

CAMI İÇİ DİN HİZMETLERİ BAĞLAMINDA İMAM-HATİPLERİN ÖRGÜTSEL KİMLİK ALGILARI*

IMAM HATIPS' PERCEPTIONS OF ORGANIZATIONAL IDENTITY IN THE CONTEXT OF RELIGIOUS SERVICES IN MOSQUES

Mehmet Fatih Özer

Dr., Diyanet İşleri Başkanlığı

Dr., Presidency of Religious Affairs

mfatihozer@yahoo.com

0009-0009-3932-7311

Yıldız Kızılabdullah

Prof. Dr., Ankara Üniversitesi,

İlahiyat Fakültesi,

Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü

Prof., Ankara University, Faculty of Divinity,

Department of Philosophy and Religious Studies

yildiz.kizilabdullah@ankara.edu.tr

0000-0002-8625-7987

Makale Bilgisi/Article Information

HİKEM			
Eylül/September 2025		Cilt/Volume: 3	Sayı/Issue: 2
Makale Türü Article Type	Araştırma Makalesi Research Article	Benzerlik Taraması Plagiarism Checks	Yapıldı – iThenticate Yes – iThenticate
Geliş Tarihi Received	12.08.2025	Kabul Tarihi Accepted	31.08.2025
Yayın Tarihi Published	30.09.2025	e-ISSN: 3023-4247 https://dergipark.org.tr/tr/pub/hikem	
Atıf Bilgisi Citation	Mehmet Fatih Özer-Yıldız Kızılabdullah, “Cami İçi Din Hizmetleri Bağlamında İmam-Hatiplerin Örgütsel Kimlik Algıları”, <i>Hikem</i> 3/2 (2025), 147-171.		
DOI	10.63022/hikem.1762879		
Finansman Funding	Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir. The author declared that this study has received no financial support.		
Çıkar Çatışması Conflicts of Interest	Yazar, herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir. The author has no conflict of interest to declare.		
Etik Beyan Ethical Statement	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu, yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan edilmiştir. It is declared that scientific and ethical principles were followed during the preparation of this study and that all studies used are stated in the bibliography.		
Etik İlkeler ve Yayın Politikası Ethical Principles and Publication Policy	https://dergipark.org.tr/tr/pub/hikem/policy https://dergipark.org.tr/en/pub/hikem/policy		
Telif Hakkı Copyright	Bu makale Creative Commons Atıf-GayriTicari-Türetilemez 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0) Uluslararası Lisansı altında lisanslanmıştır. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-No Derivatives 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0) International License.		

* Bu makale “İmam Hatiplerin Örgütsel Kimlik ve Öz Yeterlik Algılarının Cami İçi Din Hizmetleri Açısından Değerlendirilmesi” başlıklı tez çalışması esas alınarak hazırlanmıştır.

Katkı Oranı Beyanı (%) Declaration of the Contribution Rate		1. Yazar M. Fatih Özer 1st Author	2. Yazar Yıldız Kızılabdullah 2nd Author
	Çalışmanın Tasarlanması Creating Article Template	65	35
	Veri Toplama Data Acquisition	65	35
	Veri Analizi Analysis	65	35
	Metin Yazımı Writing	65	35
	Gönderim ve Düzelti İşlemleri Submission and Proofreading	65	35

Öz: Diyanet İşleri Başkanlığının (DİB) en temel görevi olan din hizmeti, sadece ibadetlerle sınırlı olmayıp toplumu din konusunda aydınlatma ve dinî sahih bilgiyi tüm kesimlere ulaştırma boyutuyla da çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Bu bağlamda imam-hatipler gerek DİB içerisindeki nicel yoğunlukları gerekse ülkenin en ücra köşelerinde dahi görev yapmaları nedeniyle toplumun tüm kesimlerine ulaşma imkânına sahiptir. Kurumun, bir anlamda toplumdaki görünen yüzü konumundadırlar. Bu nedenle imam-hatiplerin Başkanlıkla kendilerini ne derece özdeşleştirdikleri, kuruma ve kurum değerlerine yönelik ne ölçüde aidiyet hissettikleri, görevlerine yönelik bakış açıları, sürdürülmekte olan din hizmeti faaliyetlerindeki verimliliği ve bu çalışmaların toplumda karşılık bulmasını doğrudan etkileyen unsurlar arasında yer almaktadır. Buradan hareketle araştırmanın amacı, DİB’de imam-hatip olarak görev yapmakta olan personelin örgütsel kimlik algılarını tespit etmek ve elde edilen sonuçların imam-hatiplerin cami içi din hizmetlerine yönelik tutumlarına olan etkisini incelemektir. Bu doğrultuda nicel araştırma yöntemine dayalı olarak gerçekleştirilen bu çalışmada, Türkiye’nin her bölgesinden bir şehir olmak üzere toplam yedi ilde görev yapmakta olan 715 imam-hatip üzerinden veri toplanmıştır. Katılımcıların örgütsel kimlik düzeyleri ile cami içi din hizmetlerine yönelik tutumları, “Çok Boyutlu Örgütsel Kimlik Ölçeği” ile “Cami İçi Din Hizmetlerine Yönelik Tutum Ölçeği” aracılığıyla ölçülmüş ve elde edilen veriler istatistiksel analizlerle değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, örgütsel kimlik ile cami içi din hizmetlerine yönelik tutum arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Özellikle davranışsal bağlılık düzeyi yüksek olan imam-hatiplerin, hizmet süreçlerine daha etkin ve içtenlikle katıldıkları belirlenmiştir. Elde edilen bulgular, din hizmetlerinde verimliliğin artırılması için mesleki gelişimin yanı sıra kurumsal aidiyetin güçlendirilmesinin de elzem olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Din Eğitimi, İmam-Hatip, Örgütsel Kimlik, Din Hizmeti, Kurumsal Aidiyet, Diyanet.

Abstract: The most fundamental duty of the Presidency of Religious Affairs (DİB) is religious service, which is not limited to worship but also encompasses a wide range of activities, including educating the public about religion and disseminating accurate religious information to all segments of society. In this context, imam-hatips have the ability to reach all segments of society, both due to their quantitative density within the DİB and because they serve even in the most remote corners of the country. They are, in a sense, the visible face of the institution in society. Therefore, the extent to which imam-hatips identify with the Presidency, their sense of belonging to the institution and its values, their perspectives on their duties, and the efficiency of ongoing religious service activities are factors that directly affect the impact of these efforts on society. Based on this, the aim of the study is to determine the organizational identity perceptions of imam-hatips working at the DİB and to examine the impact of the results on their attitudes toward religious services within mosques. In line with this, data was collected from 715 imam-hatips working in seven provinces, one from each region of Turkey, based on quantitative research methods. The participants' organizational identity levels and attitudes toward mosque-based religious services were measured using the “Multidimensional Organizational Identity Scale” and the “Attitude Scale Toward Mosque-Based Religious Services,” and the data obtained were evaluated using statistical analyses. The results of the study revealed a significant and positive relationship between organizational identity and attitudes toward religious services within mosques. In particular, it was determined that imam-hatips with high levels of behavioral commitment participated more effectively and sincerely in service processes. The findings reveal that, in addition to professional development, strengthening organizational identity is also essential for increasing efficiency in religious services.

Keywords: Religious Education, Imam-Hatip, Organizational Identity, Religious Services, Institutional Affiliation, Diyanet.

Giriş

Arapça *cem'* kökünden türeyen, "toplayan, bir araya getiren" anlamındaki *câmi*¹ kavramı İslam toplumu için birçok fonksiyonu yerine getiren mekânlar olarak nitelendirilmektedir. Temel işlevi ibadetlerin yerine getirilmesi olan camiler İslam tarihi boyunca birer eğitim, öğretim, kültür merkezi olma konumlarının yanında özellikle ilk dönemlerde devlet müessesesi görevlerini de icra etmişlerdir. Camilerin sahip olduğu bu fonksiyonlar, zaman içerisinde birtakım değişikliklere uğrasa da günümüzde; ibadetlerin yerine getirilmesinin yanında yurt içi ve özellikle yurt dışında birlik ve beraberlik ruhunu geliştirme, sosyal etkileşim alanı olma, kültür ve kimliğin devamlılığı ve pekişmesini sağlama gibi birçok görevi de icra etmeye devam etmektedir.²

Kanun'da görevi; "İslam Dininin inançları, ibadet ve ahlak esasları ile ilgili işleri yürütmek, din konusunda toplumu aydınlatmak ve ibadet yerlerini yönetmek" olarak belirtilen Diyanet İşleri Başkanlığı'nın yürüttüğü bu görevler temelde din hizmeti ya da din hizmeti faaliyetlerine destek sağlayan çalışmalar olarak düşünülmektedir. Dinin anlatılması, bazı ibadet, dua ve törenlerin düzenlenip icra edilmesi olan din hizmeti faaliyetleri de³ cami içi ve cami dışı şeklinde iki ana kategoriye ayrılmaktadır. Literatürde "cami merkezli din hizmeti", "ibadethane merkezli din hizmeti" gibi kavramlar kullanılsa da yaygın olarak "cami içi din hizmeti" kavramıyla ifade edilmektedir.

Cami veya mescit gibi ibadet mekânlarında yerine getirilen dinî faaliyetleri kapsayan cami içi din hizmetleri üç ana başlıktan oluşmaktadır. Bu faaliyetler, ibadetlerin yerine getirilmesi; hutbe, vaaz, dinî içerikli sohbetler, cami dersleri, ihtiyaç odaklı Kur'an kursları gibi araçlarla muhatap kitlenin bilgilendirilmesi; caminin intizamı, temizlik, tadilat ve güvenliğinden⁴ oluşmaktadır. Toplumun manevi ve dinî yaşamını şekillendirmede çok etkin bir role sahip olan din hizmeti faaliyetleri din görevlileri tarafından gerçekleştirilmektedir. Din görevlileri içerisinde de imam-hatipler, Başkanlık personelinin nicel anlamda en büyük kısmını oluşturmaları, ülkemizin en ücra köşelerinde dahi görev yapmaları ve toplumla sürekli iç içe olmalarıyla cami içi din hizmetlerinin temel taşı teşkil etmektedirler.

Muhatap kitlesi demografik açıdan çok geniş bir yelpazeyi barındıran imam-hatiplerin görevleriyle ilgili mevzuat⁵ incelendiğinde faaliyet alanlarının da çok kapsamlı ve çeşitli olduğu görülmektedir. İmam-hatiplerin kendilerine kanunla verilen görevleri hakkıyla yerine getirmeleri ve muhatap kitlenin hayatında kalıcı izli değişiklikler meydana getirmelerinde birçok öznel ve nesnel faktör etkili olmaktadır. Cami içi din hizmetlerinde de imam-hatiplerin yetkinlikleri, aidiyet duyguları, örgütsel kimlik algıları, öz yeterlik düzeyleri, görevlerine yönelik tutumları, muhatap kitlenin yapısı, idarecilerin yaklaşımları, caminin fiziki imkânları, eğitim programları vb. bu faktörlerden sayılmaktadır.

Yukarıda sayılan etkenler arasında araştırmanın konusu olan örgütsel kimlik, cami içi din hizmetlerine yönelik tutumda etkin olan önemli bir başlık olarak yer almaktadır. Bu kavram, bireyin çalıştığı kurumu nasıl tanımladığı, kurumla ne derece özdeşleştiği ve kurumsal değerlere karşı ne ölçüde aidiyet hissettiğiyle ilgilidir. Kurumsal kültürle bütünleşmiş bir görevlinin hem görev aşkının hem de mesleki motivasyonunun arttığı, bunun da hizmetin

¹ Ahmet Önkal - Nebi Bozkurt, "Cami", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, (Erişim 12 Haziran 2025).

² Ahmet Onay, "Cami Eksenli Din Hizmetleri", *Değerler Eğitimi Dergisi* 4/12 (2006), 149-150.

³ Onay, "Cami Eksenli Din Hizmetleri", 149-150.

⁴ Mualla Selçuk, *Din Hizmetlerinde İletişim ve Halkla İlişkiler* (Eskişehir, Anadolu Üniversitesi, 1999), 154.

