

Okulların Sosyal Sermayeleri ile Örgütsel İmajları Arasındaki İlişki

Durdağı AKAN

Yrd.Doç.Dr., Atatürk Üniversitesi, Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi

Murat BAŞAR

Yrd.Doç.Dr., Uşak Üniversitesi, Eğitim Fakültesi

Cemil ŞAHİN

Yrd.Doç.Dr., Gümşhane Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu

Makale Gönderim Tarihi: 26.03.2014, Makale Kabul Tarihi:21.10.2014

Öz: Tarama modeliyle yapılan bu çalışmada okulların sosyal sermayesi ile imajı arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmaya Erzurum il merkezindeki ilköğretim okullarında görev yapan 441 öğretmen katılmıştır. Katılımcılardan elde edilen veriler SPSS 19 paket programında değerlendirilmiştir. Yapılan temel bileşenler analizi sonucunda, sosyal sermayenin paylaşım, memnuniyet bütünleştirme, katılımcılık ve güvenden oluştuğu tespit edilmiştir. İmaj sermayesi ise çalışma ortamı, yönetim kalitesi, finansal sağlamlık, duygusal cazibe, hizmet kalitesi ve toplumsal sorumluluktan oluşmaktadır. Bu çalışmada t testi, tek yönlü varyans analizi (Anova), korelasyon ve regresyon analizi yapılmıştır. Sosyal sermaye ve imaj sermaye ölçeğinin Alpha güvenirlik değeri .95, KMO değeri .96 bulunmuştur. Okulların sosyal sermayesi ile örgütsel imajları arasında güçlü bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Okulların sosyal sermaye alt boyutları örgütsel imajın %73'ini açıklarken örgütsel imajının alt boyutları sosyal sermayenin %71'iini açıklamaktadır. Okulların sosyal sermayesi arttıkça okulların imajının da artmakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Sermaye, Örgütsel İmaj, Okul

The Relationship Between Social Capital of Schools And Organizational Image Based On Perceptions of Teachers

Abstract:The relationship between social capital and image of schools has been investigated in this study of scanning model. 441 teachers who are working in primary schools of Erzurum province participated to this study. The data obtained from the participants were analyzed using SPSS 19 software package. As a result of the principal component analysis, it has been found that social capital consists of share, satisfaction, integration, participation, and trust. Image capital consists of work environment, quality of management, financial stability, emotional appeal, quality of service, and social responsibility. In this research, t test, one-way analysis of variance (ANOVA), correlation and regression analysis were done. Alpha reliability value of social capital and image capital scales was found as .95 and KMO value as .96. It has been found that there was a strong relationship between social capital of school and organizational image. While sub-dimensions of social capital explained 73% of organizational image, sub-dimensions of organizational image explained 71% of social capital. It has been concluded that when social capital of schools becomes stronger, image of schools increases too.

Keywords: Social Financing, Organizational Image, School

GİRİŞ

Örgüt çalışanlarında ve üyelerinde örtülü olarak bulunan bilgi, öğrenme yararları yaratmak ve dolayısıyla örgütün etkililiğini artırmak için transfer edilerek ve başkalarıyla paylaşılarak değere dönüştürülebilir (Bingöl, Aydın ve Göksel, 2010). Örgüt üyelerinde var olan bu örtülü bilginin (Alavi ve Leinder, 2001), norm ve değerlerin, kültürün ve bunlara bağlı olarak örgütsel güvenin (Fukuyama, 2005), başkalarıyla paylaşımı ve değer üretimi için transferi, bazı etkenlerin varlığını gerektirir. Bu etkenlerin en başta geleni sosyal sermayedir (Choi ve Lee, 2003).

Genel bir tanım yapılacak olursa, sosyal sermaye; kişiler arası ilişkileri düzenleyen ve yöneten, ekonomik ve sosyal gelişmeye katkı yapan kurumlar, değerler, davranışlar ve ilişki ağlarıdır (Grootaert ve Bastelaert, 2002). Sosyal sermayenin tanımından çıkarsamayla elde edilen güven, norm ve değerler, ilişki ağları, etkin katılım ve aidiyet, sosyal sermayenin unsurlarını oluşturmaktadır. Buna paralel olarak paylaşım,

memnuniyet, bütünleştirme, katılımcılık ve güven kavramlarının bileşiminden sosyal sermaye meydana gelmektedir.

Nahapiet ve Ghoshal (1998), geliştirdikleri teorik bir modelde, sosyal sermayenin işletmeler için değer yaratmada nasıl kolaylaştırıcı bir rol oynadığını ortaya koymuşlardır. Sosyal sermaye, örgüt içerisinde sosyal ilişkileri yansıtan, üyelerin ortak amaç yönelimlerini ve paylaşılan güveni gerçekleştiren (Öğüt ve Erbil, 2009) bir değeri ifade etmektedir. Fukuyama (2005) sosyal sermayeyi, “insanların ortak amaçları için gruplar veya organizasyonlar halinde bir arada çalışabilme yeteneği” ya da “bir grubun üyeleri arasında paylaşılan ve onların birbirleriyle işbirliği yapmasını sağlayan, kendiliğinden oluşmuş ortak, gayri resmi değerler ve normlar bütünü” olarak tanımlar. Ayrıca sosyal sermaye; bir toplumun üretkenliğini ve sağlıklı olmasını etkileyen normlar, sosyal ağlar ve insanlar arası itibar, güven ve inanılabilirlik olarak da tanımlanabilir (Töremen ve Sönmez, 2003). Birlikte yaşamının gerektirdiği bazı durumlar vardır. Karşılıklı itimat ve saygı, güven, birlikte hareket etme, ortak amaçlar doğrultusunda yaşama ve çalışma bunlardan bazılarıdır. Toplumun bir arada tutan, birlik duygusunu, dolayısıyla toplumun sürekliliğini sağlayan güç ise sosyal sermaye olarak değerlendirilebilir (Şahin, 2011).

