

## DEĞİŞEN JANDARMA TÖREN KIYAFETİNİN PERSONEL İMAJ VE AİDİYET ALGISINA ETKİSİ

Mehmet KAPLAN\*

Öz

İş giysileri çalışanların gereksinimlerine uygunluğunun yanı sıra kurum imajı ve insan kaynaklarından yararlanma gibi kurum dinamiklerini de etkileyebilmektedir. Kurumlar imajlarına göre ve vermek istedikleri mesaja göre üniformalarının model ve rengini seçmektedir. Jandarma Genel Komutanlığında üniforma şeref ve onur timsali olarak görülür ve kurumsal imajının somut halidir. Jandarma Genel Komutanlığı Türk Silahlı Kuvvetlerinden ayrılarak tamamen İçişleri Bakanlığına bağlanması sonrasında 1 numaralı (harici) üniforması da değişmiştir. Bu çalışmada amaç, yeni bir kimlik oluşturma doğrultusunda seçilen siyah renkli 1 numaralı üniformanın jandarma personelinin imaj ve aidiyet algılarına etkisini ortaya çıkarmaktır. İyi seçilmiş bir üniforma çalışanların moralini yükseltmekte, kurum atmosferine katkıda bulunmakta ve kurumun hizmet verdiği bireylerin tatmin düzeyini artırmaktadır. Bu doğrultuda yeni kıyafetin personel imaj ve aidiyet algısına etkisinin ortaya konulmasında elde edilen sonuçların faydalı olacağı beklenmektedir. Bu çalışmada Ankara'da farklı birimlerde görev yapan 20 subay, 36 astsubay ve 23 uzman jandarma çavuş/uzman erbaş statüsünde toplam 79 jandarma personeline yarı yapılandırılmış sorular sorulmuştur. Elde edilen veriler yeni, 1 numaralı kıyafetin imaja ve aidiyete etkileri olmak üzere iki tema altında sınıflandırılmıştır. Görüşmeye katılanların yüzde 62'si yeni üniformanın imaja katkısıyla ilgili, yüzde 43'ü aidiyete katkısı ile ilgili olumlu görüş bildirmiştir. Etkisi olmayacağını bildirenlerin sayısı olumsuz olacağını bildirenlerin sayısından daha fazladır. Üniforma değişimini askerlikten kopma olarak gören subaylar olumsuz düşünceye sahipken uzman jandarma çavuş/uzman erbaşlar ise bunu olumlu görmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Jandarma, Kurumsal İmaj, Aidiyet, Algı, Üniforma

## THE EFFECT OF CHANGING GENDARMARIE CEREMONY CLOTHES ON THE PERCEPTION OF STAFF IMAGE AND IDENTIFICATION

Abstract

In addition to suitability to the needs of employees, work clothes can also influence the dynamics of the company such as corporate image and utilization of human resources. Corporations choose the model and color of their uniforms according to their images and the message they want to give. In General Command of Gendarmerie, the uniform is seen as a symbol of honor and dignity and is the concrete form of corporate image. After General Command of Gendarmerie was separated from the Turkish Armed Forces and is subordinated to the Ministry of Interior, the Uniform Number 1 (external uniform) of the Gendarmerie has changed. The aim of this study is to determine the effects of black uniform number 1 chosen on the basis of creating a new identity on the image perception and the sense of perception of belonging to the gendarmerie personnel. A well-chosen uniform raises the morale of employees, contributes to the corporate atmosphere and increases the level of satisfaction of the individuals served by the institution. In this respect, it is expected that the results obtained in revealing the effect of new uniform on image perception and the sense of perception of belonging will be useful. In this study, semi-structured interview questions were asked to 20 officers, 36 non-commissioned officers and 23 specialists, total 79 gendarmeries, who have been working in different units in Ankara. The data was classified under two themes: the effects of the Uniform Number 1 on

\* Dr. Öğr. Görevlisi, Jandarma ve Sahil Güvenlik Akademisi, Fakülte Dekanlığı, mehmetkaplan278@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-1064-0312

*image perception and the sense of perceptio of belonging 62 percent of the respondents expressed positive opinion about the contribution of the new uniform to the image and 43 percent of the respondents expressed positive opinion about the contribution to the sense of belonging. The number of the respondents who reported that it would have no effect was greater than the number of the respondents who reported that it would be negative. Officers who see the change of uniform as a rupture from military service have a negative opinion, while specialists see this as positive.*

**Keywords:** Gendarmerie, Corporate Image, The Sense Of Belonging, Perception, Uniform.

## 1. İMAJ VE AİDİYET BAĞLAMINDA ÜNİFORMA

İmaj, "imeleme yoluyla zihinde canlandırılan nesne, kavram ve semboller" (Küçük Kurt, 1988: 167) ile "bunların oluşturduğu hisler, tutumlar, olumlu ve olumsuz değerlendirmelerden oluşur" (İletişim Türkiye Dergisi, 1997: 8). Kısacası imaj, kuruma dair fikir, düşünce ve algılamalardır. "İmaj, örgütün tüm dış görünümünü ifade eder" (Saruhan ve Yıldız, 2009: 293). "Bu imajın pozitif olması ve kullanıcıya hedonik bir fayda sağlaması gerekmektedir. Yine aynı bağlamda görüntü imajla bir uyum içerisinde olmalı ve birbirini tamamlamalıdır" (Timur ve Özmen, 2009: 411). İmaj algıya dayanmaktadır. "İmaj yaratma kişi ya da kurum ile ilgili görüş, düşünce ve inançların oluşturulması süreciyle, bu süreç ise medya kurallarıyla uyumlu görüntü oluşturulması ile başlar, davranış ve düşünce biçimi ile tamamlanır" (Kozanoğlu, 1994: 4). Kurumun çevresine iyi bir imaj sunabilmesi için öncelikle bir kurum içi imaj oluşturması gerekmektedir.

İmajın inşası için bir dizi bilgilendirme sürecinin varlığı gereklidir. Bu bilgilendirme, kişinin söz konusu ürün, kişi, olay, örgüt, kurum vb. hakkında imaj oluşturacağı nesne ile ilgili tecrübe ve deneyimleri, çevresinden etkileşim sonucu edindikleri, okudukları, gördükleri ve başka yöntemlerle elde ettiklerinden oluşmaktadır. İmaj için elde edilen bilgi ve tecrübelerin bulunulan kültür, grup, arkadaş ortamı, ülke gibi ortam içerisinde ve öznenin içerisinde bulunduğu psikolojik şartlar içerisinde yoğunlaşması gerekmektedir.