⁵ Diyanet İşleri Başkanlığı Görev ve Çalışma Yönetmeliği (DİBGÇY), *Diyanet İşleri Başkanlığı* (2014), md. 40.

niteliğine doğrudan yansıdığı bilimsel araştırmalarda tespit edilmiştir.⁶ DİB personelinin kurumsal aidiyet düzeyinin hizmet performansı üzerindeki etkisi son dönemde yapılan araştırmalarda açıkça ortaya konmuştur.⁷

Mevcut literatür incelendiğinde, örgütsel kimlik⁸ bağlamında yapılan çalışmaların daha çok öğretmenler, öğrenciler ve özel sektör çalışanları üzerinde yoğunlaştığı, Diyanet personeline yönelik sınırlı sayıda nitelikli araştırmanın bulunduğu görülmektedir. Özellikle imam-hatiplerin cami içi faaliyetlerine dair tutumlarını örgütsel kimlik ekseninde değerlendiren disiplinler arası bir yaklaşım, bu çalışmayı literatürdeki boşluğu dolduracak nitelikte kılmaktadır.

Sonuç itibarıyla, örgütsel kimlik kavramının din hizmetleri ve yaygın din eğitimi alanında da önem verilmesi gereken kavramlardan olmasından hareketle cami içi din hizmetlerinde görev alan imam-hatiplerin sadece mesleki bilgi yönünde değil, aynı zamanda yüksek bir farkındalık, aidiyet ve özgüvenle görev yapmalarını sağlayacak dinamiklerin araştırılması, din hizmetlerinin daha verimli ve etkin yürütülmesine katkı sağlayacaktır. Buradan hareketle araştırmanın temel gayesi, imam-hatiplerin örgütsel kimlik algılarını bilimsel yöntemlerle tespit etmek, bu temel unsurun imam-hatiplerin cami içi din hizmetlerine yönelik tutumlarına etkisini analiz etmek ve farklı demografik değişkenlere (yaş, kıdem, medeni durum vb.) göre anlamlı farklılıkların bulunup bulunmadığını incelemektir. Araştırma sonucunda elde edilen bilimsel verilerin hem teorik literatüre hem de uygulayıcı kuruma yeni bakış açıları kazandırması hedeflenmektedir.

Söz konusu hedeften hareketle bu çalışmanın, Diyanet İşleri Başkanlığı'nın hizmet içi eğitim strateji ve planlamalarına bilimsel dayanak sunması, din görevlilerinin mesleki gelişimini destekleyecek içeriklerin hazırlanmasına katkı sağlaması ve ilahiyat alan yazınında bu konuda var olan boşluğu doldurması beklenmektedir.

1. Örgütsel Kimlik

Birleşik bir kavramın anlaşılması, onu oluşturan bileşenlerin ayrı ayrı incelenmesini gerektirir. Ancak bilimsel tanımlamalarda, birleşik kavramları oluşturan bağımsız kavramların yeterince açıklanmaması sıklıkla karşılaşılan bir problem olarak yer almaktadır.⁹ Bu noktadan hareketle çalışmanın ana kavramlarından biri olan örgütsel kimliğin tanımlanmasında da öncelikle “örgüt” ve “kimlik” kavramlarının ayrı ayrı tanımlanması gerekmektedir.

Literatürde örgüt kavramının ne zaman ortaya çıktığına dair net bir bilgi bulunmamakla birlikte, 1960'lı yılların ortalarından itibaren bazı yayınlarda kullanılmaya başlandığı gözlemlenmektedir. Türkiye’de ise yönetim ve örgüt alanının gelişimine önemli katkılarda

⁶ İpek Kalemci Tüzün, *Örgütsel Güven, Örgütsel Kimlik ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisi; Uygulamalı Bir Çalışma* (Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2006), 149.; Fatma Kasap Çobanoğlu, *İlköğretim Okullarında Örgütsel Kimlik ve Örgütsel Etkililik (Denizli ili örneği)* (Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2008), 226-228.

⁷ İrfan Sevinç, “Din Görevlilerinin Kurumsal Aidiyet Algısı İle İş Performansları Arasındaki İlişki”, *Kocatepe İslami İlimler Dergisi* 5/2 (2022), 249-274.

⁸ Mustafa Özseven, *Kurumsal Karmaşıklık ve Örgütsel Kimlik: Türk Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma* (Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2015), 21-36.; Gülnar Özyıldırım, *Öğretmen Adaylarının Özyeterlik İnançlarının Sınıf Yönetiminde Etik Duyarlılık Düzeylerine Etkisi* (Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, 2018), 67.

⁹ Cemal Tosun, *Din Eğitimi Bilimine Giriş* (Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık, 2001), 4.

bulunan Aydın'ın çalışmasında, “organizasyon” ve “teşkilat” kavramlarıyla birlikte örgüt kavramının da kullanıldığı görülmektedir.¹⁰

Hicks tarafından “insanların hedeflerine ulaşmak için gösterdikleri ortak çaba ve karşılıklar” şeklinde tanımlanan örgüt ve örgütlenme, yeryüzünde toplumsal hayatın başlangıcı ile ortaya çıkmıştır.¹¹ Dolayısıyla toplumun en küçük birimi olan ailenin oluşmasıyla örgüt olgusu da var olmuştur.¹²

Örgüt kavramı sıklıkla idare, organizasyon ve teşkilat terimlerinin yerine kullanılmakta olup toplumun bazı kesimlerinde ve özellikle medya organlarında ise yasal olmayan yapıları çağrıştıran ve olumsuz anlamlar taşıyan boyutu ön plana çıkarılmaktadır. Bu nedenle örgüt kavramının değerlendirilmesinde bağlamın dikkate alınması gerekmektedir.¹³ Örgüt kavramı sözlükte “ortak bir amacı veya işi gerçekleştirmek için bir araya gelmiş kurumların veya kişilerin oluşturduğu birlik, teşekkül, teşkilat” şeklinde tanımlanmaktadır.¹⁴

Yönetim alanında yaptığı kavramsallaştırmalarla ön plana çıkan özellikle doğal örgütün önemine dikkat çeken ve örgütü sosyal bir sistem olarak inceleyen ilk kişi olan Barnard (1958) ise örgüt kavramını “aralarında sistematik ilişkiler bulunan, fiziksel, biyolojik, psikolojik ve sosyal öğelerden oluşan, iki ya da daha fazla bireyin faaliyetlerinin bilinçli olarak koordine edildiği iş birliği sistemi”¹⁵ şeklinde tanımlamıştır.

Kavramın amaç boyutunu önceleyerek bir tanımlama yapan Leblebici ve Salancık ise örgütü, “Örgütler üyelerinin farklı beklentileriyle şekillenen hedeflerine ulaşmak için çeşitli biçimlerde bir araya gelmiş, çevresel faktörlerin etkisi altında varlığını sürdürmeye yönelik çabalar gösteren sosyal yapılarıdır” şeklinde tanımlamışlardır.¹⁶

Örgütsel kimlik kavramının ikinci bileşeni olup çok boyutlu bir yapıya sahip olan “kimlik” ise insanlık tarihi ile paralel bir geçmişe sahip olmasına rağmen bir sorun olarak ele alınması, oluşum süreçlerinin tartışılmaya başlanması ve akademik çalışmalara konu olması görece yakın bir döneme aittir.¹⁷ Çok boyutlu yapısının sonucu olarak birçok bilim dalının ilgi alanına girmesi nedeniyle kavram, sosyal bilimlerdeki her disiplinin ana konularından biri hâline dönüşmüş ve farklı açılardan pek çok kimlik tanımlaması yapılmıştır.¹⁸ Kavramın farklı disiplinlerce kendi zaviyelerinden incelenmesi de ilgili literatürün hızla gelişmesine önemli katkılar sunmuştur.¹⁹

Latince de aynılığı ve sürekliliği içeren “idem” kökünden, Türkçede ise “kim” soru kökünden türetilen kimlik (*identity*) kavramı sözlükte “Toplumsal bir varlık olarak insana özgü olan belirtiler, nitelikler ve özelliklerle, bir kimsenin belirli bir kimse olmasını sağlayan

¹⁰ Vahdet Aydın, *İşletme Organizasyonundaki Gelişmeler* (Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 1973), 1.

¹¹ Herbert G. Hicks, *Örgütlerin Yönetimi: Sistemler ve Beşeri Kaynaklar Açısından* (Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi İşletme Yönetimi Kürsüsü, 1977), 27.

¹² Aydın, *İşletme Organizasyonundaki Gelişmeler*, 1.

¹³ Cemal Sezer, “Örgüt ve Örgütlenme Anlamında Kullanılan Kavramların Analizi”, *Reforma* 1/65 (2015), 32-35.

¹⁴ TDK, “Örgüt”, erişim: 21 Mayıs 2025, <https://sozluk.gov.tr/>.

¹⁵ Chester Irving Barnard, “Elementary Conditions of Business Morals”, *California Management Review* 1/1 (1958), 2.

¹⁶ Hüseyin Leblebici - Gerald R. Salancık, “The Rules of Organizing and the Managerial Role”, *Organization Studies* 10/3 (1989), 301-325.

¹⁷ Erol Çiydem, “Modernite ve Kimlik”, *21. Yüzyıl Penceresinden Kültür ve Kimlik Sempozyumu*, (Azerbeycan Bakı Xəzər Üniversitesi, 2014), 105.

¹⁸ A. Ulvi Türkbağ, “Kimlik, Hukuk ve Adalet Sorunu Kimlikler”, *Doğu Batı Düşünce Dergisi* 6/23 (2003), 213-222.

¹⁹ R. Saim Dalbay, “‘Kimlik’ ve ‘Toplumsal Kimlik’ Kavramı”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 31 (2018), 161-176.

koşulların, onun kişiliğine ilişkin özelliklerin tümü, bir insanın kim olduğu”²⁰ şeklinde tanımlanmıştır. Haşlak ve Es kimlik kavramını yalnızca insan ile sınırlı tutmayarak özneyi daha da genişletmiş ve “doğadaki herhangi bir canlıyı veya objeyi başka canlı veya objelerden ayıran, öncelikle onu görsel, işitsel vb. diğer duyularla algılanan, kendine özgü olma durumu” şeklinde bir tanımlama getirmiştir.²¹

Kimlik kavramının toplumsal boyutuna vurgu yapan Gleason ise kimliğin, bireyin toplumla karşılıklı ilişkisini belirleyen “Ben kimim?” ve “Ben nereye aitim?” sorularıyla bağlantılı olduğunu belirtmektedir.²² Ontolojik açıdan kişinin temel varoluşunu, özelliklerini anlatan kimlik “kişiyi kişi yapanın ne olduğu” sorusunun yanıtını içermektedir. Yine aidiyet perspektifinden hareketle kimliğin zorunlu bir aidiyet, aynılık ve tekil bir varoluşu ifade etmesi nedeniyle ünlü Amerikalı siyaset bilimci Connolly kimlik kavramının seçimlerimiz ve isteğe dayalı kabullerimizden ziyade ne olduğumuz ve nasıl olduğumuz ile bağlantılı olduğunu vurgulamaktadır.²³ Kimliğin var olmak için farklılığa ihtiyaç duyduğunu ve kendi kesinliğini sağlamak amacıyla farklılığı ötekiliğe dönüştürdüğünü savunmaktadır.

Kimliği tanımlamada bireyi diğerlerinden ayırıştırma noktasında “farklılık” eksenli bir yaklaşım sergileyen Mussen’e göre ise kimlik “bireyin kendisi, davranışları, ihtiyaçları, motivasyon ve ilgileriyle belirli ölçüde tutarlılık gösteren, kendine sadık, diğerlerinden ayrı ve farklı bir varlık gibi algılanmasını içeren bilişsel ve duygusal nitelikte bileşik bir zihinsel yapıdır”. Bu yönüyle kimlik, bireylerin kendileriyle ilişkilendirdikleri farklı anlamlara atıfta bulunmakta ve kendilerini değişik özelliklere göre şekillendirmelerine imkân sağlamaktadır. Kimlik ayrıca bireylerin belli bir yer ve/veya gruba ait olma istek ve ihtiyacını doğurarak bireylerin bu doğal isteğin neticesi olarak belirli bir gruba ait olmasını sağlamaktadır. Bireyin “Diğer insanlarla olan ilişkilerimle nasıl başa çıkarım?”, “Birey olarak toplum içerisindeki yerim neresidir?” gibi sorularına cevap bulmasına yardımcı olmaktadır.²⁴

Çalışanın kendi kimliği ile çalıştığı kurum arasında nasıl bir ilişki kurduğu, örgütsel davranış alanında çalışan araştırmacıların dikkatini çekmeye devam etmektedir. Bu ilişkinin dinamikleri, çeşitli faktörlerden etkilenmekte ve bu bağın derecesi hem birey hem de kurum açısından önemli sonuçlar doğurmaktadır. Özellikle bilgi teknolojisi alanında meydana gelen hızlı ve dinamik gelişmeler, örgütsel yapılar üzerinde belirleyici etkiler meydana getirmekte ve bürokratik engellerin azalması, geleneksel örgüt yapılarının yerini organik yapıların alması, hiyerarşinin yataylaşması ve örgütsel yöntemlerin öneminin artması gibi unsurlar, son yıllarda örgütsel kimliğe olan ilginin ve araştırmaların artmasına katkıda bulunmaktadır.