Bireylerin sosyal birikimleri gibi, örgütlerin de sosyal sermayeleri söz konusudur (Töremen ve Sönmez, 2003). Örgütlerde insan ilişkilerini biçimlendirerek bireyleri işbirliğine dönük davranışlara yönlendirmede, güvene dayalı ilişkilerle sosyal ve örgütsel bağlılık sağlamada, norm ve değerleri örgütsel ve sosyal amaçlar lehine bir niteliğe kavuşturmada sosyal sermaye önemli bir imkan sunmaktadır (Ekinci, 2010). Okullar, insan ilişkilerine dayalı işleyişle, sosyal ve bütüncül örgüt yapısıyla sosyal sermayenin yoğun olarak üretildiği ve değere dönüştürüldüğü örgütler olarak bu imkânı en iyi şekilde kullanması beklenen örgütlerdir.

Sosyal sermayenin bileşenleri olan güven, empati, yardımlaşma ve hoşgörü davranışları, ilişkilere gösterilen özene bağlı olarak ortaya çıkarlar. İlişkilerdeki özen insanlar arası güveni oluşturur ve empatiye yol açar. Ayrıca özen, istekliliği yardıma çevirir. Yardım etme davranışı başkasını önemseme ifadesidir. Nihayetinde özen yargılamadaki hoşgörüyü doğurur (Chua, 2002). Bu yapı bir ilişkiler ağı olan okul örgütünün, sosyal bütünlük içerisinde ilişkilerin geliştirilmesindeki niteliği ortaya koyar.

Okullar beşeri, kültürel ve entelektüel sermayeleri geliştirmenin yanında, sosyal sermayeyi üretmek ve kullanmakla da sorumlu örgütlerdir. Çünkü örgüt içinde örtülü bilgilerin paylaşılması ve sergilenen

AKAN, BAŞAR ve ŞAHİN: Okulların Sosyal Sermayeleri ile Örgüt...

yenilikçi davranışların örgüte rekabet avantajı kazandırması (Turgut ve Begenirbaş, 2014) gibi, sosyal sermaye de okulların rekabet gücünü artıran bir özelliğe sahiptir. Sosyal sermayesini yeterince geliştirememiş bir okul örgütü, beşeri, kültürel ve entelektüel sermayeleri geliştirme fonksiyonunu da yeterince yerine getiremeyecek ve rekabette geri kalacaktır. Yani kendinden bekleneni gerçekleştiremeyecektir.

Araştırmalar sosyal sermaye ile ekonomik performans arasında doğrusal bir ilişkinin olduğunu göstermektedir (Yıldız ve Topuz, 2011). Bir örgüt ne kadar yüksek kalitede sosyal sermayeye sahipse o kadar iyi rekabet edebilmekte, rakiplerine karşı üstünlük sağlayabilmekte ve hizmet sunumunda fark yaratabilmektedir. Bununla beraber eğitim örgütleri, insan yoğun örgütlerdir. İşletme örgütlerinden farklı olarak eğitim örgütlerinde ağırlıklı olarak bilişsel faaliyetler yürütülmektedir. Bu durum insan faktörüne vurgu yapmakta, sosyal sermayenin önemini daha fazla artırmaktadır. Örneğin bir okul yöneticisinin yönetim bilgi, becerileri ve yeterlikleri, o okulu diğerlerinin önüne geçirebilmektedir. Yine öğretmenlerin bilgi, becerileri ve yeterlikleri de aynı şekilde, çalıştıkları okul örgütünü farklı kılabilmekte ve eğitim kalitesini artırabilmektedir. (Şahin, 2011).

Bir okulu diğerlerinden ayıran ve değerli kılan sahip olduğu sosyal ve entelektüel sermayesi ile hizmet sunduğu çevresi tarafından algılanan imajıdır.

İmaj bir kişi veya bir örgüt hakkında insanın zihninde oluşan düşüncelerdir (Dichter, 1985). Örgütsel imaj ise örgüt üyelerinin, dışarıdakilerin örgüt üyesi olarak kendileri hakkında ne düşündüğü ve kendilerini nasıl gördüğü konusunda yaptığı değerlendirmeyi ifade eder (Karabey ve İşcan 2007).

İnsanlar bir örgüt hakkında olumlu bir değer biçiyor ve bunu sürekli dillendiriyorlarsa, bu örgütün yüksek bir değere sahip olduğu ileri sürülebilir (Lievens ve diğ..2007) Son yıllarda kurumların kendilerini toplumun tüm kesimlerine anlatma ve tanıtmaya gerekliliği her zamankinden daha fazla ön plana çıktığı görülmektedir (Küçük, 2005). Bu anlamda örgüte yönelik olumlu örgütsel imaj algısı, örgüte ve bireylere birçok yararlar sunmaktadır (Polat, 2011). Olumlu bir kurumsal imaj, organizasyonun devamlılığı ve stratejik başarısında önemli bir rol oynamaktadır. Güçlü bir kurumsal imaj örgütlere duygusal bir katma değer katar, onları ayırt edilebilir ve inanılır kılar, bu da rakiplerinden bir adım öne geçmelerine olanak verir. Bu nedenle imaj yönetimi kullanılması gereken stratejik bir araçtır (Erdoğan ve diğ. 2006).

Örgütler için paydaş güvenini muhafaza etme ve istikrarı sağlama örgütsel işleyişin yönünü belirler (Ferguson ve diğ. 2012). Dünya çapında bilinen büyük örgütler dahi, imajlarında herhangi bir olumsuzluk yaşadıklarında ekonomik kayıplara uğrayabilmektedirler. Bu nedenle örgütler, kurumsal imajlarını güçlendirmek için hizmet ettikleri kitlenin beklentilerini anlamaya çalışmaktadır. Kurumsal imaj ancak bu şekilde oluşturulur, yönetilir, korunur ve geliştirilebilir(Gürbüz, 2008).