Günümüzde kurumlar emsalleri arasında rekabet gücünü korumak ve geliştirmek hatta varlığını devam ettirebilmek amacıyla hedef kitlesi üzerinde bir imaj yaratma, mevcut olumlu imajı güçlendirme ve olumsuz imajı mevcutsa bunu değiştirme amacı hedeflemektedir. "Kurumsal görünüm, iletişim ve davranışın toplamında ifadesini bulan imaj, iç ve dış hedef kitleler üzerinde inandırıcılık ve güven yaratmak ile bu güveni sürdürmek gibi önemli bir işlevi yerine getirmektedir" (Dowling, 1997: 21). Kurumsal görünüm içerisinde önemli yer tutan üniforma imaj oluşumunun da temel unsurlarından biridir. Görünümle ilgili ürünler kişinin kendine ve rolüne uygun eylem ve tutumlarını ifade eder (Daniel ve diğerleri, 1996). "Kıyafet her zaman delildir ve ilk bakışta tüm gözlemcilere manevi duruşumuzun bir göstergesidir." (Veblen, 1953: 119). Üniforma gözlemci

için bir ipucu görevi görürken birinin elbisesi de kullanıcıyı başkalarına sembolize eder veya tanımlar. Önceleri askerlikteki sınıf ve rütbeleri, asalet gibi sınıf farklarını belirleyen üniforma, toplumsal gelişme ve örgütlenme ile daha çeşitlenmiş ve yaygınlaşmıştır. Üniforma; renk, şekil, model, aksesuar ve kılık yönünden belli kurallar, kaideler, gelenekler, görenekler veya fikir birliğine dayanan standartlaştırılmış ve aynileştirilmiş giyim ve kuşam malzemesidir

Guiraud (1994) üniforma tarzı giysileri, toplumsal, kurumsal, mesleksi, kültürel ve ulusal açıdan sınıflandıran, tanımlayan birer kimlik göstergesi olarak değerlendirmektedir. "Kurumsal dizaynın temelini oluşturan görsel semboller, egemen gruplar tarafından ikincil veya dışarıdaki gruplara yönelik olarak geleneksel bir şekilde kurumsal ayırt edici özellikleri, ortak amaç ve değerleri ve aidiyet duygusunu iletmek üzere kullanılmıştır." (L'Etang ve Pieczka, 2002: 145).

Bir birey kendisi gibi aynı üniformayı giyen kişileri diğer insanlardan ayrı bir zümre olarak görmeye meyillidir. Diğer bir ifade ile insanlar karşılıklarındaki giydikleri üniformaya göre gruplandırmaktadırlar. Bu nedenle "bir kurumun kendisini görsel olarak ifade etme biçimi olması dolayısıyla üniforma kurumsal kimliğin önemli bir parçasıdır." (Koç ve diğerleri, 2008: 376). Kurum kimliğinin algılanmasında ağırlıklı payı görsel unsurlar oluşturmaktadır. Bu da paydaşların akıllarında kurumla ilgili bir imajın oluşmasını sağlamaktadır. Kısacası kurumsal kültürden kaynaklanan kimlik ve onun bir yansıması olarak imaj, gerçek görüntüyü oluştururken zihinde fotoğraf oluşmaktadır.

Bir toplum, kendisini oluşturan fertleri bir parti, mezhep, din, milliyet, aşiret üzerine bina etmiş ve kendini bu çerçevede ifade ettikleri bir kimlik altında toplanmaları sayesinde ortaya çıkar. Bu şekilde ortaya çıkan topluluklar veya gruplar büyüdükçe kendileri gibi olan kişilere kendilerini tanımlayabilmek için sözsüz iletişimin bir parçası olan ve kimliğin kurulması ve yansıtılmasına etki eden bir sembol veya üniforma kullanırlar. Sosyal, ekonomik ve kültürel ilişkiler içinde fert ve toplum ortak aidiyet duygusu altında kaynaşır, kişiler çokluk içinde birliğe kavuşarak davranışlarda bütünlük ve homojenlik oluşur. Kurumsal aidiyet, çalışanların örgütte kendilerine bireysel bir yer kazandıkları ve kabul gördüklerine ilişkin bir hisse sahip olarak kendilerini örgütün bir parçası olarak algılaması yani kendisini kurumu ile özdeşleştirmesidir. Kurumsal aidiyete etki eden faktörler; bireysel faktörler, iş ve role ilişkin faktörler, iş deneyimi ve çalışma ortamına ilişkin faktörler ve örgüt yapısına ilişkin faktörler olarak ayrılmaktadır (Yalçın ve İplik, 2005). Başka bir tanımlamada ise bireylerin özellikleri, beklentileri, profesyonellik, yeni iş bulma olanakları gibi bireysel, kurum içi ve dışındaki

faktörler ile birlikte, işin niteliği, kurumdaki yönetim tarzı, kurumsal kültür ve diğer kurumsal yapı ve süreçlere ilişkin faktörlerin bulunduğu ifade edilmektedir (Durna ve Eren, 2005). Ayrıca, çalışanlara görev bağımsızlığı ve karar verme fırsatları sağlanması, grup dayanışması yaratılması, çalışanlar arasında eşitliğin gözetilmesi, çalışanların görüş ve taleplerine ilişkin geri besleme sağlanması ve başarılı olanların ödüllendirilmesi kurumsal aidiyet bilincini geliştiren unsurlar arasında görülmektedir. Çalışanlarda tercih edilen kurumsal aidiyetin gelişimi duygusal bağlılıkla başlar (Brown, 2003).

"İyi seçilmiş bir iş giysisi, çalışanların moralini yükseltmekte, kurum atmosferine katkıda bulunmakta, kurumun hizmet verdiği bireylerin tatmin düzeyini artırmaktadır. Kurumlar, imajlarına ve vermek istedikleri mesajlara göre çalışanların giysilerine özen göstermek zorundadırlar." (Koç ve diğerleri, 2008: 376). Nitekim "personel kıyafetinin temizliği, kalitesi ve uyumu, yapılan işe verilen değer hakkında müşteriye mutlaka bir fikir verecektir." (Biber, 2004: 71). "İş giysileri çalışanların gereksinimlerine uygunluğunun yanı sıra kurum imajı ve insan kaynaklarından yararlanma gibi kurum dinamiklerini de etkileyebilmektedir. Hizmet sektörü başta olmak üzere kurumlar, imajlara göre ve vermek istedikleri mesaja göre iş giysilerinin model ve rengini seçmektedir." (Solak, 2003: 416). Yani çalışan personelin üniformaları kurum imajının ve kurum kimliğinin ayrılmaz bir ögesidir. Bu doğrultuda doğru giyinmek insanda huzur ve emin olma duygusu yaratır. Etkili giyinmek ise başkalarının üzerinde "çarpıcı" bir etki bırakmak demektir. Bu etki hem iş hayatında hem de sosyal hayatta insanları ikna etmek ve kalıcı ilişkiler kurabilmek için çok işe yaramaktadır (Çakır, 2004: 51).