Örgüt çalışanlarını bir arada tutmasıyla örgütün varlığı ve devamlılığı noktasında önemli etkenlerden biri olarak kabul edilen örgütsel kimlik²⁵ ile ilgili yapılan tanımlamalarda referans olarak kabul edilen Albert ve Whetten ise söz konusu kavramı; örgütlerin merkezi, sürekli ve özgün temel özellikleri hakkında çalışanlarının sahip olduğu kanaatleri olarak

²⁰ Komisyon, *Türkçe Sözlük* (Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, 1998), “Kimlik”, 1324.

²¹ İrfan Haşlak - Muharrem Es, “Kentlilik Bilincinin Kazandırılmasında Yerel Siyasetin Rolü”, *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi* 5/3 (2019), 229-244.

²² Philip Gleason, “Identifying Identity: A Semantic History”, *The Journal of American History* 69/4 (1983), 910-931.

²³ William E. Connolly, *Kimlik ve Farklılık*, çev. Ferma Lekesizalın (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995), 208.

²⁴ Anu Puusa - Ulla Tolvanen, “Organizational Identity and Trust”, *EJBO-Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies* 2 (2006).

²⁵ Batia M. Wiesenfeld vd., “Communication Patterns as Determinants of Organizational Identification in a Virtual Organization”, *Organization Science* 10/6 (1999), 778.

tanımlamışlardır.²⁶ Kavrama aynı açıdan bakan Dutton ve Penner de “örgüte farklılık ve özgünlük kazandıran özelliklerine dair çalışanların algı ve bilişsel şeması” şeklinde bir tanımlama yaparak örgütsel kimliğin oluşmasında, çalışanların örgüt kimliğinin farklılığı ve merkeziliği ile ilgili inançlarının, öznel algılamalarının, hislerinin etkili olduğunu ifade etmişlerdir.²⁷

Bilişsel boyutu ön planda olmasına rağmen örgütsel kimliğin duygusal bir yönü de bulunmaktadır.²⁸ Bazı araştırmacılar kavramın bu yönünü önceleyerek tanımlamalar da yapmışlardır. Bu terkip hakkında yapılan “örgütün amaçları ile çalışanlarının örgüte ilgili düşünce ve amaçlarının yakınlaştığı hatta bütünleştiği süreç”²⁹, “çalışanları tarafından örgüte yapılan duygusal ve fiziksel yatırım”³⁰, “çalışanların örgüte yönelik geliştirdiği aidiyet ve sadakat derecesi”³¹, “çalışanların örgütleri hakkında ne algıladıkları, hissettikleri ve düşündükleri”³² gibi tanımlamalarda örgütsel kimliğin duygusal boyutu temel alınmıştır.

Örgütlerin ve kurumların başarıları üzerinde etkili olan pek çok parametre mevcuttur. Bunlardan biri de örgüt çalışanlarının kurumu doğru bir biçimde algılamaları, ona yönelik bir aidiyet duygusu geliştirmeleri anlamına gelen örgütsel kimliktir. İdarecileri ve/veya çalışanları tarafından bilinsin ya da açıkça fark edilemese de her örgütün bir örgütsel kimliği vardır. Genel olarak örgütün hayata geçirdiği tüm faaliyetlerin işlevsel olarak yönetiminden oluşan örgütsel kimlik; örgütün kimliğini, amaçlarını ve bu amaçlara ulaşma biçimlerini yansıtmaktadır. “Örgütün kim olduğu”, “ne yaptığı” ve “nasıl yaptığı” sorularının cevapları örgütsel kimliğin temelini oluşturmaktadır.³³

Özellikle günümüz dünyasında teknoloji çok önemli bir unsur olmakla birlikte bir örgütün misyon ve hedeflerinin gerçekleşmesinde tek başına yeterli olamamaktadır. Kompleks bir yapıya sahip olan örgüt, pek çok alt sistemlerden oluşmakta olan bir bütündür ve işleyen sistematik içerisindeki her bir unsur diğerini etkilemektedir. Bu bağlamda örgütsel kimlik; örgütün insani, fiziksel, operasyonel vb. birçok özelliğinin bir araya gelerek oluşturduğu bir bütünlüğü ifade ettiği söylenebilir.³⁴ Örgütlerin varlığının devamı ve gelişimi noktasında insan faktörü en önemli unsurlardan biri olmaya devam etmektedir. Bu bağlamda belirledikleri genel politikalarının gereklerini yerine getirmek isteyen örgütler, örgüt çıkarları doğrultusunda hareket edebilecek sadık personellerle çalışmayı amaçlamakta ve bu amaç doğrultusunda bir istihdam politikası yürütmektedirler.³⁵

²⁶ David A. Whetten vd., “From Individual to Organizational Identity”, *Identity in Organizations: Building Theory Through Conversations* (SAGE Publications, Inc., 1998), 17-32.

²⁷ Jane E. Dutton - Wendy J. Penner, “The Importance of Organizational Identity for Strategic Agenda Building”, *Strategic Thinking: Leadership and the Management of Change* (1993), 89-113.

²⁸ David Oliver - Johan Roos, “Beyond Text: Constructing Organizational Identity Multimodally”, *British Journal of Management* 18/4 (2007), 342-358.

²⁹ Edward C. Tolman, “Identification and the Postwar World.”, *The Journal of Abnormal and Social Psychology* 38/2 (1943), 141.

³⁰ Robert E. Quinn - Kim Cameron, “Organizational Life Cycles and Shifting Criteria of Effectiveness: Some Preliminary Evidence”, *Management Science* 29/1 (1983), 41.

³¹ Sang M. Lee, “An Empirical Analysis of Organizational Identification”, *Academy of Management Journal* 14/2 (1971), 214.

³² Mary Jo Hatch - Majken Schultz, “Relations Between Organizational Culture, Identity and Image”, *European Journal of Marketing* 31/5/6 (1997), 357.

³³ Tüzün, *Örgütsel Güven, Örgütsel Kimlik ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisi; Uygulamalı Bir Çalışma*, 55.

³⁴ Alan Topalian, “Corporate Identity: Beyond the Visual Overstatements”, *International Journal of Advertising* 3/1 (1984), 57.

³⁵ Alper Ertürk, “Örgütsel İletişim ve Adalet Algılarının Örgütsel Kimlik Algısı Üzerindeki Etkileri” 3/2 (2003), 57.

Örgütsel kimliğin bir örgüt için ne kadar önem arz ettiği konusu “Eskiden insanlar kendilerini isimleriyle ya da yaptıkları işlerle tanımlarken, günümüzde insanlar kendilerini çalıştıkları örgütler ile tanımlamaktadırlar” sözüyle özetlenmektedir.³⁶ Örgütsel kimliğin, örgütlerin strateji ve hareketlerini yürütmede önemli bir role sahip olduğunu, örgütün işleyişini etkileyen bir kavram olduğunu düşünen Dutton ve Dukerich, örgütsel kimliğin bir örgüt için ilişkilerini yürütme sürecinde bir rehber konumunda olduğunu belirtmektedir.³⁷ Örgütü ve politikasını anlama ve içselleştirme sürecinde örgütsel kimlik, çalışanlar üzerinde bir algılama süzgeci rolü üstlenmekte,³⁸ çalışanların örgütsel değer ve hedefleri ne derecede anladıkları ve benimsediklerinin derecesini yansıtan bir değişken konumunda bulunmaktadır.³⁹ Örgütsel kimlik kavramına yönelik farklı bakış açılarıyla yapılan tanımlamalar, söz konusu kavramın bir örgüt için ne kadar önem arz ettiğini de ifade etmektedir.

1.1. İmam-Hatiplerin Örgütsel Kimlik Algısı

Örgütsel kimliğin temel bileşenleri; çalışılan kurumun hedefleri, yapısal özellikleri ve yönetim anlayışı, hedef kitlesi, kültürel dinamikleri, faaliyet alanları, uygulama yöntemleri ve gelecek perspektifinden oluşmaktadır. İnsan kaynaklarının amaç ve ortak düşünceleri de örgütsel kimlik algısının şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır.⁴⁰ Bu öğeleri anlamlandıran, içselleştiren ve eyleme dönüştüren çalışanda aidiyet duygusu artacak ve kendini kurumun tamamlayıcı ve vazgeçilmez bir parçası olarak kabul edecektir. Böylece benmerkezcilikten uzaklaşarak biz merkezli bir iş anlayışıyla hareket edebilen çalışanlardan oluşan bir çalışma kültürü örgütte hâkim olur.⁴¹

Bu bağlamda düşünüldüğünde imam-hatiplerin örgütsel kimlik algısı, çalıştıkları kurum olan DİB’e yönelik aidiyet duyguları ve kimlik tanımlamaları ile doğrudan ilişkilidir. Farklı demografik özelliklere sahip toplumun tüm kesimleriyle sürekli iletişim kurma imkânı ile Başkanlığın topluma ulaşmasında en aktif rollerden birini üstlenen imam-hatiplerin, kurumun yukarıda bahsedilen fonksiyonların bilmeleri, anlamlandırmaları ve bu öğeleri içselleştirerek hizmetlerine yansıtabilmelerinin, temel görevleri olan din hizmeti ve din eğitimi alanlarında topluma sunacakları faaliyetlere olumlu katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Başkanlığın felsefesini, temel politikasını, kültürünü, misyonunu, vizyonunu, hedef ve amaçlarını özümsemiş, kuruma karşı yüksek bir aidiyet duygusu içerisinde olan ayrıca da yöneticiler, diğer çalışanlar ve toplumla ilişkilerinde bu özellikler doğrultusunda hareket edebilen imam-hatiplerin iş memnuniyetlerinin yüksek olacağı ve bu durumun da görevlerine olumlu yansıtacağı söylemek mümkündür.

³⁶ Harry Levinson, “Reciprocation: The Relationship Between Man and Organization”, *Industrial Organizations and Health* (Routledge, 2013), 99-121.

³⁷ Jane E. Dutton - Janet M. Dukerich, “Keeping an Eye on the Mirror: Image and Identity in Organizational Adaptation”, *Academy of Management Journal* 34/3 (1991), 517-554.

³⁸ Dennis A. Gioia - James B. Thomas, “Identity, Image, and Issue Interpretation: Sensemaking During Strategic Change in Academia”, *Administrative Science Quarterly* (1996), 392.

³⁹ Liangcan Liu - Longying Zhao, “The Influence of Ethical Leadership and Green Organizational Identity on Employees’ green innovation behavior: The moderating effect of strategic flexibility”, *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Iop Publishing, 2019), 237, 2.

⁴⁰ Diyanet İşleri Başkanlığı, “Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Diyanet İşleri Başkanlığı Kurumsal Kimlik Rehberi”, 2021, 4, <https://hukukmusavirligi.diyanet.gov.tr/Documents/Kurumsal%20Kimlik%20Rehberi.pdf>.

⁴¹ Ahmet Doğan, *Din Görevlilerinin Mesleki Aidiyetleri, Mesleki Tükenmişlik Tutumları ve Hizmet İçi Eğitime Bakışları* (Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2013), 142-143.

Yüksek bir örgütsel kimlik algısı ile görev yapan bir imam hatibin gerek cami içinde gerekse de cami dışında muhatap kitlesi ile olan ilişkilerinde kurumunu önceleyerek “ben” duygusu yerine “biz” duygusuyla hareket etmesi beklenir. Bu yüksek algı düzeyinin imam hatibin iletişim tarzından, giyim-kuşamına, yeme içme durumundan tüm davranış biçimlerine kadar yansımaları doğal bir sonuçtur. Hedef kitlesini kurumu hakkında doğru bir şekilde bilgilendirmek, toplumda kurumla ilgili ortaya çıkabilecek yanlış algı ve değerlendirmeleri doyurucu bilgiler ile giderme çabası göstermek, görevinin önem ve sorumluluğunu bilmek, bu değerleri içselleştirecek bir yaşamı hayat tarzına dönüştürmek de örgütsel kimlik algısı yüksek imam-hatiplerin diğer özellikleri arasında değerlendirilebilir.