İmaj yaratma ve imaj yönetim sürecini sürdürebilme maliyetli ve yoğun bir çabayı gerekli kılmaktadır. Bu alanda başarılı kurumların imaj yönetim süreçlerini yönetmek, sürdürebilir kılmak ve geliştirmek için büyük çaba ve paralar harcadıklarını söylemek mümkündür (Küçük,2004).

Kurum imajını genel olarak değerlendirmesine yönelik olarak yapılan araştırmalar incelendiğinde, kurumun iyi yönetim tarzı, finansal gücü, yenilik yapma becerileri, nitelikli personeli kuruma çekme ve onları elde tutma becerileri, sosyal sorumluluk bilinci gibi kriterlerle değerlendirildikleri görülmektedir (Küçük, 2005).

Günümüz rekabet ortamında ortaya çıkan gelişmelerden, her alanda olduğu gibi eğitim alanı da etkilenmiştir. Öğrencilerin tercih ettikleri bir okul olmak için çevrede olumlu bir örgütsel imaj oluşturmak önemli bir unsur olarak görülmektedir (Cerit,2006). Öğrencilerin ve velilerin okul tercihlerine ilişkin birçok özellik bulunmaktadır. Okulun köklü bir kurum olması, yabancı dil öğretim düzeyi, merkezi sınavlarda öğrenci başarısı, öğretim kadrosu, okulun eve yakınlığı ve eş-dost tavsiyesi, sayılabilecek başlıca özelliklerdir. Bu özelliklerden en belirleyici unsurun eş-dost tavsiyesinin olduğu görülmektedir. Bu tavsiyeler bireylerin kendi kafalarında oluşan imgelerden yola çıkarak yaptıkları yorumlara dayanmaktadır. Bireylerin kurum hakkında sahip oldukları imgelerin toplamı ise o kurumun imajına ilişkin oluşan toplu bir görüşü ortaya koymaktadır (Gürbüz, 2008).

Diğer taraftan, çalışanlar kurumları ile ilgili kendi imajlarını, kurumlarının kendi beklentilerine karşılık vermesi ölçüsünde ve kurumun dışarıdaki görüntüsünden etkilenerek oluşturmaktadırlar. Eğer çalışanların kendi kurumlarını algılamaları olumlu ise, bu durum çalışanların kurumla bütünleşmelerine ve onların çok yönlü performanslarının artmasına neden olacaktır (Küçük, 2005). Araştırmaya konu olan ve bir paydaş grubu olan öğretmenlerin çalışmakta oldukları okulun sosyal sermayesi ile zihinlerde oluşan imajı hakkındaki algısının bilinmesi, okulların bu anlamda potansiyeli ve gücü hakkında önemli bir bilgi elde etmemizi sağlayacaktır.

Amaç

Bu çalışmada okul örgütünün en önemli öğelerinden biri olan öğretmenlerin görüşlerine göre **“ilköğretim okullardaki sosyal sermaye ve örgütsel imaj ilişkilerinin ve düzeyinin incelenmesi”** amaçlanmaktadır. Bu amaçtan yola çıkılarak aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

İlköğretim okullarında görev yapan öğretmenlere göre;

- İlköğretim okullarının sosyal sermayeleri ile örgütsel imaj boyutları nelerdir?
- İlköğretim okulların sosyal sermayeleri ile örgütsel imaj boyutları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- İlköğretim okullarındaki algılanan sosyal sermaye unsurları öğretmenlerin;
 1. Eğitim düzeyine göre bir farklılaşma var mıdır?
 2. Hizmet yılına (kıdeme) göre bir farklılaşma var mıdır?
- İlköğretim okullarındaki algılanan örgütsel imaj unsurları öğretmenlerin;
 1. Hizmet yılına (kıdeme) göre bir farklılaşma var mıdır?
 2. Bulunduğu okuldaki hizmet yılına göre bir farklılaşma var mıdır?
- Okulların sosyal sermayeleri örgütsel imaj unsurlarının anlamlı birer yordayıcısı mıdır?
- Okulların örgütsel imajları sosyal sermaye unsurlarının anlamlı birer yordayıcısı mıdır?

YÖNTEM

Araştırma Modeli

Araştırmalarda model, araştırmacı ve araştırılan konuya bağlıdır. Araştırmacı araştıracağı konu hakkında sağlıklı veriler elde etmek için konunun yapısına uygun modeli seçer. Konuya uygunluğu nedeniyle araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modelleri, geçmişte ya da günümüzde var olan bir durumu olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımıdır (Karasar, 2013).

Evren ve Örneklem

Araştırmanın çalışma grubunu 2012-2013 eğitim-öğretim yılında Erzurum belediye sınırları içinde 32 ilköğretim (I. ve II. Kademe) okulunda görev yapan 441 öğretmen oluşturmaktadır. Çalışma grubunu oluşturan öğretmenlerin 231'i kadın, 210'u erkek; 74'ü 1-5 yıl, 120'si 6-10 yıl, 95'i 11-15 yıl, 87'si 16-20 yıl, 65'i 21 yıl ve üzeri kıdemli; 236'sı sınıf, 205'i branş öğretmenidir.

Araştırmanın Modeli ve Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi

Araştırmalarda modeli araştırmacı ve araştırılan konuya bağlıdır. Araştırmacı araştıracağı konu hakkında sağlıklı veriler elde etmek için konunun yapısına uygun modeli seçer. Uygun model araştırma için son derece önemlidir. Konuya uygunluğu nedeniyle araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modelleri, geçmişte ya da günümüzde var olan bir durumu olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımıdır (Karasar, 2013). Okulların sosyal sermaye düzeylerini belirlemek için Şahin (2011) tarafından geçerlik ve güvenilirliği yapılmış sosyal sermaye anketi, örgütsel imaj düzeylerini belirlemek için de Gürbüz (2008) tarafından geliştirilen ilköğretim okulu kurum imaj anketi kullanılmıştır.