Peltekoğlu (2001: 278) örgütsel görünümün kişileri olumlu veya olumsuz etkileyeceğini ve örgütsel görünümü oluşturan öğelerden bir tanesinin de personel üniforması olduğunu ifade etmiştir. Üniformanın imaj oluşturma işlevi içerisinde katkısı olan en önemli hususlardan bir tanesi de üniformada kullanılan renktir. "Üniformanın rengi personelin çalışma statüsünü, kişilik özelliklerini yansıtan, sembolik bir değer taşıyan ve sözlü olmayan bir iletişim aracıdır. Kurumlar, imajlarına ve vermek istedikleri mesaja göre üniforma rengi seçmektedirler." (Gönen ve diğerleri, 2003). Üniformanın imaj işlevindeki en önemli unsurlarından bir tanesi de seçilen renkler ve kullanılan renk kombinasyonudur. Çünkü renkler insanların yaşamlarını, kültürlerini ve algılarını etkileyen; bu nedenle de çoğu zaman bilinçli olarak evlerinde, yaşam alanlarında, elbiselerinde, vücutlarında makyaj olarak, kamuflaj olarak veya sembolik olarak kullandıkları bir unsur olmuştur. Çalışanların renk tercihlerini, renklere yükledikleri anlamlara bağlı

olarak psikolojilerini olumlu yönde değiştirmeye yönelik çalışmalar yapılarak motivasyonlarının artırılmasında renklerden faydalanılabilir. Yapılan çalışmalarda "renklerin odaklanma, dikkatli olma, saldırganlık seviyesi ve stres üzerinde etkili olduğu saptanmıştır" (Keskin, 2006: 24). "Renkler kişinin zevkini, renk uyumundaki bilgi ve becerisini ve kendine olan güvenini ifade ettiği gibi, giyim tarzı, ruh hali ve kişiliğini de yansıtarak giysilerin sembolik değerlerini oluşturur."(Koca ve Koç, 2008: 172). "Kıyafetlerde kullanılan rengin bir görevi onun enformasyon işlevi ile ilgilidir. Çünkü renk yoğun bir dildir. Bazı anlamlar bildirir. Bu rengin en önemli görevidir. Rengin dil işlevi doğal durumdur. Rengin ikinci görevi ise insanların onunla belli bir çevre yaratmalarıdır." (Kanışkan, 2012: 86).

Jandarma Genel Komutanlığında kurumsal kimliğin en önde gelen unsurlarından biri ve kurumsal imajın somut hali üniformadır ve bir sembol olması dolayısıyla Jandarmanın sahip olduğu şeref ve itibar üniformaya da yüklenmiştir. Jandarma üniformalarında kurum kimliği ve imajı açısından en önemlisi ise 1 nolu kıyafettir. 1 nolu kıyafette yapılan değişiklikler aynı zamanda jandarmanın kurumsal imaj değişimlerini de ortaya koymaktadır. Başka bir deyişle; Jandarma Genel Komutanlığında yapılan üniforma değişikliğinin biçimsel olarak görüntüsünden ziyade kurumsal bir imaj olarak ona yüklenen anlamların geçirdiği farklılaşma açısından ve personelin aidiyetine etkisinin irdelenmesi gereği ortaya çıkmaktadır.

## **2. DEĞİŞEN ÜNİFORMANIN ŞEKLİ, RENGİ VE DEĞİŞİM AMACININ DEĞERLENDİRİLMESİ<sup>1</sup>**

Türk tarihinin başlangıcından bu döneme kadar emniyet ve asayiş sağlamak amacıyla oluşturulan kolluk teşkilatlarını incelediğimizde genel olarak askeri görevlilerin aynı zamanda zabıta görevi icra ettikleri görülmektedir. Jandarma geçmişten 2016 yılına kadar devamlı askeri teşkilatlanma içerisinde yer almış hatta birçok dönemde ordunun bir kuvvetinden ziyade bir sınıfı olarak ele alınmıştır. Bu nedenle jandarma kıyafetleri genel itibarıyla Kara Ordusu kıyafetleri ile aynıdır.

---

<sup>1</sup> Bu başlık altında verilen bilgiler 13-14 Haziran 2019 tarihinde icra edilen "Asayişten Cepheye Millî Mücadelede Jandarma Sempozyumu"nda sunulan "Jandarma Personelinin Değişen 1 Nolu Harici Kıyafete Yönelik Algısı" başlıklı bildirden faydalanılarak hazırlanmıştır.

07 Nisan 1935 tarihinde çıkarılan ilk Jandarma Kıyafet Kararnamesi ile 05 Eylül 1948 tarihinde çıkarılan Jandarma Kıyafet Kararnamesi Jandarmanın kıyafeti için Ordu Kıyafet Kararnamesine atıf yaparak Kara Ordusu için geçerli olan kıyafet düzenlemelerinin jandarma için de geçerli olduğunu belirtmiştir. Bunların haricinde Jandarmanın üniformaları 1933, 1937, 1947 ve 1956 Ordu Kıyafet Kararnameleri ile 1963, 1971 ve 1976 TSK Kıyafet Kararnameleriyle tespit olunmuştur. Tüm bu hususlar ışığında jandarmanın, kara ordusu kıyafetlerini giydiği, sadece spolet ve kokartlarında değişiklik olduğu, kıyafet şekli ve renginin aynı olduğu söylenebilir. 27 Temmuz 2016 tarihinde çıkarılan 668 Sayılı Olağanüstü Hal Kapsamında Alınması Gereken Tedbirler ile Bazı Kurum ve Kuruluşlara Dair Düzenleme Yapılması Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin 6'ncı maddesi ile Jandarma Genel Komutanlığı, TSK'dan ayrılarak İçişleri Bakanlığına bağlanmıştır. Bu bağlılık değişikliği ile birlikte jandarmanın kurumsal imajının değişiminin göstergesi olacak üniforma değişikliğine gidilmiştir. Şu an kullanılan siyah renkli Harici/Tören (1 nolu) kıyafeti kabul edilerek kullanılmaya başlanmıştır. Bu kıyafetin şekil, renk ve değişim amacına yönelik Ankara ilinde Jandarma Genel Komutanlığının farklı birimlerde görev yapan 16 subay, 23 astsubay ve 20 uzman jandarma çavuş/uzman erbaş statüsünde toplam 59 kişiyle yapılan ve "Asayişten Cepheye Millî Mücadelede Jandarma Sempozyumu"nda sunulan çalışmaya göre:

- Katılımcıların yüzde 68 oranındaki çoğunluğu üniformanın şeklini uygun bulurken, yüzde 12 oranındaki kısım uygun bulmamıştır. Üniformanın şekli TSK'da kullanılan harici kıyafetin aynısı olup şekil olarak eskiye nazaran bir değişiklik olmamasına rağmen bazı katılımcıların üniformada sanki bir şekil değişikliği yapılmış gibi algıladıkları anlaşılmıştır. Katılımcıların sadece yüzde 18'lik kısmı değişiklik olmadığını beyan etmiştir.

- Katılımcıların yüzde 81'lik kısmı üniformanın siyah renk olmasını uygun bulmuş, yüzde 17 oranındaki kısım uygun bulmamıştır. Astsubay ve Uzman Jandarma Çavuş/Uzman Erbaşların tamamına yakını üniforma rengi olarak siyah rengi benimserken, Subayların yüzde 48'i siyah rengi benimsememiş, mavi veya yeşil başta olmak üzere başka bir rengin olması gerektiğini ifade etmişlerdir.

- Üniforma değişim amacı bağlamında, doğrudan jandarmanın TSK'dan ayrılması ve asker niteliği ile ilişkilendirerek değerlendirme yapan Uzman Jandarma Çavuş /Uzman Erbaşların, jandarmanın TSK'dan ayrılmasına veya asker niteliğinin kalmamasına olumlu gözle baktıkları ve memnun oldukları anlaşılmaktadır. Astsubaylardan bazılarının olumlu bakarak, memnun olurken; bazılarının olumsuz baktıkları ortaya çıkmıştır. Subayların ise TSK'dan ayrılmaya

ve asker niteliğinin kalmamasına tamamının olumsuz bakarak memnuniyet hissetmedikleri görülmüştür. Jandarmanın 1 numaralı üniformasının değişmesini yüzde 77'lik kısım “Kimlik Oluşturma” ve “İmaj Oluşturma/Değiştirme” olarak görürken katılımcıların yüzde 8'lik kısmının ise üniforma değişim amacı ile ilgili herhangi bir fikirlerinin olmadığını beyan etmişlerdir.

### **3. ALANYAZIN**

Üniforma, grup üyelerini tanımlar, örgütsel hedeflere ulaşılmasının sağlanmasına yardımcı olur ve bireyin grup ve statü taleplerinin önceliklerini sıralar (Joseph ve Alex, 1972: 719); üyelerin ve üye olmayanların kuruluşlardaki yetki ve sorumluluk modellerini ayırt etmelerine yardımcı olarak insan kaynaklarının kullanımını kontrol etmeyi sağlar (Rafaeli ve Pratt, 1993: 48). Solomon (1985), üniformanın grup uyumunu kolaylaştırırken, çalışanların moralini ve üretkenliği arttırmaya yardımcı olduğunu bildirmiştir.

Üniforma değişimine, imaj ve aidiyet algısına etkisine yönelik çalışmalar incelendiğinde; üniformanın kullanıcı açısından ne kadar önemli olduğu devamlı ifade edilse de giyim ve görünüm algısını kullanıcının bakış açısından inceleyen az sayıda çalışma olduğu görülmektedir.

Aygül (2011), sivil havacılık alanında yapmış olduğu çalışmada üniformanın kurum kültürünün oluşturulmasında grup normlarına ve personelin rollerine uyup gerekli davranışlarda bulunmalarını sağlamada önemli bir araç olduğunu tespit ederek, giyen personelin giymeyenlere oranla kurum norm ve isteklerine uygun davranışta bulduklarını belirlemiştir. Havacılık alanında yapılan başka bir çalışmada Black (2008), üniformanın sezonluk değişimlere tabi olmadığını, sürekli geçmişi referans etmekte ve tek bir dil ve görünüme referans olduğunu belirtmiş, üniformada yapılacak değişimlerle kurumun vereceği mesajı ve bu mesajın değişip-değişmemesi gerekeceğinin belirlendiğini söylemiştir.

Okullarda üniforma kullanılmasının öğrencilerin notlarını arttırmaya; okuldaki disiplin sorunlarını azaltmaya ve okul güvenliğini sağlamaya yönelik etkisini tespit etmek için birçok çalışma yapılmıştır. Brunsma (2006), olumsuz sonuçlar elde ederken; Duvall ve diğerleri (2004), Anderson (2002) ve Krystyniak (2001) ise olumlu sonuçlar elde etmişlerdir. Taneri ve diğerleri (2015), çalışmalarında öğrencilere getirilen kılık kıyafet serbestliği hakkında, öğretmenlerin, okul yöneticilerinin ve öğrencilerin duygu ve düşüncelerini ortaya çıkarmaya, kılık ve kıyafete serbestlik getiren yönetmeliğin sonuçlarının “özgürleşme” ve “insanlaşmaya” katkı sağlaması olasılığını tespit etmeye çalışmışlardır.

Ankara, Adana ve Alanya bölgesindeki sağlık sektörü personelinin iş doyumunda üniformanın etkisi üzerine yapılan bir çalışmada; üniformaların işe yönelik tutumları olumlu etkilediği ve üniforma modelinin çalışma statülerini doğru şekilde yansıttığı belirlenmiştir (Gönen ve diğerleri, 2003).

Polis üniformalarının güvenilirlikleri üzerindeki etkilerini inceleyen Gunderson (1987), algılanan profesyonellikte büyük bir farkla blazer üniformasının geleneksel üniformaya göre tercih edildiğini bildirmiştir. Paul ve Birzer (2004) üniformanın polis görevinin gerekli bir unsuru olduğunu ve söz konusu üniformanın hizmet ve otoriteyi ifade ettiğini söylemişlerdir.