Literatür incelendiğinde örgütsel kimliğin önemli bir boyutu olan kurumsal aidiyet konusunda Sevinç tarafından din görevlileri üzerinde yapılan araştırmada “kurumsal aidiyet düzeyindeki artışın iş performansını da artıracak” sonucuna ulaşılmıştır.⁴² Ertürk tarafından örgütsel kimliğin sonuçları üzerinde yapılan çalışmada da örgütsel kimlik algı seviyesinin yüksek olduğu durumlarda örgütü benimseme ve örgütsel vatandaşlık davranışları gösterme eğiliminin arttığı; bunun da örgütsel verimlilik ve etkinliği olumlu yönde etkilediği tespiti yer almaktadır.⁴³ Bu iki araştırma da göstermektedir ki örgütsel kimlik algısı, kurumların gelişimi ve ilerlemesi için önem arz eden bir faktördür. Bu bağlamda örgütsel kimliğin Başkanlığın hedeflerinin gerçekleşmesi ve başarısındaki etkisi dikkate alınarak, özellikle imam-hatiplerin görev performanslarını artırma açısından üzerinde hassasiyetle durulması ve bu yönde stratejiler geliştirilmesi gerekmektedir.

1.2. Örgütsel Kimlik Algısının Din Hizmetleri Üzerindeki Etkisi

Araştırmada bahsedilen örgütsel kimliğin birey ve örgüt üzerindeki etkileri dikkate alındığında söz konusu algının Başkanlığın temel görevi olan din hizmetleri alanında yerine getirilen faaliyetlerde de etkin bir unsur olarak yer aldığı görülmektedir.

Örgütsel kimlik algısının sonuçlarından olan ve çalışanın tutum ve davranışlarında rehberlik vazifesi gören aidiyet hissi; kurumun önemli bir parçası olduğunu hissetme, iş heyecanını ve verimliliğini artırma, kurum için çabalama, motivasyonu artırma vb. birçok olumlu sonucu beraberinde getirmektedir. Bu meyanda Doğan tarafından yapılan araştırmada, din görevlilerinin mesleki aidiyet puanlarının ortalamasının üzerinde olduğu tespit edilmiştir.⁴⁴ Örgütsel kimlik algısının din hizmetlerine yansımaları aidiyet boyutunda ele alındığında, mesleki ve kurumsal aidiyet duygusu yüksek bir imam hatibin, mesleğinin manevi boyutunu ve kurumunun toplum nezdindeki saygınlığını daha çok gözeteceği, tutum ve davranışlarının bireysellikten ziyade mesleği ve kurumu açısından da değerlendirileceği bilinciyle görevini daha itina ile yapacağı, kurumun misyonu ve mesleğin gereklerini yerine getirme motivasyonunun daha da yükseleceği düşünülebilir. Tüm bu etkilerin kurum ve çalışan açısından cami içi ve cami dışı din hizmetleri faaliyetlerindeki verimliliğin artmasıyla sonuçlanacağı ifade edilebilir.

Örgütsel kimlik algısının sonuçlarından biri olan örgütsel bağlılık; örgütün değerlerini benimseme, içselleştirme, kendini örgüte ait hissetme vb. birçok sonuç ortaya çıkarmaktadır. Örgütsel kimlik algısının din hizmetlerine yansımaları örgütsel bağlılık boyutunda ele alındığında DİB’in vizyonu, misyonu ve kültürünü benimsemiş, bunlara yönelik güçlü bir inanış ve bağlılık içerisinde olan bir imam hatibin, azim ve çabasında artış görüleceği

⁴² Sevinç, “Din Görevlilerinin Kurumsal Aidiyet Algısı İle İş Performansları Arasındaki İlişki”, 50.

⁴³ Ertürk, “Örgütsel İletişim ve Adalet Algılarının Örgütsel Kimlik Algısı Üzerindeki Etkileri”, 162.

⁴⁴ Doğan, *Din Görevlilerinin Mesleki Aidiyetleri, Mesleki Tükenmişlik Tutumları ve Hizmet İçi Eğitime Bakışları*, 144.

düşünülebilir. En temel görevi olan din hizmetleri faaliyetlerini topluma daha iyi sunmanın, muhatap kitlenin manevi dünyasına daha etkin ulaşmanın yollarını arayacağı ve böylece kurumunun misyonunu yerine getirmede kendinin de katkısının olduğu düşüncesiyle kuruma bağlılığının da artacağı ifade edilebilir.

Örgütsel kimlik algısının bir sonucu olan örgütsel vatandaşlık; kolektif çalışabilen, koordinasyon sağlayabilen, gerektiğinde inisiyatif alabilen, kurum için fedakarlıktan kaçınmayan çalışanlarla gerçekleşmektedir. Söz konusu örgütler, amaçlarını daha kolay gerçekleştirmekte ve rekabet güçleri yükselmektedir. Örgütsel kimlik algısının din hizmetlerine yansması örgütsel vatandaşlık boyutunda ele alındığında, bu özelliklere sahip personelin çokluğu, DİB'in din hizmetleri faaliyetlerini yerine getirmesinde büyük katkılar sunacağı düşünülebilir. DİB, uygulamaya çalıştığı din hizmetleri politika ve stratejilerini personelleriyle özellikle de toplumla sürekli beraber olan imam-hatipleri aracılığıyla yürütmektedir. Örgütsel vatandaşlık davranışı yerleşmiş imam-hatiplerin Başkanlıkla teşkilatı ile daha koordineli, gerektiğinde fedakârlık da göstererek din hizmeti faaliyetlerini cami içi ve cami dışında daha verimli bir şekilde uygulayabilecekleri söylenebilir.

Örgütsel kimlik algısının motive edici sonuçlarından biri de bireysel hedefleri yükseltmesi ve böylece çalışanların bu hedefleri gerçekleştirmek için çalışmaya teşvik etmesidir. Örgütsel kimlik algısının din hizmetlerine yansması bireysel hedefleri gerçekleştirme boyutunda ele alındığında, kariyerinde yükselmek, daha yüksek bir pozisyona ya da sorumluluk seviyesine geçmek isteyen bir imam hatibin göreve yönelik motivasyon ve çabası artacaktır. Temel vazifesi olan din hizmeti faaliyetlerini daha iyi yerine getirebilmek için mesleki donanımına katkı sunacak çalışmalar yapacağı ve bu durumun da cami içi ve cami dışı din hizmeti çalışmalarına olumlu yansıtacağı düşünülebilir.

Görüldüğü üzere bir örgütün ayakta kalması, gelişmesi, verimliliği ve devamlılığı açısından örgütsel ve bireysel olarak birçok katkısı olan yüksek örgütsel kimlik algısı din hizmetleri faaliyetleri açısından da önemli etkiler oluşturmaktadır. Başkanlığa duyduğu güveni, mesleki ve kurumsal aidiyeti, iş tatmini, sadakat duygusu yüksek imam-hatipler din hizmetleri faaliyetlerini de daha verimli bir şekilde yerine getireceklerdir. Dolayısıyla bahse konu imam-hatiplerin, yaptıkları mesleki faaliyetlerden daha çok haz alacakları, muhatap kitlesine ulaşma noktasında daha çok çaba sarf edecekleri, teknolojinin sağladığı imkânlardan din hizmetleri faaliyetlerinde daha çok yararlanmaya çalışacakları söylenebilir.

2. Cami İçi Din Hizmetleri

Cami içi din hizmetleri, cami veya mescit gibi ibadet yerlerinde gerçekleştirilen çeşitli dinî faaliyetleri içermektedir. Bu faaliyetlerin yerine getirilmesinde izlemesi gereken yöntemi belirten birçok ayet-i kerime⁴⁵ bulunmaktadır. Bir din görevlisi tarafından yerine getirilen bu hizmetler, toplumun manevi ve dinî yaşamını güçlendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Bu bölümde cami içi din hizmetlerinin tanımı ve önemi, imam-hatiplerin cami içi din hizmetleri kapsamındaki görev ve sorumluluklarına ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

2.1. Cami İçi Din Hizmetlerinin Tanımı ve Önemi

İslam terminolojisindeki tabiriyle “din hizmeti” kavramı; “irşat, tebliğ, davet, va’z u nasihat, hitabet, tavsiye, talim ve terbiye, inzar ve tebşir, emr-i bi'l-ma'ruf, nehy-i ani'l münker (iyiliği emredip, kötülükten sakındırma)” vb. konuları içeren hizmet alanlarından

⁴⁵ Kur'ân-ı Kerîm Meâli, çev. Halil Altuntaş – Muzaffer Şahin (Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2009), İsrâ, 17/53; İsrâ, 17/125; Tâhâ, 20/42; Tâhâ, 20/44; Enbiyâ, 21/109.

oluşmaktadır.⁴⁶ Din hizmeti; dinin anlatılması, bazı ibadet, dua ve törenlerin düzenlenip icra edilmesi şeklinde değerlendirildiğinde, bu hizmetleri kurum olarak yerine getirmekle görevli Diyanet İşleri Başkanlığının cami içi ve dışında organize ederek topluma sunduğu çalışmalara ‘din hizmeti’ denilmektedir.⁴⁷ Diyanet İşleri Başkanlığının misyonunun en başat unsuru olan din hizmetlerinin “toplumu din konusunda aydınlatma görevi,”⁴⁸ sahih dinî bilgiyi topluma en iyi şekilde ulaştırmayla gerçekleşecektir.⁴⁸

Din hizmeti sunumu kuşatıcılık ekseninde değerlendirildiğinde, dinin hedef kitlesi insan olduğuna göre din hizmeti de hiçbir ayırım gözetmeksizin toplumun tüm kesimlerine ulaştırılmalıdır. Bu hizmetin sunumunda ülkenin gerçekleri, zamanın ve teknolojinin getirdiği yenilikler, toplumsal ihtiyaç ve duyarlılıklar ihmal edilmemesi gereken başlıklardan sayılabilir.⁴⁹ Bu anlayışla Diyanet İşleri Başkanlığı, cami içerisinde yürütmekte olduğu din hizmetlerinin yanında ilgili kurumlarla iş birlikleri yaparak muhatap kitlenin ilgi, ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda toplumun tüm kesimlerine de ulaşmaya çalışmaktadır.⁵⁰

Din hizmetleri temelde cami içi din hizmeti ve cami dışı din hizmeti şeklinde iki kategoride incelenebilir. Cami içi din hizmetleri adından da anlaşılacağı üzere cami içerisinde yürütülen faaliyetleri içermektedir. Cami dışı din hizmetlerini ise hapishaneler, hastaneler, yetiştirme yurtları, öğrenci yurtları, huzurevleri, aile irşat büroları gibi toplumun tüm kesimlerine ulaşabilme amaçlı alanlarda sunulan din hizmetleri olarak belirtilebilir.⁵¹ Bu faaliyetler daha geniş bir alana sahip olup toplumun tüm kesimlerine hitap etmeyi amaçlamaktadır. Cami dışı din hizmetleri faaliyetleri, Başkanlığın devletin farklı kurumlarıyla (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Adalet Bakanlığı vb.) iş birlikleri sağlamak amacıyla imzaladığı protokoller çerçevesinde oluşan hukuki zemin temelinde yürütülmeyi gerektirmektedir.⁵²

Toplumu dinî konularda aydınlatma görevinin en etkin ve yaygın olarak gerçekleştirildiği mekânlar camilerdir. Camiler tarih boyunca ibadetlerin yerine getirildiği mekânlar olma fonksiyonunun yanında eğitim, öğretim, kültür merkezleri ayrıca da birer devlet müessesesi konumunda yer almıştır. Bu bağlamda Hz. Peygamber Mescid-i Nebevî’yi bir kültür merkezi, danışma meclisi, misafirhane, hazine, mahkeme, tedavi merkezi gibi birçok amaca hizmet eden bir alan olarak kullanmıştır.⁵³ Günümüzde de camiler kültür ve kimliğin devamında, birlik ve beraberlik ruhunun pekiştirilmesinde yurt içinde ve özellikle de yurt dışında önemli görevler icra etmektedir.⁵⁴

Tüm dinlerin gelişim süreci peygamberlerinin yaşadığı çevre merkezli olarak ilerlemiştir. Hz. Peygamber’in Mekke’de arkadaş ve akrabalarının evlerini⁵⁵ özellikle *Dâru’l-Erkam’ı*, Medine döneminde ise Mescid-i Nebevî’yi din hizmeti ve din eğitiminin verildiği asıl merkezler olarak belirlediği görülmektedir. Hz. Peygamber ilahi mesajları ashabına Mescid-i

⁴⁶ Hüseyin Karaca, “Sesten Söze, Sözden Sese Din Hizmeti”, *Diyanet Aylık Dergi* 214 (2008): 8.

⁴⁷ Selçuk, *Din Hizmetlerinde İletişim ve Halkla İlişkiler*, 98.