Ölçme aracı sosyal sermaye anketi 45 sorudan, örgütsel imaj ise 46 sorudan oluşmaktadır. Elde edilen veriler SPSS19 paket programında değerlendirilmiştir. Yapılan faktör analizinde sosyal sermaye ölçeğindeki 16. sorunun güvenilirliği düşüren madde olduğu görülmüştür. Alpha güvenirlik katsayısı da, 96 bulunmuştur. Anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm öğretmenlerin kişisel bilgilerinden, ikinci bölüm 45 sosyal sermaye sorularından, üçüncü bölüm okulların örgütsel imajını ölçmeye yönelik sorulardan oluşmuştur. Yapılan temel bileşenler analizi sonucunda, tablo 1'de görüldüğü gibi sosyal sermayenin 5 boyutu ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar *paylaşım, memnuniyet, bütünleştirme, katılımcılık ve güven* diye adlandırılmıştır. Tablo2'de görüldüğü gibi örgütsel imajın da 6 boyutu bulunmuştur. Bu boyutlar *çalışma ortamı, yönetim kalitesi, finansal sağlamlık duygusal cazibe, hizmet kalitesi ve toplumsal sorumluluk* diye adlandırılmıştır. Sosyal sermayenin beş boyutun Alpha güvenirlik değeri. 89, KMO değeri .96 olarak bulunmuştur. İmaj sermayenin altı boyutunun Alpha güvenirlik değeri .95, KMO değeri .97 olarak tespit edilmiştir. Hem sosyal sermaye hem de

AKAN, BAŞAR ve ŞAHİN: Okulların Sosyal Sermayeleri ile Örgüt...

örgütsel imaj boyutlarının Alpha güvenirlik değeri .95, KMO değeri .96 olduğu görülmüştür.

Tablo1. Sosyal Sermaye Temel Bileşenler Analizi

Madde	Paylaşım	Memnuniyet	Bütünleştirme	Katılımcılık	Güven
13	718				
12	685				
6	678				
8	653				
5	647				
14	639				
7	636				
4	625				
2	618				
15	600				
11	546				
17	544				
41		750			
39		718			
40		692			
43		689			
44		688			
42		683			
38		675			
45		628			
32		524			
34		517			
19			670		
21			641		
26			607		
20			597		
25			596		
18			555		
31			541		
27			526		
24			500		
28			494		
33			493		
30				664	
35				663	

23	604	
37	575	
36	496	
22	477	
29	461	
9		848
10		784
1		587
3		495

Tablo2.Okulların Örgütsel İmajı Temel Bileşenler Analizi

Madde	Çalışma ortamı	Yönetim kalitesi	Finansal sağlamlık	Duygusal cazibe	Hizmet kalitesi	Toplumsal sorumluluk
1	765					
2	760					
3	728					
6	675					
4	673					
19	582					
7	528					
18	526					
12	498					
11	482					
8	456					
5	425					
40		747				
41		730				
42		726				
43		683				
44		623				
45		604				
46		549				
37			805			
38			703			
35			692			
36			621			
34			622			
39			596			
16			519			

AKAN, BAŞAR ve ŞAHİN: Okulların Sosyal Sermayeleri ile Örgüt...

32	742	
27	608	
33	599	
30	543	
29	515	
31	512	
26	419	
14		609
10		552
15		551
17		544
22		540
21		469
9		463
25		423
23		751
28		643
24		615
13		431

Tablo1 ve tablo 2’de *okulların sosyal sermaye ve örgütsel imajları* temel bileşenlerinin analiz sonuçları yer almaktadır Yapılan analiz sonucunda sosyal sermaye; *paylaşım, memnuniyet, bütünleştirme ve katılım* alt boyutlarından oluşmuştur. Okulların örgütsel imajı; *çalışma ortamı, yönetim kalitesi, finansal sağlamlık, duygusal cazibe, hizmet kalitesi ve toplumsal sorumluluk* olarak boyutlandırılmıştır. Araştırmada Şahin (2011) ve Gürbüz (2008) tarafından geçerliliği ve güvenilirlik çalışması yapılmış ölçme araçları kullanılmasına rağmen, çalışmanın farklı zamanlarda ve farklı yerlerde yapılmasından dolayı farklı boyutlar oluşabileceği düşüncesiyle faktör analizi yapılmıştır. Yapılan analizlerde her iki çalışmayla da benzeşen ve farklılık gösteren boyutların varlığı saptanmıştır.

Tablo 3. Sosyal Sermaye Ölçeği Maddelerinin Faktör Analizi İçin Açıklanan Toplam Varyans Yüzdeleri

Faktörler	Başlangıç Öz Değerleri			Kareler Toplamı Çıkarımı			Toplam Karelerin Rotasyonu		
	Toplam	Varyans Yüzdesi	Toplanmış Varyans Yüzdesi	Toplam	Varyans Yüzdesi	Toplanmış Varyans Yüzdesi	Toplam	Varyans Yüzdesi	Toplanmış Varyans Yüzdesi
1	19.680	43.733	43,733	19.680	43.733	43,733	7,289	16,198	16,198
2	2.549	5.665	49,398	2.549	5.665	49,398	7,113	15,808	32,005
3	1.744	3.875	53,273	1.744	3.875	53,273	5,930	13,178	45,183
4	1.464	3.253	56,526	1.464	3.253	56,526	4,433	9,619	55,034
5	1.424	3.164	59,690	1.424	3.164	59,690	2,095	4,656	59,690
6	1.244	2.765	62,456						
7	1.093	2.251	64,707						
8	.964	2.143	66,850						
9	.839	1.864	68,011						
10	.816	1.812	70,095						
11	.770	1.712	72,238						
12	.763	1.696	73,934						

Tablo 4. İmaj Ölçeği Maddelerinin Faktör Analizi İçin Açıklanan Toplam Varyans Yüzdeleri

