlılık Boyutu	ESKİ SP	İlkokul	2	2,00	GA	19,5	3,89	2,99	,012*
		Ortaokul	23	4,00	Gİ.	286,4	1,30		
		Lise	98	3,52	Top	305,8			
		Yüksekokul	35	3,09					
		Üniversite	65	3,20					
		YL/Doktora	3	3,39					

Tablo 9 Devamı- Eğitim Düzeylerine Göre Eski Siyasi Partilere Üye Katılımcıların Kurumsal Kimlik Gücü ve Örgütsel Bağlılık Algıları Tek Yön Anova Testi Sonuçları

Boyut	Parti Geçmişi	Eğitim Düzeyi	N	Ort.	GRP	KT	KO	F	Sig.(p)
Devam Bağlılığı Boyutu	ESKİ SP	İlkokul	2	2,00	GA	14,0	2,80	3,25	,007*
		Ortaokul	23	2,78	Gİ.	189,7	0,86		
		Lise	98	2,11	Top	203,7			
		Yüksekokul	35	2,01					
		Üniversite	65	1,90					
		YL/Doktora	3	2,44					
Normatif Bağlılık Boyutu	ESKİ SP	İlkokul	2	2,00	GA	21,9	4,37	3,11	,009*
		Ortaokul	23	3,64	Gİ.	309,5	1,40		
		Lise	98	3,15	Top	331,3			
		Yüksekokul	35	2,51					
		Üniversite	65	3,17					
		YL/Doktora	3	3,17					

Tablo 9'da eski siyasi partilere üye bireylerin eğitim düzeylerine göre kurumsal kimlik gücü ve örgütsel bağlılık algılarının değişip değişmediği tek yön anova testi ile analiz edilmiştir. Bu test sonuçlarına göre; Eski Siyasi Partilerde, eğitim düzeyi kategorisine göre katılımcıların kurumsal kimlik gücü algıları farklılık göstermemektedir ($p=0,288>0,05$). Diğer bir ifadeyle eski siyasi partilere üye katılımcıların kurumsal kimlik gücü algıları, eğitim düzeylerine göre farklılaşmamaktadır. Eski siyasi parti üyelerinin eğitim düzeylerine göre örgütsel bağlılık ve alt boyutlarına ait algıları incelendiğinde ise, üyelerin örgütsel bağlılık algılarının, eğitim düzeylerine göre farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır ($p=0,003<0,05$). Buna göre eski siyasi partilerde örgütsel bağlılık düzeyleri en yüksek olan katılımcılar, ortaokul mezunu olan üyelerdir. Örgütsel bağlılığın alt boyutlarına bakıldığında ise sırasıyla, eğitim düzeyi kategorisine göre duygusal bağlılık algısı ($p=0,012<0,05$), devam bağlılığı algısı ($p=0,007<0,05$) ve normatif bağlılık algısı ($p=0,009<0,05$) farklılık göstermektedir. Diğer bir ifadeyle, örgütsel bağlılık ve alt boyutları olan diğer bağımlı değişkenler incelendiğinde, eski siyasi partilere üye olan bireylerin örgütsel bağlılık algıları tüm alt boyutları ile birlikte eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır. Buna göre, eski siyasi partilere üye olan katılımcıların duygusal, devam ve normatif bağlılık algılarının, ortaokul mezunu bireylerde en yüksek seviyede olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Tablo 10- Eğitim Düzeylerine Göre Yeni Siyasi Partilere Üye Katılımcıların Kurumsal Kimlik Gücü ve Örgütsel Bağlılık Algıları Tek Yön Anova Testi Sonuçları