⁴⁸ Diyanet İşleri Başkanlığı, “Din hizmetleri” (Diyanet İşleri Başkanlığı, 2018), <https://dinhizmetleri.diyaret.gov.tr/sayfa/53/tanitim>.

⁴⁹ Fikret Karaman, “Din Hizmetinin Toplum Hayatındaki Yeri ve Önemi”, *Diyanet Aylık Dergi* (2009), 32.

⁵⁰ Nurullah Altaş, “Din Hizmetleri ve Dini Danışmanlık İlişkisi”, *Dini Danışmanlık ve Din Hizmetleri*, (2012), 17.

⁵¹ Altaş, “Din Hizmetleri ve Dini Danışmanlık İlişkisi”, 21.

⁵² Yıldız Kızılabdullah - Şahin Kızılabdullah, “Cami Dışı Din Hizmetleri”, *Din Hizmetlerinde Rehberlik ve İletişim El Kitabı*, (2015), 135.

⁵³ Nesimi Yazıcı, “Din Hizmetleri Açısından Caminin Yeri ve Önemi”, *Ankara Üniversitesi* 48/2 (2007), 8.

⁵⁴ Onay, “Cami Eksenli Din Hizmetleri”, 149-150.

⁵⁵ Altaş, “Din Hizmetleri Ve Dini Danışmanlık İlişkisi”, 15.

Nebevi'de tebliğ etmiş, dinin temel kurallarını, ayeti kerimelerin izahını yaparak cami içi din eğitimi ve din hizmeti faaliyetlerinin ilk örneklerini vermiştir.⁵⁶ Medreselerin açılma dönemine kadar dini ilimlerin yanında sosyal ve tabii bilimlerin de camilerde verildiği görülmektedir.

2.2. İmam Hatiplerin Cami İçi Din Hizmetlerindeki Görevleri

Genellikle camiyle ve vakit namazlarına gelen cami cemaatiyle ilgili konuları bünyesinde barındıran cami içi din hizmetleri, imam-hatip ve müezzin kayyımlar tarafından cami içerisinde yürütülen hizmetleri kapsamaktadır. İbadetlerin yerine getirilmesi, dinî konularda hedef kitleye bilgilendirmelerin yapılması, caminin düzeni, temizliği, tadilatı ve güvenlik tedbirlerinin alınması gibi üç ana başlıktaki iş ve işlemleri içermektedir.⁵⁷ Bu üç başlık altında toplanan görevlerin yerine getirilmesinde özellikle köy ve kasabalarda imam-hatipler tek başına çalışmaktadırlar.

Cami içi din hizmetini icra eden imam-hatipler; günde beş vakit caminin açık kalmasını sağlamakta, vakit namazları başta olmak üzere cuma, bayram, cenaze namazlarının düzenli ve huzur içerisinde kılınmasına önderlik etmekte, cuma namazı öncesi sohbetler yapmakta ve hutbeyi irat etmektedir. Ayrıca Kur'an-ı Kerim tilavetleri ve dualarla cami cemaatinin manevi atmosferden yararlanmasını sağlamaktadır. Toplumun ibadete yönelik hassasiyetinin özellikle yükseldiği önemli gün ve geceler ile Ramazan ayında bu yoğunluk daha da artmaktadır.⁵⁸ İmam-hatiplerin icra ettikleri görev başlıklarında en temel alan olarak ibadetlerin yerine getirilmesi sayılabilir.

İmam-hatiplerin yerine getirmesi gereken görevlerin belirtildiği mevzuat, cami içi din hizmeti çerçevesinde incelendiğinde, cami cemaatini dinî konularda aydınlatma göreviyle ilgili maddeler de sıralanmıştır. Buna göre;

- Cuma ve bayram hutbelerini zamanında ve usulüne uygun olarak okumak, gerektiğinde hutbe hazırlamak, hutbe yazma ve okuma konusunda çalışmalar yapmak,
- Görevli olduğu camide vaaz etmek, isteyen vatandaşlara camilerde veya müftülükçe uygun görülecek yerlerde Kur'an-ı Kerim okumayı öğretmek ve dinî bilgiler vermek, yaz Kur'an kursları ile ilgili görevleri yapmak,
- Kur'an-ı Kerim, meal/tefsir, hadis, siyer ve ilmihal konularının yer aldığı çalışma programı hazırlamak, müftülüğün onayından sonra bu programı ilan ederek camide uygulamak,
- Dini gün ve gecelerde görev yaptığı camide program düzenlemek veya müftülükçe düzenlenecek programlarda görev almak imam-hatiplerin görevleri arasındadır.

Bu kapsamda gerek yurt içinde gerekse de yurt dışında imam-hatipler belirli bir takvim içerisinde cami dersleri yapmaktadırlar. Kur'an-ı Kerim öğretme ile temel dinî bilgiler başta olmak üzere cami cemaatinin ihtiyaçları doğrultusunda meal, tefsir, hadis, akaid vb. birçok alanda hedef kitleyi bilgilendirmekte ayrıca gelen dini soruları cevaplandırmaktadırlar.

İlgili mevzuatta caminin temizliği, bakımı ve güvenli bir ortam olarak devamının sağlanmasının da imam-hatiplerin görevleri arasında sayıldığı görülmektedir.

- Cami ve çevresinin bakım ve temizliğini sağlamak ve bunun için gerekli tedbirleri almak; şadırvan, abdest alma yeri ve tuvalet gibi yerlerin temizliğinin vakıf, dernek, köy tüzel kişiliği, belediye veya ilgililer tarafından yapılmasını sağlamak,

⁵⁶ Ahmet Akın, "Cami İçi Din Hizmetleri", *I. Din Hizmetleri Sempozyumu*, ed. Mehmet Bulut, (Ankara: DİB Yayınları, 2008), 254.

⁵⁷ Onay, "Cami Eksenli Din Hizmetleri", 154.

⁵⁸ Onay, "Cami Eksenli Din Hizmetleri", 155.

- Teberrukat eşyasının bakımını ve korunmasını sağlamak,
- Cami ziyaretlerinin, İslam adabına ve güvenlik kurallarına uygun bir şekilde yapılmasını sağlamak, camilerin avlu ve müstemilatında satıcılık, dilencilik gibi ibadet huzurunu ihlal eden her türlü davranışı ve faaliyeti önlemek için gerekli tedbirleri almak bu kapsamda yer alan görevlerdir.⁵⁹

Görüldüğü üzere bir imam-hatip cami içi din hizmetleri bağlamında, ibadetlerin huzurlu, güvenli ve doğru şekilde yerine getirilmesinin yanında birçok farklı vazifeyi de icra etmektedir.

3. Yöntem

3.1. Araştırma Modeli

Bu çalışma, Diyanet İşleri Başkanlığında imam-hatip olarak çalışan din görevlilerinin örgütsel kimlik algıları ile cami içi din hizmetlerine yönelik tutum arasındaki ilişkiyi inceleyen nicel bir araştırmadır. Araştırmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli, iki veya daha fazla değişken arasındaki birlikte değişimin ve/veya ilişkinin derecesini ortaya koymayı amaçlayan bir tarama modelidir.⁶⁰ Araştırmada, imam-hatiplerin sahip oldukları örgütsel kimlik düzeyi ile cami içi din hizmetlerine yönelik tutumları arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir.

3.2. Araştırma Hipotezleri

Bu araştırmada, imam-hatiplerin örgütsel kimlik düzeyleri ile cami içi din hizmetlerine yönelik tutumları arasındaki ilişkiyi ve örgütsel kimliğin alt boyutlarının bu tutum üzerindeki yordayıcılığını incelemek amacıyla aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir. Hipotezler, örgütsel kimliğin alt boyutları olan kendi kendine kategorizasyon, uyum/örtüşme düzeyi, duygusal bağlılık ve davranışsal katılımın, cami içi din hizmetlerine yönelik tutumu anlamlı düzeyde yordayıp yordamadığını test etmeye yöneliktir. Ayrıca imam-hatiplerin örgütsel kimlik düzeylerine göre cami içi din hizmetlerine yönelik tutum ve alt boyutlarında anlamlı farklılıklar olup olmadığı da araştırma kapsamında değerlendirilmiştir.

- H1:** Kendi kendine kategorizasyon düzeyi, imam-hatiplerin cami içi din hizmetlerine yönelik tutumlarını anlamlı düzeyde yordar.
- H2:** Uyum/örtüşme düzeyi, imam-hatiplerin cami içi din hizmetlerine yönelik tutumlarını anlamlı düzeyde yordar.
- H3:** Duygusal bağlılık düzeyi, imam-hatiplerin cami içi din hizmetlerine yönelik tutumlarını anlamlı düzeyde yordar.
- H4:** Davranışsal katılım düzeyi, imam-hatiplerin cami içi din hizmetlerine yönelik tutumlarını anlamlı düzeyde yordar.
- H5:** Örgütsel kimlik düzeyi yüksek olan imam-hatiplerin, cami içi din hizmetlerine yönelik tutum düzeyleri, örgütsel kimlik düzeyi çok yüksek olanlara göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterir.
- H6:** Örgütsel kimlik düzeyi yüksek olan imam-hatiplerin, cami içi din hizmetlerine yönelik tutum ölçeğinin alt boyutları olan kurumsal aidiyet, yeterlilik, iletişime açıklık, sorun çözme becerisi ve işe tutkunluk düzeyleri; örgütsel kimlik düzeyi çok yüksek olan imam-hatiplerle karşılaştırıldığında anlamlı farklılık göstermektedir.

⁵⁹ Diyanet İşleri Başkanlığı Görev ve Çalışma Yönetmeliği (DİBGÇY), Diyanet İşleri Başkanlığı (2014), md. 40.

⁶⁰ Niyazi Karasar, *Bilimsel Araştırma Yöntemi Kavramlar-İlkeler-Teknikler* (Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2012), 80.

H7: Çok boyutlu örgütsel kimlik ile cami içi din hizmetlerine yönelik tutum arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

H8: Davranışsal katılım ile cami içi din hizmetlerine yönelik tutum arasında orta düzeyde, anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket formu, üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, görev süresi, görev yeri gibi temel demografik ve mesleki özelliklerini belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir.

Araştırmada imam-hatiplerin örgütsel kimliğin ölçülmesi amacıyla Stoner, Perrewé ve Hofacker⁶¹ tarafından geliştirilen Çetin ve Çelebi⁶² tarafından Türkçeye uyarlanan “Çok Boyutlu Örgütsel Kimlik Ölçeği” kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeğin 1., 2., 3., 4. maddeleri “kendi kendine kategorizasyon”; 5., 6., 7., 8. maddeleri uyuşma/örtüşme düzeyi, 9., 10., 11., 12. maddeleri duygusal bağlılık ve 13., 14. ve 15. maddeleri “davranışsal katılım” olmak üzere 4 boyut, 15 maddeden oluşmaktadır. Ölçek 5’li Likert tipinde oluşturulmuş olup “kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), kararsızım (3), katılıyorum (4) ve kesinlikle katılıyorum (5)” şeklinde seçeneleştirilmiştir. Çetin ve Çelebi tarafından Türkçeye uyarlanan Çok Boyutlu Örgütsel Kimlik Ölçeği’nin iç tutarlılık katsayısı (Cronbach alfa) 0,883 olarak hesaplanmıştır. Yapılan bu araştırmada ise ölçeğin iç tutarlılık katsayısı (Cronbach alfa) 0,906 olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuç ölçeğin iç tutarlılığının çok yüksek olduğunu göstermektedir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak, imam-hatiplerin cami içi din hizmetlerine yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen “Cami İçi Din Hizmetlerine Yönelik Tutum Ölçeği (CİDHYT)” kullanılmıştır. Ölçek geliştirme sürecinde, imam-hatiplerin görev tanımları, mesleki yeterlik alanları ve hizmet sorumlulukları esas alınmış; özellikle Diyanet İşleri Başkanlığı’nın 2014 ve 2022 yıllarında yayımladığı personel yeterlik rehberleri temel alınarak kapsamlı bir madde havuzu oluşturulmuştur. Ölçek maddeleri, dini görevlerin ifası, cemaatle iletişim, kurumsal bağlılık, mesleki yeterlik ve toplumsal katkı gibi alanlarda imam-hatiplerin tutumlarını yansıtacak şekilde yapılandırılmıştır.