Kıyafetin bir sembole ve bir sembolün de üniforma ile eşdeğer bir anlama işaret ettiğine yönelik birçok çalışmadan biri olan Nagasawa ve diğerlerinin (1991), çalışmalarında, kıyafetin sosyal anlamına yönelik sosyal psikoloji kapsamında bilişsel, davranışsal, güdüsel ve sembolik olmak üzere dört modelden oluşan bir paradigma önerilmiştir. Bu modellerden sembolik modele göre insanlar sembol kullanırlar; sembollerin yorumlanması ile davranışlarını şekillendirirler. İnsan davranışlarını anlamada anahtar rolü yazılı ve sözlü semboller ile yazılı ve sözlü olmayan semboller oluşturur. Bu paradigmaya göre dört modelden en kapsamlısı sembolik modeldir. Barnard (2001: 47-68), giysinin işlevlerini korunma, mütevazılık-gösteriş, abartı-sadelik, iletişim, bireysel dışavurum, toplumsal statü, toplumsal rol belirleme, ekonomik statü, büyü-dini durumlar, siyasal sembol olma ve toplumsal ritüeller olarak sıralamaktadır. Üniformanın iletişim, koruma, etiketleme, boyun eğdirme, imaj oluşturma, statü belirleme, gizleme ve kimlik olmak üzere yedi işlevi mevcuttur. Joseph ve Alex (1972) üniformanın kullanıcının statüsünü hem göstermek için hem de gizlemek için kullanıldığını, Kaiser (1990: 389) ise her karmaşık sosyal yapının, statüyü vurgulamak için üniforma kullandığını ortaya koymuşlardır. Singer ve Singer (1985) yılında yaptıkları bir çalışmada üniversiteli kızların üniformalı polisleri sivil kıyafetli olanlardan daha yetkin, güvenilir ve akıllı olarak algıladıklarını tespit etmişlerdir. Rafaeli ve Pratt (1993), hizmet giysilerinin renginin, tarzının ve malzemesinin, müşterilerin beklentilerini etkilemek için kullanabileceğini, müşteriler için “anlam yüklü sembolleri” temsil ettiğini tespit etmişlerdir. Ayrıca farklı renklerin farklı kurumları işaret ettiğini belirtmişlerdir. Örneğin, mavi, kullanıcının ve temsil ettiği organizasyonun otoritesini ve onurunu temsil etmektedir. Frank ve Gilovich (1988) tarafından yapılan bir araştırmaya göre, seyirciler tarafından siyah üniformalı buz hokeyi takımlarının diğer takımlara göre daha aktif, daha güçlü ve gaddar



algılandıkları; siyah üniformayı giyen oyuncuların daha agresif düşündükleri ve oynadıkları ortaya konmuştur.

TSK'nın üniforması ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, üniformanın imajı, anlamı, değişimine yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Ay'ın (2007) Kara Kuvvetleri mensubu kadın subayların eğitim elbiselerinin ergonomik kalıbına ve Çitoğlu'nun (2001) TSK bayan subay üniformalarının standartlarına yönelik yaptığı çalışmalar gibi ergonomi, standartlar, kumaş yapıları gibi alanlarda çalışmalar yapılmıştır.

Üniforma şirketin imajını ve insicamını dış dünyaya iletme yoludur. Üniforma ile ilgili bir karar alınmadan önce üniformanın şekliyle ilgili düşünceleri ve üniformanın kullanışsız unsurları kullanıcılara sorulmalıdır. Daniel ve arkadaşları (1996) üniformaların kurumun dış dünyaya tutarlı bir imaj iletmek için kullanışlı bir yol ve kimliğin bir yansıması olduğunu ifade ederek, üniforma politikasının başarılı olmasında, personelin tam desteğinin alınması önemini vurgulamaktadır.

## **4. YÖNTEM**

### **4.1. Araştırmanın Modeli**

Bu çalışmada Jandarma Genel Komutanlığı bünyesinde görev yapan subay, astsubay ve uzman jandarma çavuş/uzman erbaş statüsündeki personelin Harici Kıyafet (1 Nolu Kıyafet) değişimi sonucunda yeni kabul edilen ve halen kullanılmakta olan kıyafetin personelin kurumsal imaj ve aidiyet algısına etkisi, personelin bu konudaki düşünceleri, tutumları ve beklentilerinin öğrenilmesi amacıyla nitel araştırma desenlerinden durum çalışması kullanılmıştır. Durum Çalışması güncel bir olguyu kendi gerçek yaşam çerçevesi içinde çalışan, olgu ve içinde bulunduğu içerik arasındaki sınırların kesin hatlarıyla belirgin olmadığı ve birden fazla kanıt veya kaynağın mevcut olduğu durumlarda kullanılan görgül bir araştırma yöntemidir (Yin, 1984: 23). Durum çalışması; bir durumun çoklu kaynakları içeren veri toplama araçları (gözlemler, görüşmeler, görsel-işitseller, dokümanlar, raporlar) ile derinlemesine incelendiği, durumların ve duruma bağlı temaların tanımlandığı nitel bir araştırma yaklaşımıdır (Creswell, 2007). Merriam (2013) ise durum çalışmasını sınırlı bir sistemin derinlemesine betimlenmesi ve incelenmesi olarak tanımlamaktadır. Bu açıklamalar ışığında durum çalışmasının “nasıl” ve “niçin” sorularını temel alan, araştırmacının kontrol edemediği bir olgu ya da olayı derinliğine incelemesine olanak veren araştırma yöntemi olduğunu söylemek mümkündür (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 288)

## 4.2. Çalışma Grubu

Bu çalışmada tipik durum örnekleme kullanılmıştır. Tipik durumlar, evrende yer alan çok sayıda benzeri arasından genel olarak incelenen olay veya olguyu açıklayabilecek düzeyde bilgi içeren durumlardır (Patton, 1987). Ayrıca, örneklemin jandarma personelinin tamamını temsil edebilmesi amacıyla 1 nolu kıyafeti kullanan subay, astsubay ve uzman jandarma çavuş/uzman erbaş olmak üzere 3 kategori belirlenmiş ve her kategoriden rastlantısal seçimle örneklem oluşturulmuştur. Buna göre, araştırmanın çalışma grubunu Ankara ilinde, farklı birimlerde görev yapan gönüllülük esasına göre belirlenen 20 subay, 36 astsubay ve 23 uzman jandarma çavuş/uzman erbaş statüsünde toplam 79 personel oluşturmaktadır.

## 4.3. Veri Toplama Aracı ve Analizi

Jandarma personelinin yeni kabul edilen ve halen kullanılan harici kıyafetin personelin kurumsal imaj ve aidiyet algısına etkisi, personelin bu konudaki düşünceleri, tutumları ve beklentilerinin, gelecekte jandarmanın kurumsal imajına yönelik olası sonuçları hakkındaki algılarının, düşüncelerinin belirlenmesi için en uygun yöntemin görüşme olduğu düşünülmüştür. Görüşme odaklı yapılan nitel çalışmada veriler aşağıda belirtilen yarı-yapılandırılmış görüşme soruları aracılığıyla toplanmıştır.