Boyut	Parti G.	Eğitim Düzeyi	N	Ort.	GRP	KT	KO	F	Sig.(p)
Kurumsal Kimliğin Gücü	YENİ SP	İlkokul	0	0,00	GA	8,85	2,21	1,27	0,283
		Ortaokul	26	4,28	Gİ.	225,6	1,74		
		Lise	74	3,63	Top	234,5			
		Yüksekokul	10	4,00					
		Üniversite	23	3,71					
		YL/Doktora	2	3,56					
Örgütsel Bağlılık	YENİ SP	İlkokul	0	0,00	GA	3,18	0,79	1,10	0,356
		Ortaokul	26	3,27	Gİ.	93,73	0,72		
		Lise	74	2,88	Top	96,92			
		Yüksekokul	10	2,96					
		Üniversite	23	3,03					
		YL/Doktora	2	3,22					
Duygusal Bağlılık Boyutu	YENİ SP	İlkokul	0	0,00	GA	3,91	0,97	0,83	0,505
		Ortaokul	26	3,63	Gİ.	152,4	1,17		
		Lise	74	3,27	Top	156,3			
		Yüksekokul	10	3,70					
		Üniversite	23	3,28					
		YL/Doktora	2	3,50					

Tablo 10 Devamı- Eğitim Düzeylerine Göre Yeni Siyasi Partilere Üye Katılımcıların Kurumsal Kimlik Gücü ve Örgütsel Bağlılık Algıları Tek Yön Anova Testi Sonuçları

Boyut	Parti Geçmişi	Eğitim Düzeyi	N	Ort.	GRP	KT	KO	F	Sig.(p)
Devam Bağlılığı Boyutu	YENİ SP	İlkokul	0	0,00	GA	5,98	1,49	1,63	0,168
		Ortaokul	26	1,94	Gİ.	118,6	0,91		
		Lise	74	2,33	Top	124,6			
		Yüksekokul	10	1,80					
		Üniversite	23	2,12					
		YL/Doktora	2	3,00					
Normatif Bağlılık Boyutu	YENİ SP	İlkokul	0	0,00	GA	30,62	7,65	5,77	<,001*
		Ortaokul	26	4,24	Gİ.	172,1	1,32		
		Lise	74	3,03	Top	202,8			
		Yüksekokul	10	3,37					
		Üniversite	23	3,70					
		YL/Doktora	2	3,17					

Tablo 10'da yeni siyasi partilere üye bireylerin eğitim düzeylerine göre kurumsal kimlik gücü ve örgütsel bağlılık algılarının değişip değişmediği tek yön anova testi ile analiz edilmiştir. Bu test sonuçlarına göre; Yeni Siyasi Partilerde, eğitim düzeyi kategorisine göre katılımcıların kurumsal kimlik gücü algıları farklılık göstermemektedir ($p=0,283>0,05$). Diğer bir ifadeyle yeni siyasi partilere üye katılımcıların kurumsal kimlik gücü algıları, eğitim düzeylerine göre farklılaşmamaktadır.

Yeni siyasi parti üyelerinin eğitim düzeylerine göre örgütsel bağlılık ve alt boyutlarına ait algıları incelendiğinde ise, üyelerin örgütsel bağlılık algılarının, eğitim düzeylerine göre farklılık göstermediği sonucuna varılmıştır ($p=0,356>0,05$).

Örgütsel bağlılığın alt boyutlarına bakıldığında ise sırasıyla, eğitim düzeyi kategorisine göre, duygusal bağlılık algısı ($p=0,505>0,05$) ve devam bağlılığı algısı ($p=0,168>0,05$) farklılık göstermemektedir. Normatif bağlılık algısı ise yeni siyasi partilere üye katılımcılarda eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır ($p<,001*$). Buna göre ortaokul mezunu bireylerde normatif bağlılık algısının en yüksek seviyede olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Tablo 11- Eski ve Yeni Siyasi Partilerde Bireylerin Eğitim Düzeyleri ile Kurumsal Kimlik Gücü ve Örgütsel Bağlılık Algıları Özet Tablo

Algılanan Boyutlar	Eski Siyasi Parti Üyelerinin Eğitimlerine Göre	Yeni Siyasi Parti Üyelerinin Eğitimlerine Göre
Kurumsal Kimliğin Gücü	FARKLILIK YOK	FARKLILIK YOK
Örgütsel Bağlılık	FARKLILIK VAR	FARKLILIK YOK
Duygusal Bağlılık	FARKLILIK VAR	FARKLILIK YOK
Devam Bağlılığı	FARKLILIK VAR	FARKLILIK YOK
Normatif Bağlılık	FARKLILIK VAR	FARKLILIK VAR