Uzman görüşleri doğrultusunda oluşturulan 55 maddelik taslak form, kapsam geçerliliği açısından değerlendirilmiş; kapsam geçerlilik oranı (KGO) 0,50’nin üzerinde olan 25 madde ölçeğin son haline dâhil edilmiştir. Ölçekte yer alan ifadeler, 5’li Likert tipi bir derecelendirme ölçeğiyle (kesinlikle katılmıyorum – tamamen katılıyorum) sunulmuştur.

Ölçeğin geçerlik ve güvenirlik analizleri kapsamında açıklayıcı faktör analizi (AFA) yapılmış; KMO değeri 0,856, Bartlett’s testi ise istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p < 0,05$). Faktör analizinde bir maddenin (CİDHYT23) faktör yükü 0,30’un altında kaldığı için çıkarılmış, kalan 24 maddenin faktör yükleri 0,331 ile 0,896 arasında değişmiştir. Varimax döndürme yöntemiyle yapılan analiz sonucunda ölçeğin 5 faktörden oluştuğu belirlenmiştir. Bu faktörler sırasıyla Kurumsal Aidiyet, İşe Tutkunluk, Sorun Çözme Becerisi, İletişime Açıklık ve Yeterlilik olarak adlandırılmıştır. Beş faktörün toplam açıklanan varyansı %67,848 olup, bu oran ölçeğin yapı geçerliğinin güçlü olduğunu göstermektedir.

⁶¹ Jason Stoner vd., “The Development and Validation of the Multi-Dimensional Identification Scale (MDIS)”, *Journal of Applied Social Psychology* 41/7 (2011), 1632-1658.

⁶² Fatih Çetin - Muhammet Ali Çelebi, “Çok Boyutlu Örgütsel Kimlik Ölçeği Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması”, *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 14/1 (2021), 228-243.

Ayrıca, ölçeğin iç tutarlılığı Cronbach Alfa katsayısı ile değerlendirilmiş ve 0,826 olarak tespit edilmiştir. Bu değer, ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır. Tüm bu bulgular, geliştirilen ölçeğin imam-hatiplerin cami içi din hizmetlerine yönelik tutumlarını geçerli ve güvenilir biçimde ölçebilecek nitelikte olduğunu göstermektedir.

Anketler, yüz yüze görüşmeler yoluyla uygulanmış ve uygulama öncesinde katılımcılara araştırmanın amacı hakkında bilgi verilerek gönüllülük esasına dikkat edilmiştir. Elde edilen veriler, araştırmanın amaçları doğrultusunda analizlerde kullanılmıştır.

3.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Türkiye genelinde Diyanet İşleri Başkanlığında imam-hatip olarak görev yapan din görevlileri oluşturmaktadır. Örneklem ise Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesini temsilen; Sinop, Kahramanmaraş, Çanakkale, Elazığ, Mardin, Afyon ve Çankırı illerinde görev yapan imam-hatiplerden kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Araştırmaya toplam 715 imam-hatip katılmıştır. Katılımcı sayısının, kullanılan ölçeklerin madde sayısının en az 10 katı olması önerisine uygun olduğu görülmektedir.⁶³

3.5. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırmanın kapsamını, Diyanet İşleri Başkanlığında imam-hatip olarak çalışan ve 18-64 yaş aralığında bulunan din görevlileri oluşturmaktadır. Çalışmanın verileri yalnızca Sinop, Kahramanmaraş, Çanakkale, Elazığ, Mardin, Afyon ve Çankırı illerinde görev yapan imam-hatiplerden toplanmıştır. Araştırmanın genellenebilirliği bu illerle sınırlıdır ve çalışma yalnızca anket yöntemiyle, katılımcıların gönüllülüğüne dayalı olarak gerçekleştirilmiştir.

3.6. Araştırma Verilerinin Toplanması ve Analizi

Araştırmanın verileri, Ankara Üniversitesi Etik Kurul Başkanlığından ve il müftülüklerinden gerekli izinler alınarak, 20 Haziran 2022 ile 20 Aralık 2022 tarihleri arasında yüz yüze anket uygulaması ile toplanmıştır. Katılımcılardan bilgilendirilmiş onam alınmıştır. Toplanan veriler SPSS 26 programına aktarılmıştır.

Verilerin analizinde; öncelikle çarpıklık ve basıklık (skewness-kurtosis) değerlerine bakılmış ve -1.5 ile +1.5 aralığında oldukları için verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmiştir.⁶⁴ İki gruplu değişkenler için Bağımsız Gruplar T-Testi, üç ve daha fazla gruplu değişkenler için Tek Yönlü ANOVA testi kullanılmıştır. Örgütsel kimlik ile cami içi din hizmetlerine yönelik tutum arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla korelasyon analizi ve regresyon analizi yapılmıştır. Araştırmada istatistiksel anlamlılık için $p < 0,05$ düzeyi esas alınmıştır.

⁶³ Şener Büyüköztürk, *Sosyal Bilimler İçin İstatistik* (Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık, 2024); Yalçın Karagöz, *SPSS-AMOS-META Uygulamalı İstatistiksel Analizler*, (Ankara: Nobel Yayıncılık, 2019), 1043-1044.

⁶⁴ Barbara Tabachnick - Linda Fidell, *Ullman Using Multivariate Statistics* (International Edition, Pearson, 2013), 34-40.

4. Bulgular

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Hekimlerin Demografik Dağılımları.

Değişken		n	%
Yaş grubu	21-30 yaş	109	15,2
	31-40 yaş	174	24,3
	41-50 yaş	257	35,9
	51 yaş ve üstü	175	24,5
Medeni durum	Bekar	61	8,5
	Evli	654	91,5
Meslekte geçen süre	1-5 yıl	111	15,5
	6-10 yıl	138	19,3
	11-15 yıl	180	25,2
	16-20 yıl	136	19,0
	21 yıl ve üstü	150	21,0
Görev yapılan yer	İl merkezi	304	42,5
	İlçe merkezi	145	20,3
	Köy merkezi	266	37,2
	Toplam	715	100,0

Araştırma 715 imam-hatip ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların %15,2'si 21-30 yaş, %24,3'ü 31-40 yaş, %35,9'u 41-45 yaş ve %24,5'i ise 51 yaş ve üzeri yaş grubunda yer almaktadır. Katılımcıların medeni durumlarına baktığımızda; %8,5'inin bekâr, %91,5'inin ise evli olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanlardan %15,5'i 1-5 yıl, %19,3'ü 6-10 yıl, %25,2'si 11-15 yıl, %19'u 16-20 yıl ve %21'i ise 21 yıl ve üzeri görev yapmaktadır. Katılımcıların görev mahallerini incelediğimizde; %42,5'inin il merkezi, %20,3'ünün ilçe merkezi ve %37,2'sinin ise köyde ikamet ettiği görülmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Örgütsel Kimlik ve Alt Boyutlarına Yönelik Puan Ortalamaları ve Diğer Tanımlayıcı İstatistikleri

	Kendi kendine kategorizasyon	Uyum/örtüşme düzeyi	Duygusal bağlılık	Davranışsal katılım	Çok boyutlu örgütsel kimlik
Minimum puan					15
Maksimum puan					75
Ortalama	3,74	3,54	4,06	3,43	3,69
Standart sapma	0,77	0,96	1,01	0,93	0,75
Toplam puan	56,1	53,1	60,9	51,45	55,35
Toplam standart sapma	11,55	14,4	15,15	13,95	11,25
Sonuç	Katılıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum

Katılımcıların örgütsel kimlik ortalaması 3,69 olarak hesaplanmış olup ulaşılan bu bulgu, imam-hatiplerin örgütsel kimlik ile ilgili cevapların “katılıyorum” aralığında olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte örgütsel kimlik ölçeği alt boyutlarından “kendi kendine kategorizasyon” boyutu ortalaması 3,54 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen bu bulgudan, katılımcıların kendi kimliğiyle örgütün kimliğini birleştirme ilgili cevapların “katılıyorum” aralığında olduğu anlaşılmaktadır. “Uyum/örtüşme düzeyi” boyutu ortalaması 3,54 olarak hesaplanmış olup katılımcıların örgütsel kimlik geliştirme sürecinde kimliğini kabullendiği, çalışmış olduğu kurumun başarı ve başarısızlıklarını kendisinin başarı veya başarısızlığı olarak kabul etme düzeyleri ilgili cevapların “katılıyorum” aralığında olduğu belirlenmiştir. Araştırmada, “Duygusal bağlılık” boyutu ortalaması ise 4,06 olarak hesaplanmış olup ulaşılan bu sonuç katılımcıların duygusal bağlılık ilgili cevapların “katılıyorum” aralığında olduğunu göstermektedir. Ulaşılan bu bulgu katılımcıların çalışmış olduğu kurum ile birlikte olma hissini, gurur ve mutluluk gibi çeşitli olumlu duygular içinde olduğunu göstermektedir.

“Davranışsal katılım” boyutu ortalaması ise 3,43 olarak hesaplanmış olup ulaşılan bu sonuç katılımcıların duygusal bağlılık ilgili cevapların “katılıyorum” aralığında olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Cami İçi Din Hizmetlerine Yönelik Tutumları ve Alt Boyutlarına Ait Puan Dağılımları

	Kurumsal aidiyet	Yeterlilik	İletişime açıklık	Sorun çözme becerisi	İşe tutkunluk	CİDHYT
Minimum puan						24
Maksimum puan						120
Ortalama	3,77	3,6	4,07	3,99	4,03	3,89
Standart sapma	0,78	0,8	0,73	0,72	0,72	0,63
Toplam puan	90,48	86,4	97,68	95,76	96,72	93,36
Toplam standart sapma	18,72	19,2	17,52	17,28	17,28	15,12
Sonuç	Katılıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum

Yapılan analiz sonucunda, cami içi din hizmetlerine yönelik tutum ortalaması 3,77 olarak hesaplanmış olup ortaya çıkan bu sonuç katılımcıların cami içi din hizmetlerine yönelik tutumları ile ilgili cevapların “katılıyorum” aralığında olduğunu göstermektedir. Araştırmada cami içi din hizmetlerine yönelik tutum ölçeği alt boyutlarından “kurumsal aidiyet” boyutu ortalaması 3,60, “yeterlilik” boyutu ortalaması 3,60, “iletişime açıklık” boyutu ortalaması 4,07, “sorun çözme becerisi” boyutu ortalaması 3,99 ve “işe tutkunluk” boyutu ortalaması ise 4,03 olarak hesaplanmış olup ortaya çıkan bu sonuçlar genel olarak tüm alt boyutlarda cami içi din hizmetlerine yönelik tutumları ile ilgili cevapların “katılıyorum” aralığında olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. Örgütsel Kimlik, Cami İçi Din Hizmetlerine Yönelik Tutum ve Alt Boyutlar Arasındaki İlişkiler (Korelasyon Analizi Sonuçları)

	Kendi Kendine Kategorizasyon,	Uyum Örtüşme Düzeyi,	Duygusal Bağlılık,	Davranışsal Katılım,	Çok Boyutlu Örgütsel Kimlik,
Kendi Kendine Kategorizasyon,	1				
Uyum Örtüşme Düzeyi,	,547**				
Duygusal Bağlılık,	,563**	,701**			
Davranışsal Katılım,	,355**	,531**	,639**		
Çok Boyutlu Örgütsel Kimlik,	,728**	,856**	,899**	,782**	
Kurumsal Aidiyet,	,245**	,239**	,255**	,391**	,345**
Yeterlilik,	,108**	,076*	,196**	,352**	,226**
İletişime Açıklık,	,166**	,198**	,170**	,339**	,267**
Sorun Çözme Becerisi,	,199**	,222**	,205**	,338**	,294**
İşe Tutkunluk,	,126**	,194**	,193**	,281**	,245**
Cami İçi Din Hizmetlerine Yönelik Tutum.	,202**	,220**	,244**	,407**	,329**