- TSK'dan ayrılarak İçişleri Bakanlığına bağlanmış bir kurum bağlamında yeni kıyafetin jandarmanın kurumsal imajına etkisi ile ilgili düşünceleriniz nelerdir?

- TSK'dan ayrılarak İçişleri Bakanlığına bağlanmış bir kurum olarak, jandarmanın yeni kıyafetinin personel aidiyetine olan etkisi ile ilgili düşünceleriniz nelerdir?

Görüşmelerde aşağıdaki hususlara dikkat edilmiştir:

1. Katılımcıların eğitim durumlarının farklılık göstermesi nedeniyle soruların kolay, sade ve anlaşılabilir olmasına özen gösterilmiştir.

2. Araştırmaya katılan kişilerin Ankara'nın birbirine uzak bölgelerinde bulunan farklı ilçelerde olması nedeni ile ilçe bazında görüşme yapacak görevliler belirlenmiştir. Bu uygulayıcılara görüşme esnasında katılımcıları etkilememesi ve yönlendirmemesi için uygulayacakları hareket tarzları anlatılmıştır.

3. Görüşme öncesi katılımcılara araştırmanın amacı açıklanmıştır. Görüşme kâğıdındaki soruların sesli ve anlaşılır bir şekilde okunması sağlanmış ve katılımcıların ifadeleri not edilmiştir.

4. Görüşme soruları tüm katılımcılara belli bir sıra dahilinde ve değişiklik yapılmadan sorulmuştur

5. Ses kaydı oluşturulmamış olup katılımcıların ifadeleri doğrudan görüşme formlarına kaydedilmiştir.

6. Katılımcıların düşünce ve ifadelerini etkileyebilecek söz, jest, mimik ve diğer bireylerin olmamasına dikkat edilerek objektif açıdan cevapların alınmasına özen gösterilmiştir.

Araştırmada elde edilen veriler kodlanmış ve betimsel analiz tekniğiyle çözümlenmiştir. “Betimsel analiz, çeşitli veri toplama teknikleri ile elde edilmiş verilerin daha önceden belirlenmiş temalara göre özetlenmesi ve yorumlanmasını içeren bir nitel veri analiz türüdür. Bu analiz türünde temel amaç elde edilmiş olan bulguların okuyucuya özetlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde sunulmasıdır” (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 239). Bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtabilmek amacıyla doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Personelin harici üniformanın değişimine, kurumsal imaja etkisine yönelik verdikleri bilgiler değerlendirilerek duygu ve düşüncelerin anlaşılması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar benzerliklerine göre gruplandırılarak, yorumlanmıştır.

## **5. BULGULAR**

Bu araştırmanın bulguları iki tema altında toplanmıştır. Bu iki tema; harici kıyafet değişikliğinin “Kurumsal imaja etkisi” ve “Kurumsal aidiyete etkisi” başlıkları altında sınıflandırılmıştır. Bu temalarla ilgili kodlar listesi tablolar halinde verilerek, bulgular katılımcıların görüşlerinden doğrudan alıntılarla zenginleştirilmiş ve ayrıntılı bir biçimde açıklanmıştır.

### **5.1. Kurumsal İmaja Etkisi**

Statülere göre yeni üniformanın kurumsal imaja etkisi ile ilgili personelin düşünceleri “Olumlu”, “Olumsuz” ve “Etkisiz” şeklinde 3 kategoriye göre gruplandırılmıştır. Ayrıca bir ifade kullanmasına rağmen konuya yarar sağlayabilecek anlam taşımadığı için bir katılımcı değerlendirilmeye alınmamıştır. Elde edilen veriler Tablo-1.’de verildiği gibidir. Subayların (f=12) yüzde 60’ı, Astsubayların (f=22) yüzde 61’i, Uzman Jandarma Çavuş /Uzman Erbaşların (f=15) yüzde 65’i, toplamda ise katılımcıların (f=49) yüzde 62’si yeni üniformanın kurumsal imaja olumlu katkı sağlayacağını ifade etmiştir. Uzman Jandarma Çavuş /Uzman Erbaşlardan olumlu diyenlerin (f=4) yüzde 27’lik kısmı özellikle jandarmanın TSK’dan ayrılması veya asker niteliğinin kalmaması nedeniyle

olumlu olduğunu belirtmişlerdir. Astsubaylarda jandarmanın TSK'dan ayrılması veya asker niteliğinin kalmaması nedeniyle (f=3) yüzde 8'lik kısmı olumlu görüş belirtirken, (f=4) yüzde 11'lik kısmı ise olumsuz görüş belirtmişlerdir. Subaylarda kıyafet şeklinin değişmemesi nedeniyle halen asker niteliği devam etmektedir ve bu nedenle imajı olumlu etkilemektedir diyen (f=4) yüzde 20'lik bir kısım varken, (f=4) yüzde 20'lik bir kısım ise asker sevgisi azaldığı, askerlikten uzaklaşıldığı için imajın olumsuz etkilendiğini belirtmiştir.

*“Jandarma teşkilatının hem askeri kapasite ve organizasyona sahip aynı zamanda da kendine özgün görev anlayışı olan bir teşkilat algısının gelişeceğini düşünüyorum. Genelde halk arasında TSK'nın parçası ve askeri bir kuruluş olduğu imajının gelecekte ortadan kalkacağı veya azalacağı kanaatindeyim” (S-1)*

*“Halkımızın jandarmaya ilk bakış açısı her zaman önemlidir. İyi bir izlenim bırakmak için ilk iş kıyafettir. Vatandaş bizleri kıyafetlerimizle karşılar, davranışlarımızla uğurlar.” (A-4),*

*“Yeni kıyafetin jandarmanın kurumsal imajına etkisi daha öncesinde halk bizlere asker diye yaklaşırken bizim yeni elbiselerin renk tonları ve güzel görünümüyle jandarma diyerek yaklaşımda bulunuyor.” (U-2)*

*“Rengi değişmekle birlikte şeklen askeri tarzı terk etmemiş olması toplumda askere karşı olan saygıdan ve bağdan kopmamayı sağlar.” (S-4)*

Subayların (f=4) yüzde 20'si, Astsubayların (f=7) yüzde 19'u, toplamda ise katılımcıların (f=11) yüzde 14'ü yeni üniformanın kurumsal imaja olumsuz katkı sağlayacağını ifade etmiştir. Uzman Jandarma Çavuş /Uzman Erbaşlarda yeni üniformanın kurumsal imaja olumsuz katkı yapacağını düşünen çıkmamıştır.