Tablo 11'de eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların, kurum kimliğinin gücü, örgütsel, duygusal, normatif ve zorunlu bağlılık düzeylerinin, eğitim değişkenine göre farklılık gösterip göstermediği ile ilgili sonuçların toplu gösterimi verilmiştir. Sonuç olarak, H9 a,b,c,d,e: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların, kurum kimliğinin gücü(a), örgütsel(b), duygusal(c), normatif(d) ve zorunlu(e) bağlılık düzeyleri, eğitim değişkenine göre farklılık içermektedir hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 12- Üyelik Sürelerine Göre Eski Siyasi Partilere Üye Katılımcıların Kurumsal Kimlik Gücü ve Örgütsel Bağlılık Algıları Tek Yön Anova Testi Sonuçları

Boyut	Parti Geçmişi	Üyelik Süresi	N	Ort.	GRP	KT	KO	F	Sig.(p)
Kurumsal Kimliğin Gücü	ESKİ SP	1 yıldan az	53	3,89	GA	20,52	5,13	2,49	,102
		1-3 yıl	66	4,05	Gİ.	455,99	2,06		
		4-6 yıl	24	3,59	Top	476,51			
		7-9 yıl	39	3,92					
		10 yıl ve Ü.	44	3,22					
		Total	226	3,78					
Örgütsel Bağlılık	ESKİ SP	1 yıldan az	53	3,04	GA	14,65	3,66	4,55	<,001*
		1-3 yıl	66	3,01	Gİ.	177,97	0,81		
		4-6 yıl	24	2,33	Top	192,62			
		7-9 yıl	39	2,55					
		10 yıl ve Ü.	44	3,01					
		Total	226	2,87					
Duygusal Bağlılık Boyutu	ESKİ SP	1 yıldan az	53	3,58	GA	18,59	4,65	3,58	,015*
		1-3 yıl	66	3,65	Gİ.	287,25	1,30		
		4-6 yıl	24	2,72	Top	305,84			
		7-9 yıl	39	3,21					
		10 yıl ve Ü.	44	3,31					
		Total	226	3,39					
Devam Bağlılığı Boyutu	ESKİ SP	1 yıldan az	53	2,14	GA	19,71	4,93	5,92	<,001*
		1-3 yıl	66	2,12	Gİ.	184,03	0,83		
		4-6 yıl	24	1,44	Top	203,74			
		7-9 yıl	39	1,95					
		10 yıl ve Ü.	44	2,53					
		Total	226	2,10					
Normatif Bağlılık Boyutu	ESKİ SP	1 yıldan az	53	3,40	GA	23,24	5,81	4,17	<,001*
		1-3 yıl	66	3,25	Gİ.	308,07	1,39		
		4-6 yıl	24	2,84	Top	331,31			
		7-9 yıl	39	2,48					
		10 yıl ve Ü.	44	3,19					
		Total	226	3,10					

Tablo 12’de üyelik sürelerine göre eski siyasi partilere üye katılımcıların kurumsal kimlik gücü ve örgütsel bağlılık algıları tek yön anova testi sonuçları gösterilmiştir. Bu test sonuçlarına göre; Eski Siyasi Partilerde, üyelik süresi kategorisine göre kurumsal kimlik gücü düzeyi farklılık göstermemektedir ($p=0,102>0,05$). Diğer bir ifadeyle eski siyasi partilere üye katılımcıların kurumsal kimlik gücü algıları üyelik sürelerine göre farklılaşmamaktadır. Eski siyasi parti üyelerinde üyelik sürelerine göre örgütsel bağlılık ve alt boyutlarına ait algıları incelendiğinde ise, üyelerin örgütsel bağlılık algılarının, üyelik sürelerine göre farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır ($p<,001*$). Buna göre eski siyasi partilerde üyelik süresi 1 yıldan az olan yani partiye yeni katılan üyelerin, örgütsel bağlılık düzeyleri diğer parti üyelerine göre daha yüksektir.