Araştırmada değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla yapılan Pearson korelasyon (r) analizi sonucunda, tüm değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde pozitif ilişkiler tespit edilmiştir. Örgütsel kimliğin alt boyutları olan kendi kendine kategorizasyon, uyum/örtüşme düzeyi, duygusal bağlılık ve davranışsal katılım değişkenlerinin her birinin, çok boyutlu örgütsel kimlik ile yüksek düzeyde ve anlamlı şekilde ilişkili olduğu belirlenmiştir (sırasıyla $r=,728$; $r=,856$; $r=,899$; $r=,782$; $p<,01$). Bu durum, örgütsel kimliğin alt boyutlarının çok boyutlu örgütsel kimlik yapısına güçlü katkılar sunduğunu göstermektedir. Öte yandan, cami içi din hizmetlerine yönelik tutum ile örgütsel kimliğin alt boyutları arasında da anlamlı ve pozitif ilişkiler bulunmuştur. Özellikle davranışsal katılım ile tutum arasında orta düzeyde güçlü bir ilişki tespit edilmiştir ($r=,407$; $p<,01$). Diğer alt boyutlar

olan duygusal bağlılık ($r=,244$), uyum/örtüşme düzeyi ($r=,220$) ve kendi kendine kategorizasyon ($r=,202$) değişkenleri de cami içi din hizmetlerine yönelik tutum ile anlamlı düzeyde ilişkili bulunmuştur ($p<,01$). Bunun yanı sıra, cami içi din hizmetlerine yönelik tutum ile bu tutumun faktörleri olan kurumsal aidiyet ($r=,345$), yeterlilik ($r=,226$), iletişime açıklık ($r=,267$), sorun çözme becerisi ($r=,294$) ve işe tutkunluk ($r=,245$) değişkenleri arasında da istatistiksel olarak anlamlı pozitif ilişkiler tespit edilmiştir. Bu bulgular, örgütsel kimliğin alt boyutlarının ve çok boyutlu yapısının, imam-hatiplerin cami içi din hizmetlerine yönelik tutumları üzerinde etkili birer yapı olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 5. Örgütsel Kimlik Düzeylerine Göre Tutum ve Alt Boyut Ortalamaları

	Düzy	N	Örgütsel kimlik			
			Ortalama	Standart sapma	t	p
Kurumsal aidiyet	Yüksek	181	3,32	0,83	-9,499	0,000
	Çok yüksek	534	3,92	0,70		
Yeterlilik	Yüksek	181	3,26	0,89	-6,968	0,000
	Çok yüksek	534	3,72	0,73		
İletişime açıklık	Yüksek	181	3,71	0,66	-8,134	0,000
	Çok yüksek	534	4,20	0,71		
Sorun çözme becerisi	Yüksek	181	3,60	0,73	-8,805	0,000
	Çok yüksek	534	4,12	0,67		
İşe tutkunluk	Yüksek	181	3,66	0,82	-8,481	0,000
	Çok yüksek	534	4,16	0,63		
Cami içi din hizmetlerine yönelik tutum	Yüksek	181	3,51	0,60	-10,186	0,000
	Çok yüksek	534	4,02	0,58		

Örgütsel kimlik düzeyi yüksek olan imam-hatiplerin cami içi din hizmetlerine yönelik tutum ölçeği alt boyutu “kurumsal aidiyet” ve “yeterlilik” düzeyinin “orta”, örgütsel kimlik düzeyi çok yüksek olan imam-hatiplerin cami içi din hizmetlerine yönelik tutum ölçeği alt boyutu “kurumsal aidiyet” ve “yeterlilik” düzeyinin “yüksek” olduğu belirlenmiştir. Bağımsız gruplar t-testi ile örgütsel kimlik düzeyine göre cami içi din hizmetlerine yönelik tutum ölçeği alt boyutu “kurumsal aidiyet” ve “yeterlilik” ortalamaları arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır ($t=-9,499$; $p<0,05$; $t=-6,968$; $p<0,05$).

Örgütsel kimlik düzeyi yüksek olan imam-hatiplerin cami içi din hizmetlerine yönelik tutum ölçeği alt boyutu “iletişim açıklık” düzeyinin “yüksek”, örgütsel kimlik düzeyi çok yüksek olan imam-hatiplerin cami içi din hizmetlerine yönelik tutum ölçeği alt boyutu “iletişim açıklık” ve “yeterlilik” düzeyinin “yüksek” olduğu belirlenmiştir. Bağımsız gruplar t-testi ile örgütsel kimlik düzeyine göre cami içi din hizmetlerine yönelik tutum ölçeği alt boyutu “iletişim açıklık” ortalamaları arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır ($t=-8,134$; $p<0,05$).

Örgütsel kimlik düzeyi yüksek ve çok yüksek olan imam-hatiplerin cami içi din hizmetlerine yönelik tutum ölçeği alt boyutu “sorun çözme becerisi” düzeyinin “yüksek” olduğu belirlenmiştir. Bağımsız gruplar t-testi ile örgütsel kimlik düzeyine göre cami içi din hizmetlerine yönelik tutum ölçeği alt boyutu “sorun çözme becerisi” ortalamaları arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır ($t=-8,805$; $p<0,05$).

Örgütsel kimlik düzeyi yüksek ve çok yüksek olan imam-hatiplerin cami içi din hizmetlerine yönelik tutum ölçeği alt boyutu “işe tutkunluk” düzeyinin “yüksek” olduğu belirlenmiştir. Bağımsız gruplar t-testi ile örgütsel kimlik düzeyine göre cami içi din

hizmetlerine yönelik tutum ölçeği alt boyutu “işe tutkunluk” ortalamaları arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır ($t=-8,481$; $p<0,05$).

Örgütsel kimlik düzeyi yüksek ve çok yüksek olan imam-hatiplerin cami içi din hizmetlerine yönelik tutum düzeyinin “yüksek” olduğu belirlenmiştir. Bağımsız gruplar t-testi örgütsel kimlik düzeyine göre cami içi din hizmetlerine yönelik tutum ortalamaları arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır ($t=-10,186$; $p<0,05$).

Tablo 6. Cami İçi Din Hizmetlerine Yönelik Tutumu Yordayan Değişkenlere İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p
	B	Std. hata	Beta		
Sabit	2,825	0,116		24,458	0,000
Kendi Kendine Kategorizasyon	0,079	0,035	0,097	2,273	0,023
Uyum örtüşme Düzeyi	-0,002	0,033	-0,003	-0,051	0,959
Duygusal Bağlılık	-0,05	0,035	-0,081	-1,453	0,147
Davranışsal Katılım	0,286	0,03	0,426	9,48	0,000
F;p	F=37,093; p=0,000				
R ²	0,173				

a. Bağımlı değişken: CİDHYT

Araştırmada örgütsel kimliğin alt boyutları olan kendi kendine kategorizasyon, uyum/örtüşme düzeyi, duygusal bağlılık ve davranışsal katılım değişkenlerinin cami içi din hizmetlerine yönelik tutumu yordama gücü incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre regresyon modeli genel anlamda istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=37,093$; $p<0,001$). Modelin açıklayıcılık düzeyi $R^2=0,173$ olarak hesaplanmış olup, bu değer örgütsel kimliğin alt boyutlarının cami içi din hizmetlerine yönelik tutumun %17,3’ünü açıkladığını göstermektedir. Bağımsız değişkenler incelendiğinde, davranışsal katılım değişkeni tutum üzerinde en güçlü ve anlamlı yordayıcı olarak öne çıkmaktadır ($B=0,286$; $\beta=0,426$; $p<0,001$). Bu durum, bireylerin din hizmetlerine yönelik aktif katılım düzeylerinin, bu hizmetlere ilişkin olumlu tutum geliştirmelerinde belirleyici olduğunu göstermektedir. Kendi kendine kategorizasyon değişkeni de anlamlı ve pozitif yönde bir etkiye sahiptir ($B=0,079$; $\beta=0,097$; $p=0,023$); bireylerin kendilerini örgütsel yapıyla özdeşleştirmeleri, tutumlarını olumlu yönde etkilemektedir. Buna karşılık, uyum/örtüşme düzeyi ($B=-0,002$; $p=0,959$) ve duygusal bağlılık ($B=-0,050$; $p=0,147$) değişkenlerinin cami içi din hizmetlerine yönelik tutum üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin bulunmadığı görülmektedir.

Tartışma ve Sonuç

İnsanlık tarihi boyunca bireyin anlam arayışı ve varoluşsal sorgulamaları bağlamında din en temel referans alanı olmuştur. Dinin rehberlik fonksiyonu da sadece ebedi hayattaki kurtuluşa erme ile sınırlı kalmamış aynı zamanda dünya hayatı ile ilgili ilişkileri düzenlemede de etkili olmuştur. Bu kapsamda düşünüldüğünde İslam toplumlarında din hizmetleri; ibadetlerin kurumlar aracılığıyla yerine getirilmesinin yanında, dini sahih bilginin doğru bir şekilde muhatap kitleye aktarılmasını, değerlerin yaşatılmasını ve manevi atmosferin toplumun tüm katmanlarına sirayet etmesini de amaçladığı söylenebilir.

Din hizmetlerinin bireyin dünyevi ve uhrevi hayatındaki önemi ve din hizmeti sunmakla görevli imam-hatiplerin bu çerçevedeki önemine binaen bu çalışmada, imam-hatiplerin örgütsel kimlik algılarının cami içi din hizmetlerine yönelik tutumları üzerindeki etkisi analiz edilmiş; din görevlilerinin mesleki bilinç, aidiyet duygusu ve kurumsal ilişkilere dair algı düzeylerinin, din hizmetlerinin niteliğini belirleyici bir unsur olduğu ortaya konulmuştur.

Araştırmada elde edilen bulgular, imam-hatiplerin çalıştıkları kurum olan DİB'e karşı genel olarak olumlu bir kimlik algısına sahip olduklarını; mesleki sorumluluklarını yalnızca görev tanımı çerçevesinde değil, aynı zamanda bir hizmet bilinciyle yerine getirdiklerini göstermektedir. Elde edilen sonuçlar, Kanderun ve Cengil⁶⁵ ile Sevinç⁶⁶ tarafından yapılan çalışmalar ile benzerlik göstermektedir. Kanderun ve Cengil'in çalışmasında, imam-hatiplerin DİB'e yönelik bağlılık düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sevinç ise din görevlilerine yönelik yapmış olduğu çalışmada kurumsal aidiyet düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Araştırma sonuçları, imam-hatiplerin mensubu oldukları kurumsal yapıyla olan ilişkilerini duygusal ve davranışsal düzeyde de içselleştirdiklerini ortaya koymuştur. Kuruma dair aidiyetin sadece zihinsel düzeyde değil, aynı zamanda duygusal bağlanma ve fiilî temsil üzerinden de geliştiği anlaşılmaktadır. Bu durum, örgütsel kimliğin çok boyutlu yapısına işaret etmekte olup, imam-hatiplerin görev yaptıkları cami ve çevresinde DİB'i temsil etme bilinciyle hareket ettiklerini göstermektedir.

Özellikle davranışsal katılım boyutunun, cami içi din hizmetlerine yönelik olumlu tutumları besleyen temel bir unsur olduğu görülmektedir. Kurumun temsilî değerlerine ilişkin pratiklerin benimsenmesi, kurumu simgeleyen sembollerin kullanılması ve kurumsal dilin sahada görünür hale getirilmesi, imam-hatiplerin hizmetteki motivasyonlarını ve toplumsal etkilerini güçlendirmektedir. Bu bağlamda, örgütsel kimlik kavramının, yalnızca kuruma dair aidiyetin ifadesi değil; aynı zamanda dinî hizmetin ruhuna içkin bir sorumluluk duygusunun tezahürü olduğu söylenebilir.

Araştırmanın ulaştığı bir diğer önemli sonuç ise, örgütsel kimlik düzeyi yüksek olan imam-hatiplerin cami içi din hizmetlerine yönelik tutumlarının da anlamlı şekilde daha yüksek olmasıdır. Bu durum, bireyin kuruma olan aidiyetiyle mesleki tutumu arasında doğrudan bir ilişki bulunduğunu ve bu ilişkinin din hizmetlerinin kalitesine olumlu yansıdığını göstermektedir. Nitekim İslam düşüncesinde görev ve sorumluluk bilincinin ahlâkî bir değerle birleşerek hizmete dönüştüğü düşünülürse, bu bulgu anlamlı ve yerindedir.

İmam hatiplerin kurumlarıyla olan ilişkilerinde özdeşleşme düzeylerinin yüksek olması, onların sadece kurumsal hedefleri benimsemelerini değil, aynı zamanda bu hedefleri kendi mesleki amaçlarıyla bütünleştirmelerini de sağlamaktadır. Bu bütünleşme, hem kurumsal verimliliği hem de din hizmetlerinin toplumsal kabulünü artıran bir dinamik olarak değerlendirilebilir. Bu yönüyle örgütsel kimlik, din görevlisinin sadece bir memur değil; bir "kurumsal temsilci" ve "manevi rehber" kimliğiyle sahada varlık göstermesini mümkün kılmaktadır.