Faktörler	Başlangıç Öz Değerleri			Kareler Toplamı Çıkarımı			Toplam Karelerin Rotasyonu		
	Toplam	Varyans Yüzdesi	Toplanmış Varyans Yüzdesi	Toplam	Varyans Yüzdesi	Toplanmış Varyans Yüzdesi	Toplam	Varyans Yüzdesi	Toplanmış Varyans Yüzdesi
1	21.487	46.710	46,710	21.487	38.707	46,710	7,126	15,491	15,491
2	2.785	6.055	52,765	2.785	6.055	52,765	5,762	12,526	28,016
3	1.733	3.767	56,532	1.733	3.767	56,532	5,233	11,388	39,404
4	1.433	3.114	59,646	1.433	3.114	59,646	4,573	9,940	49,345
5	1.430	3.109	62,755	1.430	3.109	62,755	4,493	9,767	59,112
6	1.121	2.437	65,191	1,121	2.437	65.191	3,797	6,080	65,191
7	.980	2.130	67,322						
8	.925	2.011	69,333						
9	1.067	2.371	68,011						

AKAN, BAŞAR ve ŞAHİN: Okulların Sosyal Sermayeleri ile Örgüt...

10	.864	1.878	71,211
11	.780	1.695	72,906
12	.713	1.549	74,456

Tablo3'te sosyal sermaye ölçeği alt boyutları sosyal sermayenin %60'nı açıklamaktadır. Örgütsel imaj ölçeğinin alt boyutları imajın %65'ini açıklamaktadır. Uluslara arası standardın %55 olduğu düşünüldüğünde her iki ölçeğin de oldukça açıklayıcı olduğu görülebilir.

BULGULAR

Tablo5. Boyutlar Arasındaki Korelasyon Matrisi

Boyutlar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Paylaşım	-												
Memnuniyet	.69**	-											
Bütünleştirme	.74**	.77**	-										
Katılımcılık	.55**	.60**	.68**	-									
Güven	.43**	.29**	.38**	.30**	-								
Sosyal Serm. Top.	.89**	.80**	.92**	.76**	.48**	-							
Çalışma ortamı	.74**	.76**	.73**	.57**	.36**	.81**	-						
Yönetim kalitesi	.65**	.72**	.72**	.54**	.32**	.76**	.77**	-					
Finansal	.46**	.60**	.58**	.36**	.28**	.58**	.61**	.71**	-				
sağlamlık	.56**	.63**	.65**	.48**	.26**	.67**	.70**	.69**	.69**	-			
Duygusal cazibe	.68**	.82**	.75**	.59**	.27**	.78**	.83**	.77**	.64**	.75**	-		
Hizmet kalitesi	.49**	.55**	.54**	.43**	.20**	.55**	.63**	.60**	.54**	.63**	.64**	-	
Toplumsal sorum.	.72**	.80**	.78**	.59**	.34**	.82**	.91**	.89**	.81**	.85**	.91**	.74**	-
İmaj Toplam													

N=441 **p<01

Okulların sosyal sermaye ile örgütsel imaj puanları arasındaki ilişkinin belirlenmesinde kullanılan Pearson Çarpım Momentler Korelasyon Analizi sonuçlarına Tablo 5'te yer verilmiştir. Öğretmen algıları doğrultusunda elde edilen bulgulara göre, sosyal sermayenin tüm alt boyutlarıyla imaj sermaye arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Okulların sosyal sermayesi ile örgütsel imaj ölçeği alt boyutlarından sosyal sermaye ile paylaşım [$r=-.89$], memnuniyet [$r=-.80$], bütünleştirme [$r=-.92$] katılımcılık [$r=-.76$] ve güven [$r=-.48$], arasında anlamlı ilişkiler olduğu saptanmıştır. Sosyal sermaye toplamının en güçlü ilişkisi bütünleştirme boyutuyla olduğu görülmüştür.

Okulların örgütsel imajı ile imaj sermaye ölçeği alt boyutlarından örgütsel imaj ile çalışma ortamı [$r=-.91$], yönetim kalitesi [$r=-.89$], finansal sağlamlık [$r=-.81$], duygusal cazibe [$r=-.85$] hizmet kalitesi [$r=-.91$] ve toplumsal sorumluluk [$r=-.74$], arasında anlamlı ilişkiler olduğu saptanmıştır. Sosyal sermaye toplamının en güçlü ilişkisi çalışma ortamı ve hizmet kalitesi boyutlarıyla olduğu görülmüştür.

Tabo4. Eğitim Düzeyine Göre Sosyal Sermaye Farklılaşma (Anova)

Değişken	Farkın kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark I-J
Paylaşım	Guruplar arası	2,552	2	1,276	2,923	042	Lisans- Lisansüstü
	Guruplar içi	191,160	438	,436			
		193,703	440				
	Toplam						

Öğretmenlerin eğitim düzeyine göre yapılan anaova testinde paylaşım boyutunda $p<05$ düzeyinde anlamlı fark bulunmuştur. Farkın kaynağını belirlemek için yapılan tukey testinde Lisansüstü eğitim düzeyine sahip öğretmenler okulların sosyal sermayesinde paylaşımı lisans mezunu öğretmenlere göre daha fazla önemli görmektedir.

Tablo 5. Öğretmenlikte Geçen Hizmet Yılına Göre Sosyal Sermaye Farklılaşma (Anova)

Değişken	Farkın kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark I-J
Güven	Guruplar arası	8,015	2	1,276	2,923	026	1-5-21 ve üstü
	Guruplar içi	385,403	438	,436			
		393,418	440				
	Toplam						

Öğretmenlerin hizmet yılına göre yapılan anaova testinde güven boyutunda $p<.05$ düzeyinde anlamlı fark bulunmuştur. Farkın kaynağını belirlemek için yapılan tukey testinde eğitim-öğretim faaliyetinde 21 ve daha üstü hizmette bulunmuş öğretmenler okulların sosyal sermayesinde

güveni mesleğe yeni başlamış 1-5 yıl kıdeme sahip öğretmenlere göre daha fazla önemli görmektedir.