Örgütsel bağlılığın alt boyutlarına bakıldığında ise sırasıyla, üyelik süresi kategorisine göre duygusal bağlılık düzeyi farklılık göstermektedir ($p=0,015<0,05$). Üyelik süresi kategorisine göre devam bağlılığı düzeyi farklılık göstermektedir ($p<,001*$). Üyelik süresi kategorisine göre normatif bağlılık düzeyi farklılık göstermektedir ($p<,001*$).

Analiz sonuçlarını özetlemek gerekirse, öncelikle eski siyasi parti üyelerinin kurumsal kimlik gücü algılarında, üyelik sürelerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Farklı bir ifadeyle, eski siyasi partilere üye katılımcıların kurumsal kimlik gücü algılarının üyelik sürelerine göre değişmediği tespit edilmiştir.

Araştırmanın diğer değişkenleri ele alındığında, katılımcıların örgütsel bağlılık algıları ise tüm alt boyutları ile birlikte üyelik sürelerine göre farklılaşmaktadır. Genel olarak eski siyasi partilere yeni (1 yıldan az) üye olmuş ve 1-3 yıldır üye olan katılımcıların duygusal ve normatif bağlılık algılarının en yüksek olduğu, üyelik süresi 10 yıl ve üzeri olan parti üyesi katılımcıların ise devam bağlılığı algılarının daha yüksek olduğu sonuçları ortaya çıkmıştır.

Tablo 13- Üyelik Sürelerine Göre Yeni Siyasi Partilere Üye Katılımcıların Kurumsal Kimlik Gücü ve Örgütsel Bağlılık Algıları İki Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları

Boyut	Parti Geçmişi	Üyelik Süresi	N	\bar{X}	t Testi		
					t	df	p
Kurumsal Kimliğin Gücü	YENİ SP	1 yıldan az	75	3,6948	-,960	133	,173
		1-3 yıl	60	3,9148			
Örgütsel Bağlılık	YENİ SP	1 yıldan az	75	2,8615	-1,973	133	,060
		1-3 yıl	60	3,1491			
Duygusal Bağlılık Boyutu	YENİ SP	1 yıldan az	75	3,2800	-1,148	133	,162
		1-3 yıl	60	3,4944			
Devam Bağlılığı Boyutu	YENİ SP	1 yıldan az	75	2,1644	-,328	133	,762
		1-3 yıl	60	2,2194			
Normatif Bağlılık Boyutu	YENİ SP	1 yıldan az	75	3,1400	-2,858	133	,063
		1-3 yıl	60	3,7333			

Tablo 13’de, üyelik sürelerine göre yeni siyasi partilere üye olan katılımcıların kurumsal kimlik gücü ve örgütsel bağlılık algılarının farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacı ile yapılan iki bağımsız örneklem t testi sonuçları gösterilmiştir. Anket sonuçlarına göre yeni siyasi partilere üyelik süreleri grupları 2 den fazla grup elde edilemediği için t testi yapılmıştır.

Bu test sonuçlarına göre; Yeni Siyasi Partilerde, siyasi parti üyelerinin kurumsal kimlik gücü ve örgütsel bağlılık algılarında, üyelik sürelerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Diğer bir ifadeyle, yeni siyasi partilere üye katılımcıların kurumsal kimlik gücü ve örgütsel bağlılık algılarının, üyelik sürelerine göre değişmediği tespit edilmiştir.