Sonuç olarak, imam-hatiplerin örgütsel kimlik algılarının yüksek olduğu durumlarda, cami içi din hizmetlerine daha olumlu ve etkili bir yaklaşım sergilediklerini ortaya çıkmıştır. Bu bulgular, DİB'in din hizmetlerinin kalitesini artırma hedefi doğrultusunda, personelin örgütsel bağlılık ve mesleki yeterliklerini geliştirmeye yönelik stratejiler geliştirmesi gerektiğine işaret etmektedir. Nitekim İslami hizmet anlayışı, formel bir görevin ötesinde, ilahi bir vazifenin şuuru ile hareket etmeyi gerektirir. Bu bağlamda imam-hatiplerin mesleki motivasyonlarını güçlendirecek uygulamalı eğitimler, kurumsal aidiyetlerini pekiştirecek

⁶⁵ Mehmet Berkay Kanderun – Muammer Cengil, "Çalışma Yaşamında Örgütsel Bağlılık: Din Görevlilerinin Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin Çeşitli Sosyo-Demografik Değişkenlere Göre Analizi", *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 12(1), (2022), 163.

⁶⁶ İrfan Sevinç, "Din Görevlilerinin Kurumsal Aidiyet Algısı İle İş Performansları Arasındaki İlişki", *Kocatepe İslami İlimler Dergisi*, 5(2), (2022), 268.



sosyal ve kültürel destek mekanizmaları, din hizmetlerinin hem içeriğini hem de toplumsal etkisini artıracaktır. 2022 yılında Diyanet Akademisi'nin kurulması, kurumun vizyonu ve personel yeterlilikleri açısından önemli bir fırsat sunmaktadır. Kuruma giriş sınavını başarıyla geçerek göreve başlayacak bir imam-hatip, hafızlık durumuna bağlı olarak Diyanet Akademisi Mesleki Eğitim Yönetmeliği çerçevesinde alacağı eğitim, görevdeki verimlilik ve başarısını etkileyen en kritik dönemlerden birini teşkil edecektir. Bu eğitimin taşıdığı önemin dikkate alındığında, imam-hatiplerin örgütsel kimlik algılarının güçlendirilmesine yönelik eğitimlerin müfredat içerisinde yer almasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

Kaynakça

- Akın, Ahmet. "Cami İçi Din Hizmetleri". *I. Din Hizmetleri Sempozyumu*. ed. Mehmet Bulut. 1/245-257. Ankara: DİB Yayınları, 2008.
- Altaş, Nurullah (ed.). *Dini Danışmanlık ve Din Hizmetleri*. 2 Cilt. İstanbul: Dem Yayınları, 2017.
- Ashforth, Blake E. - Mael, Fred A. "Organizational Identity and Strategy as a Context for the Individual". *Advances in Strategic Management* 13 (1996), 19-64.
- Aydın, Vahdet. *İşletme Organizasyonundaki Gelişmeler*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 1973.
- Büyüköztürk, Şener vd. *Sosyal Bilimler İçin İstatistik*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık, 2024.
- Connolly, William E. *Kimlik ve Farklılık*. çev. Ferma Lekesizalın, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995.
- Çetin, Fatma - Çelebi, Mehmet Akif. "Çok Boyutlu Örgütsel Kimlik Ölçeği Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması". *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 14/1 (2021): 228–243. <https://doi.org/10.25287/ohuiibf.737996>
- Çiydem, Erol. "Modernite ve Kimlik". 21. *Yüzyıl Penceresinden Kültür ve Kimlik Sempozyumu*. Azerbaycan: Xəzər Universiteti Nəşriyyatı Khazar University Press, 2014.
- Çobanoğlu, Fatma Kasap. *İlköğretim Okullarında Örgütsel Kimlik ve Örgütsel Etkililik (Denizli ili örneği)*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2008.
- Dalbay, R. Saim. "Kimlik ve Toplumsal Kimlik Kavramı". *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 31 (Haziran 2018), 161-176.
- DİBGÇY, Diyanet İşleri Başkanlığı Görev ve Çalışma Yönetmeliği. Türkiye: Diyanet İşleri Başkanlığı, 2014. Erişim 21 Mayıs 2025.
- <https://mevzuat.gov.tr/File/GeneratePdf?mevzuatNo=19795&mevzuatTur=KurumVeKurulusYonetmeligi&mevzuatTertip=5>
- DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. "Din Hizmetleri". 2018.
- <https://dinhizmetleri.diyanet.gov.tr/sayfa/53/tanitim>.
- Kur'an-ı Kerim Meâli. çev. Halil Altuntaş – Muzaffer Şahin. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 3. Basım, 2009.
- Diyanet İşleri Başkanlığı. "Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Diyanet İşleri Başkanlığı Kurumsal Kimlik Rehberi". 2021.
- <https://hukukmusavirligi.diyanet.gov.tr/Documents/Kurumsal%20Kimlik%20Rehberi.pdf>.
- Doğan, Ahmet. *Din Görevlilerinin Mesleki Aidiyetleri, Mesleki Tükenmişlik Tutumları ve Hizmet İçi Eğitime Bakışları*. Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2013.
- Dutton, Jane E. - Dukerich, Janet M. "Keeping an Eye on the Mirror: Image and Identity in Organizational Adaptation." *Academy of Management Journal* 34, no. 3 (1991): 517–554.
- Dutton, Jane E. - Penner, Wendy J. "The Importance of Organizational Identity for Strategic Agenda Building." *Strategic Thinking: Leadership and the Management of Change*, 1993, 89–113.

Ertürk, Alper. "Örgütsel İletişim ve Adalet Algılarının Örgütsel Kimlik Algısı Üzerindeki Etkileri". *Yönetim Araştırmaları Dergisi*. 3/2 (2003), 147-170.

Gioia, Dennis A. - Schultz, Majken - Corley, Kevin G. "Organizational Identity, Image, and Adaptive Instability". *Academy of Management Review*. 25/1 (2000), 63-81. <https://doi.org/10.2307/259263>

Gioia, Dennis A. - Thomas, James B. "Identity, Image, and Issue Interpretation: Sensemaking During Strategic Change in Academia". *Administrative Science Quarterly*. 41/3 (1996), 370-403. <https://doi.org/10.2307/2393936>

Gleason, Philip. "Identifying Identity: A Semantic History". *The Journal of American History*. 69/4 (1983), 910-931. <https://doi.org/10.2307/1901196>

Haşlak, İrfan - Es, Muharrem. "Kentlilik Bilincinin Kazandırılmasında Yerel Siyasetin Rolü". *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi*. 5/3 (2019), 229-244.

Herder, Johann Gottfried. *Another Philosophy of History and Selected Political Writings*. Hackett Publishing, 2004.

Hicks, Herbert G. vd. *Örgütlerin Yönetimi: Sistemler ve Beşeri Kaynaklar Açısından*. 1 Cilt. Ankara: Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları, 1. Basım, 1977.

Jo Hatch, Mary - Schultz, Majken. "Relations Between Organizational Culture, Identity and Image". *European Journal of Marketing*. 31/5/6 (1997), 356-365. <https://doi.org/10.1108/eb060636>

Kanderun, Mehmet Berkay - Cengil, Muammer. "Çalışma Yaşamında Örgütsel Bağlılık: Din Görevlilerinin Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin Çeşitli Sosyo-Demografik Değişkenlere Göre Analizi". *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 12/1 (2022), 155-168.

Karaca, Hüseyin. "Sesten Söze, Sözden Sese Din Hizmeti". *Diyanet Aylık Dergi*. 214 (2008): 8-11.

Karagöz, Yalçın. *SPSS-AMOS-META Uygulamalı İstatistiksel Analizler*. Ankara: Nobel Yayıncılık, 2. Basım, 2019.

Karaman, Fikret. "Din Hizmetinin Toplum Hayatındaki Yeri ve Önemi". *Diyanet Aylık Dergi*. 30-33. 2009.

Karasar, Niyazi. *Bilimsel Araştırma Yöntemi Kavramlar-İlkeler-Teknikler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 39. Basım, 2012.

Kızılabdullah, Yıldız - Kızılabdullah, Şahin. "Cami Dışı Din Hizmetleri". *Din Hizmetlerinde Rehberlik ve İletişim El Kitabı*. ed. Recai Doğan- Remziye Ege. 133-151. Ankara: Grafiker, 2015.

Leblebici, Huseyin - Salancik, Gerald R. "The Rules of Organizing and The Managerial Role". *Organization Studies*, 10/3 (1989), 301-325.

Lee, Sang M. "An Empirical Analysis of Organizational Identification". *Academy of Management Journal*, 14/2 (1971), 213-226.

Levinson, Harry. "Reciprocation: The Relationship Between Man and Organization." *American Psychological Association*, 9/370 (1965). <https://doi.org/10.1037/11848-002>.

Liu, Liangcan - Zhao, Longying. "The Influence of Ethical Leadership and Green Organizational Identity on Employees' Green Innovation Behavior: The Moderating Effect of Strategic Flexibility". *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* 237/5 (February 2019).

Oktay, Mahmut. *Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları*. İstanbul: Der Yayınları, 1996.

- Oliver, David - Roos, Johan. "Beyond Text: Constructing Organizational Identity Multimodally". *British Journal of Management*, 18/4 (2007), 342-358.
- Onay, Ahmet. "Cami Eksenli Din Hizmetleri". *Değerler Eğitimi Dergisi*, 4/12 (2006), 149-175.
- Önkal, Ahmet - Bozkurt, Nebi. "Cami", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, (Erişim 12 Temmuz 2025). <https://islamansiklopedisi.org.tr/cami#1-dini-ve-sosyokulturel-tarihi>
- Özseven, Mustafa. *Kurumsal Karmaşıklık ve Örgütsel Kimlik: Türk Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma*. Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2015.
- Özyıldırım, Gülnar. *Öğretmen Adaylarının Özyeterlik İnançlarının Sınıf Yönetiminde Etik Duyarlık Düzeylerine Etkisi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, 2018.
- Puusa, Anu - Tolvanen, Ulla. "Organizational Identity and Trust". *EJBO-Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 2 (2006), 29-33.
- Quinn, Robert E. - Cameron, Kim. "Organizational Life Cycles and Shifting Criteria of Effectiveness: Some Preliminary Evidence". *Management Science*, 29/1 (1983), 33-51. 10.1287/mnsc.29.1.33
- Scott, Susanne G. - Lane, Vicki R. "A Stakeholder Approach to Organizational Identity". *Academy of Management Review*, 25/1 (2000), 43-62. 10.2307/259262
- Selçuk, Mualla. *Din Hizmetlerinde İletişim ve Halkla İlişkiler*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1999.
- Sethi, Rajesh - Compeau, Larry. "Social Construction, Organizational Identity, and Market Orientation of the Firm". *American Marketing Association*, 13/183 (2002), 417-445.
- Sevinç, İrfan. "Din Görevlilerinin Kurumsal Aidiyet Algısı İle İş Performansları Arasındaki İlişki". *Kocatepe İslami İlimler Dergisi*, 5/2 (2022), 249-274.
- Sezer, Cemal. "Örgüt ve Örgütlenme Anlamında Kullanılan Kavramların Analizi". *Reforma*, 1/65 (2015), 32-35.
- Stoner, Jason - Perrewé, Pamela L. - Hofacker, Charles. "The Development and Validation of The Multi-dimensional Identification Scale (MDIS)". *Journal of Applied Social Psychology* 41/7 (2011), 1632-1658.
- Tabachnick, Barbara - Fidell, Linda. *Using Multivariate Statistics*. Northridge: Pearson, 7th Edition, 2013.
- Tolman, Edward C. "Identification and The Postwar World." *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 38/2 (1943), 141.
- Topalian, Alan. "Corporate Identity: Beyond the Visual Overstatements". *International Journal of Advertising*, 3/1 (1984), 55-62.
- Tosun, Cemal. *Din Eğitimi Bilimine Giriş*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık, 1. Basım, 2001.
- Türkbağ, Ahmet Ulvi. "Kimlik, Hukuk ve Adalet Sorunu Kimlikler". *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, 6/23 (2003), 213-222.
- Tüzün, İpek Kalemci. *Örgütsel Güven, Örgütsel Kimlik ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisi; Uygulamalı Bir Çalışma*. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2006.
- Whetten, David A. - Godfrey, Paul C. - Gioia, Dennis A. "From Individual to Organizational Identity". *Identity in Organizations: Building Theory Through Conversations*. 17-32. SAGE Publications, Inc., 1998.



Wiesenfeld, Batia M. - Raghuram, Sumita - Garud, Raghu. "Communication Patterns as Determinants of Organizational Identification in a Virtual Organization". *Organization Science*, 10/6 (1999), 777-790.

Yazıcı, Nesimi. "Din Hizmetleri Açısından Caminin Yeri ve Önemi". *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 48/2 (2007), 1-10.