*“Biz polise yakınlaştık, Genelkurmaydan uzaklaştık. Toplum nazarında: Polis mi? Asker mi?... Bence asker. Yeni imaj biraz eksi yönde etkilendi. (S-18).*

*“İçişlerine bağlı Emniyet gibi bir kurumun olduğu imajını gösterdi. Aynı şekilde de kurumsal imajda dönüş olduğunu gözlemledim.” (A-8)*

*“Halk nazarında ve kendimce TSK'dan Jandarmayı ayırmak pek mümkün olmadığından kurumsal imajında değişiklik yoktur.” (A-10)*

*“Rütbe, işaretler ve ünvanlar değişmediği için jandarmanın kurumsal imajına çok bir katkısı olmamıştır.” (A-32)*

Subayların (f=4) yüzde 20'si, Astsubayların (f=6) yüzde 17'si, Uzman Jandarma Çavuş /Uzman Erbaşlar (f=7) yüzde 31'i, toplamda ise katılımcıların

(f=17) yüzde 22'si yeni üniformanın kurumsal imaja herhangi bir etkisinin olmayacağını ifade etmiştir. Kurumsal imaja etkisinin olmadığını ifade eden bir Astsubay ve bir Uzman Jandarma Çavuş /Uzman Erbaş, üniformanın şeklinde, (rütbe ve işaretlerde) değişiklik yapılması durumunda bir etkisinin olabileceğini bildirmişlerdir. Bir kişi kurumsal imaj konusunda kıyafetten çok kıyafetin içerisindeki personelin etkisinin büyük olduğunu ifade ederek etkisiz olduğunu belirtirken iki kişi ise şu an için etkisinin olmamakla birlikte zamanla bu etkinin ortaya çıkacağını belirtmişlerdir.

*“Jandarmanın kurumsal imajına bir etkisi olmadığını düşünüyorum. Dedemizin, babamızın giydiği kıyafeti giysem, TV-gazete-sosyal medya-fotoğraf-dergi vs. de görmek lazımdır bu imajın oluşması için.” (S-7)*

*“Halk nazarında ve kendimce TSK'dan Jandarmayı ayırmak pek mümkün olmadığından kurumsal imajında değişiklik yoktur.” (A-10)*

*“Pek etkilediğini düşünmüyorum. Renk olarak silahlı kolluk kuvvetinden ziyade devlet dairesi (Sağlık Bakanlığı, Nüfus Müd. Vb.) gibi kurumları andırıyor.” (U-16)*

Astsubaylardan bir kişi konuyla ilgili herhangi bir fikir ortaya koymamış olup Uzman Jandarma Çavuş /Uzman Erbaşlardan bir kişinin ise ifadeleri çalışmanın temasına uygun olmadığı için değerlendirmeye alınmamıştır.

**Tablo-1.** Yeni üniformanın kurumsal imaja etkisine yönelik personel görüşleri

Kategori	Subay	Astsubay	Uzman Jandarma Çavuş, Uzman Erbaş	Frekans (f)	Yüzde (%)
Olumlu	12 (%60)	22 (%61)	15 (%65)	49	62
Olumsuz	4 (%20)	7 (%19)	-	11	14
Etkisiz	4 (%20)	6 (%17)	7 (%31)	17	22
Fikrim Yok	-	1 (%3)	-	1	1
Değerlendirilmeyen	-		1 (%4)	1	1
Frekans(f)	20	36	23	79	100

## 5.2. Kurumsal Aidiyete Etkisi

Statülere göre yeni üniformanın kurumsal aidiyete etkisi ile ilgili personelin düşünceleri “Olumlu”, “Olumsuz” ve “Etkisiz” şeklinde 3 kategoriye göre gruplandırılmıştır. Elde edilen veriler Tablo-2.’te verildiği gibidir. Subayların (f=7) yüzde 35’i, Astsubayların (f=15) yüzde 42’si, Uzman Jandarma Çavuş /Uzman Erbaşların (f=12) yüzde 52’si, toplamda ise katılımcıların (f=34) yüzde 43’ü yeni üniformanın kurumsal aidiyete olumlu katkı sağlayacağını ifade etmiştir.

Olumlu görüşlerden örnekler:

*“Yeni harici kıyafetin jandarma teşkilatına mahsus olması bende daha memnuniyet yaratmıştır. Yeni harici kıyafetin sadece jandarma personelinin kullanıyor olması aidiyet açısından “Biz” duygusunu yaratmıştır. Biz kalabalık bir teşkilat personeliyiz. Kıyafetin bize ait oluşu aidiyetimizi güçlendirmiştir.” (S-8),*

*“TSK’nın her kuvvetinin harici rengi kendine hastır; Denizcilerin beyaz, Karacıların yeşil gibi. Jandarmanın da kendine has bir renginin olması gerektiği inancındaydım. TSK’dan değil de KKK (Kara Kuvvetleri Komutanlığı)’lığı personelden ayrılmış olduk. Siyah dahi olsa aidiyet duygusuna katkı sağladığını düşünüyorum.” (S-16),*

*“Jandarmanın yeni kıyafetinin personelin aidiyetine olumlu yönde etkisinin olduğu, personelin jandarma teşkilatına karşı kurmuş olduğu gönül bağını daha fazla ateşlediği, barış içerisinde topluma karşı aidiyet duygusunda oluşan olumlu etkiyi yansıttığını düşünüyorum.” (A-2),*

Subayların (f=4) yüzde 20’si, Astsubayların (f=8) yüzde 22’si, toplamda ise katılımcıların (f=12) yüzde 15’i yeni üniformanın kurumsal aidiyete olumsuz katkı sağlayacağını ifade etmiştir. Uzman Jandarma Çavuş /Uzman Erbaşlarda yeni üniformanın kurumsal aidiyete olumsuz katkı sağlayacağına dair bir düşünce söz konusu değildir.