Tablo 14- Eski ve Yeni Siyasi Partilerde Bireylerin Üyelik Süreleri ile Kurumsal Kimlik Gücü ve Örgütsel Bağlılık Algıları Özet Tablo

Algılanan Boyutlar	Eski Siyasi Parti Üyelerinin Üyelik Sürelerine Göre	Yeni Siyasi Parti Üyelerinin Üyelik Sürelerine Göre
Kurumsal Kimliğin Gücü	FARKLILIK YOK	FARKLILIK YOK
Örgütsel Bağlılık	FARKLILIK VAR	FARKLILIK YOK
Duygusal Bağlılık	FARKLILIK VAR	FARKLILIK YOK
Devam Bağlılığı	FARKLILIK VAR	FARKLILIK YOK
Normatif Bağlılık	FARKLILIK VAR	FARKLILIK YOK

Tablo 14'de eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların, kurum kimliğinin gücü, örgütsel, duygusal, normatif ve zorunlu bağıllık düzeylerinin, üyelik süresi değişkenine göre farklılık gösterip göstermediği ile ilgili sonuçların toplu gösterimi verilmiştir. Sonuç olarak, H10 a,b,c,d,e: Eski ve yeni kurulan siyasi partilere üye katılımcıların, kurum kimliğinin gücü(a), örgütsel(b), duygusal(c), normatif(d) ve zorunlu(e) bağıllık düzeyleri, üyelik süresi değişkenine göre farklılık içermektedir. Hipotezi eski siyasi parti üyesi katılımcılar için kabul edilmiş, fakat yeni siyasi parti üyesi katılımcılar için desteklenememiştir.

4. Sonuç

Sosyal kimlik kuramına dayanan kurumsal kimlik, benzer özelliklere ait olan üyelerin oluşturduğu kolektif bir kimliği ifade eder. Kolektif kimliğin üyelerinin benzer özellikleri cinsiyet, etnik köken, meslek, siyasi parti üyeliği vb. unsurlar olabilir. Demokratik rejimin itici gücünü oluşturan siyasi partiler iktidara gelmek ya da ülke kaynaklarını yönetmek üzere bir mücadele içerisine giren kurumlardır. Siyasi partilerin belirlemiş oldukları amaçları, savundukları değerleri, programları, kullandıkları sembollerini ile kurumsal bir kimlik oluşturmaları üye sayılarını arttırmak için oldukça önemlidir. Güçlü bir kurumsal kimlik, siyasi partilerin toplum nezdinde olumlu bir kurumsal itibar algısı yaratmasında oldukça önemlidir. Siyasi partilerin üyelerinin, parti amaçlarını güçlü bir şekilde kabul etmesi, bu amaçları yerine getirmek için çaba sarfetmesi ve gelecekte de parti üyeliğini sürdürmek istemesi örgütsel bağıllığın göstergeleridir. Parti üyelerinin örgütsel bağıllığının artması siyasi partilerin büyüyüp gelişmesini yürütme organını elde etmesini ve ülke yönetiminde önemli bir rol oynamasına katkı sağlayabilir.

Bu çalışmada, Türkiye'de kurulan eski ve yeni siyasi parti üyelerinin kurum kimliğinin gücüne ilişkin algıları ile örgütsel bağıllığın duygusal, normatif ve zorunlu bağıllık boyutlarına ilişkin algıları arasında bir farklılık olup olmadığı incelenmektedir. Araştırmada aynı zamanda eski ve yeni siyasi parti üyelerinin söz konusu değişkenlere ilişkin algılarının demografik değişkenlere göre değişip değişmediği de incelenmektedir. Araştırma sonuçları, siyasi parti üyelerinin kurumsal kimlik gücü ve örgütsel bağıllık boyutlarına ilişkin algılarının, partilerin eski ve yeni kurulan parti olmalarına göre değişmediğini göstermektedir.