Tablo 6. Öğretmenlikte Geçen Hizmet Yılına Göre Örgütsel İmaj Farklılaşma (Anova)

Değişken	Farkın kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark I-J
Çalışma ortamı	Guruplar arası	14,341	4	3,585	4,814	001	1-5-21 yıl ve üzeri
	Guruplar içi	324,734	436	,745			
	Toplam	339,075	440				
İmaj Toplam	Guruplar arası	4,217	4	1,054	2,492	043	1-5-21 yıl ve üzeri
	Guruplar içi	184,410	436	,423			
	Toplam	188,626	440				

Öğretmenlerin hizmet yılına göre yapılan anaova testinde güven boyutunda $p < .05$ düzeyinde anlamlı fark bulunmuştur. Farkın kaynağını belirlemek için yapılan tukey testinde eğitim-öğretim faaliyetinde 21 ve daha üstü hizmette bulunmuş öğretmenler okulların imajının güçlenmesinde çalışma ortamının iyi olmasının önemini mesleğe yeni başlamış 1-5 ve 6-10 yıl kıdeme sahip öğretmenlere göre daha fazla hissetmektedir. Örgütsel imajın tüm boyutlarının olduğu toplam puanda da kıdemli öğretmenler mesleğe yeni başlamış öğretmenlere göre önemli görmektedir. Öğretmenlerin okulların imajına verdikleri önem mesleki kıdemlerine göre artmakta olduğu söylenebilir.

Tablo7. Bulunduğu Okulda Geçen Hizmet Yılına Göre Örgütsel İmaj Farklılaşma (Anova)

Değişken	Farkın kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark I-J
Çalışma ortamı	Guruplar arası	11,300	3	3,767	5,022	002	1-3-10 yıl ve üzeri
	Guruplar içi	327,776	437	,750			
	Toplam	339,883	440				
	Toplam	5,608	3	1,869	3,209	023	7-10-10 yıl

	Guruplar				ve üzeri
Toplumsal sorumluluk	arası	254,537	437	,582	1-3-10 yıl ve üzeri
	Guruplar	260,146	440		
	İçerisindeki Toplam				

Bulunduğu okuldaki hizmet yılı değişkenine göre okulların imajında çalışma ortamı boyutunda $p < .05$ düzeyinde fark bulunmuştur. Farkın kaynağını belirlemek için yapılan tukey testinde Bulunduğu okulda geçen hizmet süresi 10 ve daha üstü olan öğretmenler okulların imajında bulunduğu okulda göreve yeni başlamış 1-3 ve 7-10 yıl hizmete sahip öğretmenlere göre iyi bir çalışma ortamını daha fazla önemli görmektedir. Öğretmenlerin aynı okulda hizmet süresi arttıkça çalışma ortamına verilen önem de artmaktadır. Aynı eğitim kurumuna uzun süre emek vermiş öğretmenlerin çalışma ortamının önemini farkına vardığı söylenebilir. İmaj sermayesinin toplumsal sorumluluk boyutunda $p < .05$ düzeyinde anlamlı fark bulunmuştur. Buldukları eğitim kurumunda uzun süre hizmet etmiş öğretmenler buldukları eğitim kurumunda göreve yeni başlamış öğretmenlere göre sanatsal ve sportif faaliyetleri okulun imajının güçlenmesinde daha fazla önemli görmektedir. Bulduğu okulda daha uzun süreli hizmet etmiş öğretmenlerin sportif, tiyatro, müziksel, görsel sanatlar gibi toplumsal sorumluluk etkinliklerinin okulun imajına katkı sağladığını düşünmektedir.

Tablo 8. Örgütsel İmaj Toplamı İle Sosyal Sermaye Arasındaki Regresyon Analizi Sonuçları

İmaj Sermaye	B	SH _B	B	t	P
Sabit	,328	,108		3,021	,003
Paylaşım	,180	,040	,182	4,530	,000
Memnuniyet	,416	,039	,443	10,780	,000
Bütünleştirme	,267	,046	,281	5,861	,000
Katılımcılık	,023	,035	,022	,644	,520
Güven	,017	,019	,025	,879	,380

$n=441, R=.86, R^2=.73, F=230.769, p<.01$

AKAN, BAŞAR ve ŞAHİN: Okulların Sosyal Sermayeleri ile Örgüt...

Tablo 8’de Sosyal sermayenin yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi yer almaktadır. Örgütsel imaj boyutları ile sosyal sermaye puanları arasında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vermektedir ($R=86$, $R^2=73$, $p< .01$). Adı geçen beş boyutla birlikte imaj sermayenin %73’ünü açıklamaktadır.

Standardize edilmiş regresyon katsayısına (β) göre yordayıcı değişkenlerin sosyal sermaye üzerindeki görece önem sırası paylaşım, memnuniyet, bütünleştirme, güven ve katılımcılık. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde katılımcılık ve güvenin okulların imajını açıklamada anlamlı bir yordayıcı olmadığı görülmektedir.

Tablo 9.Sosyal Sermaye Toplamı ile Örgütsel İmaj Arasındaki Regresyon Analizi Sonuçları

Sosyal Sermaye	B	SH _B	B	t	P
Sabit	839	,091		9,215	,000
Çalışma ortamı	,356	,044	,412	8,095	,000
Yönetim kalitesi	,196	,035	,268	5,672	,000
Finansal sağlamlık	-,022	,027	-,032	-,807	,420
Duygusal cazibe	,058	,036	,070	1,587	,113
Hizmet kalitesi	,174	,044	,216	3,956	,000
Toplumsal sorumluluk	-,025	,028	-,032	-,092	368

$n=441$, $R=.85$, $R^2=.71$, $F=179,906$ $p<.01$

Tablo 9’da sosyal sermayenin yordanmasına ilişkin regresyon analizi yer almaktadır. Sosyal sermaye boyutları ile örgütsel imaj puanları arasında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vermektedir. ($R=85$, $R^2=71$, $p< .01$). Adı geçen altı boyutla birlikte sosyal sermayenin %71’ini açıklamaktadır. Standardize edilmiş regresyon katsayısına (β) göre yordayıcı değişkenlerin sosyal sermaye üzerindeki görece önem sırası çalışma ortamı, yönetim kalitesi, hizmet kalitesi, duygusal cazibe,

toplumsal sorumluluk ve finansal sağlamlıktır. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde finansal sağlamlık, duygusal cazibe ve toplumsal sorumluluk boyutlarının anlamlı bir yordayıcı olmadığı görülmektedir. Ayrıca, yapılan t testinde öğretmenlerin cinsiyetine, branşına göre okulların sosyal sermayesi ve imajının farklılaşmadığı görülmüştür.