Araştırma sonuçları partilerin eski veya yeni kurulan parti olmaları ile cinsiyet değişkeni arasında bir ilişki olduğunu göstermektedir. Buna göre hem eski hem de yeni siyasi partilerde erkek üyelerin kurum kimliğinin gücü, duygusal ve normatif örgütsel bağıllık düzeyleri kadınlara göre daha yüksek görünmektedir. Buna karşın kadın siyasi parti üyelerinin devam bağıllığı ortalamasının (3) altında olmakla birlikte, hem eski hem de yeni siyasi partilerde daha yüksektir. Bu sonuçlar bize parti üyelerinin kurum kimliğini güçlü bulduklarını, partinin kimliğinin üyeler tarafından paylaşıldığı ve derin etkileri olduğunu, özellikle erkek üyelerin parti kimliğine ilişkin algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Örgütsel bağıllık açısından bakıldığında hem kadın hem erkek üyelerde örgütün amaç ve değerlerinin benimsenmesini ve örgüt üyeliğini sürdürmeye ilişkin bağıllığı ifade eden duygusal bağıllığın diğer bağıllık türlerinden yüksek olduğu ve erkek üyelerin duygusal bağıllığının kadınlardan daha yüksek olduğu görülmektedir. Örgütsel bağıllığın zorunlu olduğunu, örgütün amaçlarından çok örgüte olan bağıllığın diğer örgütlere geçiş yapamama, örgüte verdiği katkı sarfettiği çaba ve örgüt geçmişine ilişkin bağıllığı gösteren devam bağıllığı hem eski hem yeni siyasi partilerde ortalamasının altında olsa da, bu oran kadın parti üyelerinde daha fazladır. Siyasi parti üyeliğinin düşük olduğu özellikle kadınların siyasal yaşamda daha az bulunduğu Türkiye'de bu durum normaldir.

Siyasi parti üyeliği ile medeni durum açısından bakıldığında, evli ve bekâr siyasi parti üyelerinin kurum kimliğinin gücü, duygusal bağıllığa ilişkin algıları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark vardır. Buna göre, eski ve yeni siyasi parti üyelerinin kurum kimliğinin gücüne ilişkin algıları ile duygusal örgütsel bağıllık algıları daha yüksektir. Bekâr parti üyelerinin siyasal yaşam için daha fazla zamanı olduğu ve aileye karşı sorumluluğunun daha az olduğu ya da, siyasetten bir fayda sağlama amacı olabileceği düşünüldüğünde, partiye duydukları duygusal bağın daha güçlü olması ya da kurum kimliğinin onları daha fazla etkilemesi mümkün görünmektedir. Araştırma sonuçları bekâr yeni siyasi parti üyelerinin normatif ve devam bağıllığının evlilerden daha fazla olduğunu göstermektedir. Devam bağıllığı ortalamasının altındadır, normatif bağıllık ise evli ve bekârlarda ortalama değer üstündedir. Üyeler parti için çaba sarfetmeyi ahlaki bir durum olarak görmektedir.

Araştırma sonuçlarına siyasi parti üyeliği ile yaş değişkeni açısından bakıldığında, eski siyasi partilere üye bireylerin kurumsal kimlik gücü algıları, yaşlarına göre farklılık göstermemektedir. Eski siyasi parti üyelerinde örgütsel bağıllık ve alt boyutlarına ait sonuçlar incelendiğinde ise, örgütsel bağıllık algılarının yaş gruplarına göre farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır.

Buna göre 46-55 yaş aralığında olan parti üyelerinin örgütsel bağlılık düzeyleri diğer yaş gruplarında olan parti üyelerine göre daha yüksektir. Eski siyasi partilere üye katılımcıların duygusal bağlılık ve devam bağlılığı algılarının da yaşlarına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Yaş kategorisine göre normatif bağlılık düzeyi ise farklılık göstermemektedir. Diğer bir ifadeyle eski siyasi partilere üye katılımcıların normatif bağlılık algıları yaş gruplarına göre farklılaşmamaktadır. Yeni Siyasi Partilerde, yaş kategorisine göre kurumsal kimlik gücü düzeyi farklılık göstermektedir. Diğer bir ifadeyle yeni siyasi partilere üye katılımcıların kurumsal kimlik gücü algıları yaş gruplarına göre farklılaşmaktadır. Buna göre 36-45 yaş aralığında olan parti üyelerinin kurumsal kimlik gücü algıları tüm yaş grupları içerisinde en yüksektir. Yeni siyasi parti üyelerinde örgütsel bağlılık ve alt boyutlarına ait sonuçlar incelendiğinde ise, üyelerin örgütsel bağlılık algılarının yaş gruplarına göre farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır. Buna göre 36-45 yaş aralığında olan parti üyelerinin örgütsel bağlılık düzeyleri diğer yaş gruplarında olan parti üyelerine göre daha yüksektir. Ayrıca, yeni siyasi partilere üye katılımcıların yaş kategorisine göre duygusal bağlılık algılarının farklılık gösterdiği de tespit edilmiştir. Son olarak, yeni siyasi partilere üye katılımcıların yaş kategorisine göre devam bağlılığı ve normatif bağlılık algıları farklılık göstermemektedir.

Araştırma katılımcılarının algıları eğitim düzeyi bakımından incelendiğinde, eski siyasi partilerde, eğitim düzeyi kategorisine göre katılımcıların kurumsal kimlik gücü algılarının farklılık göstermediği ancak, üyelerin örgütsel bağlılık algılarının, eğitim düzeylerine göre farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır. Buna göre eski siyasi partilerde örgütsel bağlılık düzeyleri en yüksek olan katılımcılar, ortaokul mezunu olan üyelerdir. Benzer şekilde, eski siyasi partilere üye olan katılımcıların duygusal, devam ve normatif bağlılık algılarının, ortaokul mezunu bireylerde en yüksek seviyede olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Yeni siyasi partilere bakıldığında partiye üye olan katılımcıların kurumsal kimlik gücü algıları ile örgütsel bağlılık algılarının, eğitim düzeylerine göre farklılık göstermediği sonucuna varılmıştır. Sonuçlar sadece normatif bağlılık algısının yeni siyasi partilere üye katılımcılarda eğitim düzeylerine göre farklılaştığını ve ortaokul mezunu bireylerde normatif bağlılık algısının en yüksek seviyede olduğunu göstermektedir.

Siyasi parti üyeliği ile üyelik süresi açısından bakıldığında, eski siyasi partilere üye katılımcıların kurumsal kimlik gücü algılarının üyelik sürelerine göre değişmediği tespit edilmiştir. Katılımcıların örgütsel bağlılık algıları ise tüm alt boyutları ile üyelik sürelerine göre farklılaşmaktadır. Genel olarak eski siyasi partilere yeni (1 yıldan az) üye olmuş ve 1-3 yıldır üye olan katılımcıların duygusal ve normatif bağlılık algılarının en yüksek olduğu, üyelik süresi 10 yıl ve üzeri olan parti üyesi katılımcıların ise devam bağlılığı algılarının daha yüksek olduğu sonuçları ortaya çıkmıştır. Bu durum bize beş yıldan önce kurulmuş eski siyasal partilerde, partiye yeni olan üyelerde bağlılığın yüksek olduğunu zamanla bağlılığın zorunlu bağlılığa yani gönüllü olmayan bağlılığa dönüştüğünü göstermektedir. Yeni Siyasi Partilerde, siyasi parti üyelerinin kurumsal kimlik gücü ve örgütsel bağlılık algılarında, üyelik sürelerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Bu çalışmada belirli bir bölgede bulunan siyasi parti üyelerinin tutumları araştırıldığı için genelleştirilmesi zordur. Ancak siyasi parti üyelerinin örgütlerine olan bağlılığı ve kurum kimliğinin gücüne ilişkin algılarına dair bize fikir vermektedir. Araştırma sonuçları eski ve yeni siyasi parti üyelerinin kurum kimliği algısı ile örgütsel bağlılık tutumlarının demografik değişkenlere göre farklılaştığını göstermektedir.

Kaynakça

- Albert, S., & Whetten, D. A. (1985). Organizational Identity. Research In Organizational Behavior, 7, 263–295.
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social Identity Theory And The Organization. The Academy Of Management Review, 14(1), 20–39.
- Balmer John (2008). “Identity Based Views Of The Corporation: Insights From Corporate Identity, Organizational Identity, Social Identity, Visual Identity, Corporate Brand Identity And Corporate Image”, European Journal Of Marketing. Vol. 42, No. 9, Pp. 879–906.
- Brown, M.E. (1969) Identification And Some Conditions Of Organizational In-Volvement, Administrative Science Quarterly, 14: 346-355.
- Dağdemir Ali (2008). Kurum Kimliği Ve Kurumsal Bağlılık Arasındaki İlişki, Kurum Kimliğinin Çalışanların Kurumsal Bağlılıkları Üzerindeki Etkilerinin Bir İşletmede Araştırılması, Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Davis Anthony (2006). Halkla İlişkilerin Abc’si, (Çevr Ü. Şendilek), Mediacat Kitapları, İstanbul.