SONUÇ

Okulların sosyal sermaye ve örgütsel imajının incelendiği bu çalışmadan elde edilen bulgulardan okulların sosyal sermayesini paylaşım, memnuniyet, bütünleştirme, katılımcılık ve güvenin oluşturduğu, örgütsel imajını da çalışma ortamı, yönetim kalitesi, finansal sağlamlık, duygusal cazibe, hizmet kalitesi ve toplumsal sorumluktan oluştuğu sonucuna varılmıştır.

Okulların sosyal sermayesi ile örgütsel imajı arasındaki ilişki incelendiğinde aralarında güçlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Okulların sosyal sermayesi ile örgütsel imajı birbirini destekleyen unsurlardır. Okulların sosyal sermayesi güçlendikçe imajının da arttığı söylenebilir. Okulların yönetim kalitesi ve hizmet kalitesi geliştikçe imajı da güçlenmektedir.

Okulların sosyal sermayesi öğretmenlerin eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir. Lisansüstü eğitime sahip öğretmenler okulların sosyal sermayesinin artmasında ve gelişmesinde paylaşımın etkili olduğuna inanmaktadır. Öğretmenlerin eğitim düzeyi arttıkça okulların sosyal sermayesinde paylaşıma verilen öneminin arttığı söylenebilir.

Sosyal sermaye; güven ve iyi niyeti destekleyen ve arttıran gerekli bir içeriktir (KOSGEP, 2005). Araştırmada öğretmenlerin aynı okulda uzun süre çalışması okulun sosyal sermayesinin artmasında çalışanların birbirine güveninin, velilerin okula güvenin önemini daha fazla hissettiği sonucuna ulaşılmıştır. Güvene dayalı bir kurum kültürü okul amaçlarına ulaşılmasında önemli bir etken olarak görülmelidir. Bektaş (2011) çalışmasında örgütsel imaj faktörlerinin -akademik çevre, fiziksel-sosyal çevre, toplumsal algılanma- alt boyutları ile birlikte örgüt kültürünün %57'sini yordadığı; ayrıca, örgüt kültürünü en yüksek yordayan değişkenin %44 düzeyinde akademik çevre faktörü olduğunu tespit etmiştir. Ekinci'nin (2012) çalışması da benzer sonuçlar içermektedir. Ekinci çalışmasında öğretmenlerin sosyal sermayenin alt boyutundan güvene daha çok önem verdiklerini tespit etmiştir. Öğretmenlerin aynı

AKAN, BAŞAR ve ŞAHİN: Okulların Sosyal Sermayeleri ile Örgüt...

okulda uzun süre çalışması okulun sosyal sermayesinin artmasında çalışanların birbirine güveninin, velilerin okula güvenin önemini daha fazla hissettiği sonucuna ulaşılmıştır. Turgut ve Begenirbaş (2014) tarafından yapılan diğer bir çalışmada ise sosyal sermayenin bir alt bileşeni olan ilişkisel sosyal sermayenin, çalışanların örtülü bilgi paylaşımı ve yenilikçi davranış sergilemesini anlamlı ve pozitif yönde etkilediği; güven, normlar ve özdeşleşme gibi unsurların örgüt içerisinde etkili olduğu ortaya konulmuştur.

Öğretmenlikte geçen hizmet yılına göre öğretmenlerin kıdemi arttıkça okulların imaj düzeyi mesleğe yeni başlamış öğretmenlere göre daha fazla önem kazanmaktadır. Deneyim ve tecrübenin çalışma ortamının imajın güçlenmesinde gerekli olduğu sonucuna varılabilir. Karabey ve İşcan (2007) çalışmalarında; örgütün dış imajını çekici bulan çalışanların, örgütle daha iyi özdeşleştiği ve örgütsel vatandaşlık davranışını olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal sermaye bir grubun ortak ürünler ortaya çıkarmasına imkân veren bir anlayışın ürünüdür (Altay, 2007). Öğretmenlerin aynı okulda çalışma süresi toplumsal sorumluluk faaliyetlerine verilen önemi de arttırmaktadır. Aynı okulda hizmet süresi arttıkça okulu daha yakından tanıma fırsatı bulan öğretmenler için okulun örgütsel imajının güçlenmesinde sanatsal, sportif etkinliklerin katkısını daha fazla hissettikleri ortaya çıkmaktadır. Polat (2011) çalışmasında üniversite öğrencilerinin üniversiteyle ilgili örgütsel imajını incelemiştir. Öğrenciler üniversitenin sportif imajını düşük algılamışlardır. Bir örgütün imajının güçlenmesinde sportif etkinliklerin önemli olduğu söylenebilir.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre; okulların sosyal sermayesi ve örgütsel imajı öğretmenlerin cinsiyetlerine göre değişmemektedir. Cerit (2006) çalışmasında öğrencilerin üniversitenin imajına yönelik algılarında cinsiyete göre farklılaşmadığını tespit etmiştir.