- Demirtaş, H. A. (2003), "Sosyal Kimlik Kuramı, Temel Kavram Ve Varsayımlar", İletişim Araştırmaları Dergisi, 1(1), 123-144.
- Dutton J., Dukerich J. Ve Harquail, C.V. (1994) Organizational Images And Membership Commitment, Administrative Science Quarterly, 34: 239-263.
- Elden Müge Ve Yeygel Sinem (2006). Kurumsal Reklamın Anlattıkları, Beta Yayınları, İstanbul.
- Gioia, D. A., Schultz, M., & Corley, K. G. (2000). Organizational Identity, Image, And Adaptive Instability. Academy Of Management Review, 25(1), 63-81.
- Gagliardi, P. (1986). "The Creation And Change Of Organizational Culturs: A Conceptual Framework." Organization Al Studies, 7/2: 117-134.
- Hatch, Mary Ve Schultz, Majken (1997). "Relations Between Organizational Culture, İdentity, And İmage," European Journal Of Marketing. 31, (5/6): 356-365.
- Kışlalı, Ahmet Tamer (2008). Siyaset Bilimi. 13. Baskı, Ankara: İmge Yayınları.
- Kreiner, G.E. And Ashforth, B.E. (2004) Evidence Toward An Expanded Model Of Organizational Identification. Journal Of Organizational Behavior: The International Journal Of Industrial, Occupational And Organizational Psychology And Behavior, 25, 1-27.
- Lee, S.M. (1971) An Empirical Analysis Of Organizational Identification, Academy Of Management Journal, 14: 213-226.
- Marwa Tourkya, Sharifah Faridah Syed Alwic, Philip Kitchend, Tengku Melewarf And Ahmed Shaalan (2020). "New Conceptualization And Measurement Of Corporate İdentity: Evidence From Uk Food And Beverage İndustry", Journal Of Business Research, Vol 109, Pp. 595-606.
- Melewar, Tengku. (2003) "Measuring Visual İdentity: A Multi-Construct Study." Corporate Communications: An International Journal, 5(1): 36-41
- Melewar, Tengku (2003). "Kurumsal Kimlik İnşasını Belirleyen Faktörler: Bir Literatür Taraması", (Çev: Zeliha Hepkon). İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi, Cilt 2, Sayı 4, Ss. 175-211.
- Okay, A. (2013). Kurum Kimliği. İstanbul: Derin Yayınları.
- Okay, Ayla (2013). Kurum Kimliği, 7. Baskı, Derin Yayınları, İstanbul.
- Öztekin, Ali (2007). Siyaset Bilimine Giriş. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Salman Gülçin Ve Eroğlu Erhan (2017). "Sosyal Medyada Kurum Kimliği Yönetimi: Türkiye'nin En Büyük 500 Şirketi Üzerine Bir Araştırma", Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Cilt 5, Sayı 1, Ss. 525-547.
- Seyhan, Mehmet (2020). The Department Of Political Science And Public Administration. (Yüksek Lisans Tezi). Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Şerif, M. (1936) Toplumsal Normların Psikolojisi (Psychology Of Social Norm)
- Şevik, Neslihan (2018). "Kurumsal Kimlik Ve Kurumsal İtibar Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma", Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Turner, J. (1987). Rediscovering The Social Group: A Self Categorization Theory. Oxford: Basil Blakwell.
- Van Rekom, J. (1997). Deriving An Operational Measure Of Corporate İdentity. European Journal Of Marketing, 31(5/6): 410 - 422.

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi :28.09.2022
Kabul Tarihi :01.01.2022
Yayın Tarihi :25.12.2022