Örgütsel imaj sosyal sermayenin % 73'ünü açıklamakta iken sosyal sermaye örgütsel imajın %71'ini açıklamaktadır. Sosyal sermayenin gelişmesinde örgütsel imajın önemli bir etken olduğu tespit edilmiştir. Bir okulun sosyal sermayesi arttıkça imajı da güçlenmektedir. Yine bir okulun örgütsel imajı güçlendikçe sosyal sermayesi de artmaktadır. Bir eğitim kurumunda sosyal sermaye ve imaj okulun gelişmesinde ve güçlenmesinde birbirini destekleyen önemli etkenlerdendir. Okulların sosyal sermayesi güçlenmeden imajının da güçlenemeyeceği, imajının güçlenmeden de sosyal sermayesinin güçlenemeyeceği sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda okul örgütlerinin

daha verimli çalışabilmeleri için okullardaki sosyal sermaye ve örgütsel imaj ilişkisi üzerine daha fazla araştırma yapılması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- Alavi, M. & Leidner, D. E. (2001), Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual foundations and research issues, *MIS Quarterly*, 25(1): 107–136.
- Altay, A.(2007). Bir kamu malı olarak sosyal sermaye ve yoksulluk ilişkisi, *Ege Akademik Bakış*, 7(1) 2007: 337–36.
- Bektaş, F. (2010). Örgütsel İmaj ve Örgüt Kültürü: Öğretmen Adayı Örneğinde Nedensel Bir Araştırma, *Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi / Teori ve Uygulama*, Cilt (Vol): 1 Sayı, 5-18.
- Bingöl, D., Aydınlan, B. & Göksel, A. (2010). Örgütlerde bilgi paylaşım davranışı: Sosyal sermaye boyutundan bir bakış, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 65(4): 88-109.
- Cerit, Y. (2006). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Üniversitenin Örgütsel İmaj Düzeyine İlişkin Algıları, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, Sayı 47, ss:343-365
- Choi, B. & Lee, H. (2003). An empirical investigation of km styles and their effect on corporate performance, *Information & Management*, 40: 403-417.
- Chua, A. (2002), The influence of social interaction on knowledge creation, *Journal of Intellectual Capital*, 3(4): 375-392.
- Dichter, E. (1985). What's In An Image. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 2 Iss: 1, pp.75 – 81.
- Ekinci, A. (2010), *Okullarda sosyal sermaye*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Ekinci, A (2012). İlköğretim okullarındaki sosyal sermaye düzeyinin örgüt içi paylaşımına etkisi, *Kuramdan Uygulamaya Eğitim Bilimleri Dergisi*, 12 (4).
- Erdoğan B., Z. Develioğlu, K. Gönüllüoğlu, S. & Özkaya H. (2006) Kurumsal İmajın Şirketin Farklı Paydaşları Tarafından Algılanışı Üzerine Bir Araştırma, *Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı, 15.
- Ferguson, D. P., Wallace J. D. and Chandler, R. C. (2012) Rehabilitating Your Organization's Image: Public Relations Professionals' Perceptions of the Effectiveness and Ethicality of Image Repair Strategies in Crisis Situations, *Public Relations Journal* Vol. 6, No. 1 ISSN 1942-46.
- Fukuyama, F. (2005). *Güven: Sosyal erdemler ve refahın yaratılması*, (Çev: Ahmet Buğdaycı), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

- Gürbüz S. (2008), *Yönetici, Öğretmen ve Velilere Göre Ankara İli Özel ve Kamu ilköğretim okullarının kurumsal imajı*, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü: Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Grootaert, C. and Van Bastelaer, T. (2002). *Understanding and measuring social capital: A multidisciplinary tool for practitioners*. Washington DC: World Bank Publication
- Karabey, C.N. ve İşcan Ö.F. (2007) Örgütsel Özdeşleşme, Örgütsel İmaj Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi: Bir Uygulama, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 21 Sayı: 2
- Karasar, N. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemleri*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- KOSGEP (2005). *Ekonomik kalkınmada sosyal sermayenin rolü*, Ekonomik ve Stratejik Araştırmalar Merkez Müdürlüğü Yayınları: Ankara
- Küçük F. (2005) İnsan Kaynakları Açısından Kurumsal İmaj, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 15, Sayı: 2, Sayfa: 247-266.
- Küçükaslan, A. (2004). Örgütsel İmaj Yönetim Süreçlerinin İncelenmesi ve Bir Uygulama, *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi* Cilt: 19, Sayı: 1.
- Lievens F., Hoyer G. V. and Anseel F. (2007). Organizational Identity and Employer Image: Towards a Unifying Framework, *British Journal of Management*, Vol. 18, S45–S59 DOI: 10.1111/j.1467-8551.2007.00525.
- Nahapiet, J.ve Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage, *Academy of Management Review*, 23(2): 242-266
- Öğüt, A. ve Erbil, C. (2009). *Sosyal sermaye yönetimi*, Konya:Çizgi Kitabevi.
- Polat S. (2011), Üniversite Öğrencilerine Göre Kocaeli Üniversitesi'nin Örgütsel İmajı, *Eğitim ve Bilim* 2011, Cilt 36 Sayı 160
- Şahin, C. (2011). *Sosyal ve örgütsel sermayenin ilköğretim ile ortaöğretim okullarında kullanılma düzeylerinin okul yöneticilerinin görüşleri doğrultusunda incelenmesi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum
- Töremen, F. ve Sönmez, N. (2003). Sosyal sermayeyi artırma rolü ve katkısı bağlamında polis davranışları, *Polis Bilimleri Dergisi*, 5(3-4): 109-130.

AKAN, BAŞAR ve ŞAHİN: Okulların Sosyal Sermayeleri ile Örgüt...

- Turgut, E. ve Beğenirbaş, M. (2014). İlişkisel sosyal sermayenin yenilikçi davranışa etkisinde örtülü bilgi paylaşımı davranışının aracılık rolü, *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(1): 146-160.
- Yıldız, Z., Topuz, H. (2011). Sosyal sermaye ve ekonomik kalkınma ilişkisi açısından Türkiye üzerine bir değerlendirme, *Sosyal Siyaset Konferansları / Journal of Social Policy Conferences Sayı / Issue: 61 – 2011/2*, 201–226.