Olumsuz görüşlerden örnekler:

*“Kendi içindeki renk uyumsuzluğu, kumaş kalitesi her gün üniformayla bütünleşecek personelin bu üniformayı taşımaktan gurur duyacağına dair şüphelerim var. Üniformaya değer katan bröve, şerit-rozet gibi unsurlarda henüz bir değişikliğe gidilmemiş olması farklılığımızı ortaya koymaktan uzak görünmektedir.” (S-11),*

*“Tamamen disiplin zaafiyeti oluştu, aidiyet kesinlikle azaldı, artık biz asker değiliz, siviliz, sivil gibi hareket ederiz. Emir komuta zaafiyeti oluştu” (S-13),*

*“Yeni kıyafet personelde olumsuz düşüncelere sebep olmuştur. Personelin statüsünün alınması ile birlikte askeri üniformanın da değiştirilmesi kanımca olumsuz bir durum olmuştur.” (S-15),*

*“Sık sık yapılan değişimlerin personel üzerinde olumsuz etki yaptığını düşünüyorum.” (A-23)*

Subayların (f=9) yüzde 45’i, Astsubayların (f=11) yüzde 31’i, Uzman Jandarma Çavuş /Uzman Erbaşların (f=7) yüzde 31’i, toplamda ise katılımcıların (f=27) yüzde 34’ü yeni üniformanın kurumsal aidiyete herhangi bir etkisinin olmayacağını ifade etmiştir.

Etkisiz olduğuna dair görüşlerden örnekler:

*“Yeni jandarma kıyafeti personelde aidiyet duygusu yaratmıyor. Bir kıyafetin aidiyet yaratabilmesi için en az 2-3 nesil boyunca kullanılması gerekir.” (S-7),*

*“Personelin aidiyet duygusunun artması ya da azalması kıyafetle olmaz. Yeni kıyafetlerin aidiyet duygusu kapsamında herhangi bir etkisinin olacağını düşünmüyorum.” (A-9),*

*“Aidiyet duygusunun sadece kıyafet ile sağlanabileceğini düşünmüyorum. Sadece sivil şahısların bu mesleği tercih etmesine etki edebilir.” (A-13),*

*“İçişleri Bakanlığına bağlanmış bir kurum olarak değerlendirildiğinde mevcut kıyafetler halen TSK personeli kıyafeti görünümünde olduğunu düşünüyorum. Jandarmaya özgü olmadığını düşünüyorum.” (U-12)*

Jandarmanın yeni kıyafetinin renginin değişmesi ve şeklinin aynı kalması nedeni ile halen TSK’dan kopmadığını düşünen bir subay bu durumun aidiyete olumlu katkı yapacağını belirtirken, başka bir subay hem statü olarak hem de kıyafet olarak askerlikten kopması nedeniyle olumsuz aidiyet gelişeceğini belirtmiş; dört astsubay askerlikten koptuğu için aidiyeti olumsuz etkilediğini belirtirken biri olumlu etkilediğini belirtmiştir. Bir uzman jandarma çavuş /uzman erbaş ise mevcut kıyafetlerin halen TSK personeli kıyafeti görünümünde olduğu gerekçesi ile aidiyete etkisi olmayacağını belirtmiştir.

**Tablo-2.** Yeni üniformanın kurumsal aidiyete etkisine yönelik personel görüşleri

Kategori	Subay	Astsubay	Uzman Jandarma Çavuş Uzman Erbaş	Frekans(f)	Yüzde(%)
Olumlu	7 (%35)	15 (%42)	12 (%52)	34	43
Olumsuz	4 (%20)	8 (%22)	-	12	15
Etkisiz	9 (%45)	11 (%31)	7 (%31)	27	34
Fikrim Yok	-	2 (%5)	4 (%17)	6	8
Toplam	20	36	23	79	100

## SONUÇ

Bu araştırmada amaçlanan 27 Temmuz 2016 tarihinde çıkarılan Kanun Hükmünde Kararname sonucu TSK'dan ayrılarak İçişleri Bakanlığına bağlanan Jandarma Genel Komutanlığının değişen 1 numaralı üniformasının jandarma personelinin imaj ve aidiyetine yönelik algılarını, duygu ve düşüncelerini ortaya çıkarmaktır. Bu doğrultuda yeni kıyafetin personel performansına ve aidiyetine etkisi ortaya konularak, elde edilen sonuçların gelecekte yapılacak üniforma çalışmalarına faydalı olacağı beklenmektedir. Bu çalışmada Ankara ilinde Jandarma Genel Komutanlığının farklı birimlerde görev yapan 20 subay, 36 astsubay ve 23 uzman jandarma çavuş/uzman erbaş statüsünde toplam 79 jandarmaya yarı yapılandırılmış sorular sorulmuştur.

Katılımcıların yüzde 62 oranındaki çoğunluğu üniformanın personelin imaj algısına etkisinin olumlu olduğunu belirtirken, yüzde 43'lük kısmı üniformanın aidiyet algısına etkisini olumlu bulmuştur. Bu oranlar az gibi gözükse de olumsuz görüşlere bakıldığında anlamlı olduğu anlaşılmaktadır. Çünkü imaja etkisinin olumsuz olduğunu düşünenler yüzde 14, aidiyete etkisinin olumsuz olduğunu düşünenler ise yüzde 15 oranında olduğu görülmektedir. Aslında olumlu düşünen personelin haricindekilerin çoğunluğu, üniforma değişiminin imaj ve aidiyeti olumsuz etkilediğini görmekten ziyade hiç etkisinin olmadığını düşünmektedir. Nitekim, yeni üniformanın imaja etkisi olmadığını düşünenlerin oranı yüzde 22, aidiyete etkisi olmadığını düşünenlerin oranı yüzde 34'dür.



Jandarma Genel Komutanlığının şu an kullandığı siyah renk harici üniforma, 1956-1963 yılları arasında Kara Kuvvetleri Komutanlığı ve Jandarma Genel Komutanlığı tarafından kullanılan tören kıyafeti ile aynıdır. Mevcut harici üniforma TSK'da kullanılan harici kıyafetin aynısı olup TSK üniforma geleneği devam etmektedir ve sadece rengi değiştirilmiştir. Verilerin incelenmesi sonucunda şekil olarak eskiye nazaran bir değişiklik olmamasına rağmen bazı katılımcıların üniformada sanki bir şekil değişikliği yapılmış gibi algıladıkları anlaşılmıştır. Bazı katılımcılar şekilde değişim olmadığını ifade ederken bazıları ise şekilde değişim olmadığını algılamalarına rağmen bunu bizzat vurgulamadıkları duygu ve düşüncelerini belirtirken kullandıkları ifadelerden anlaşılmıştır.

Tüm cevaplar ele alındığında katılımcıların imaj ve aidiyet kavramlarına yönelik bir kavram karmaşası yaşamadıkları ve her iki kavramı da uygun değerlendirdikleri görülmüştür. Katılımcıların tamamına yakını üniforma ile imajı bire bir ilişkilendirirken, üniforma ile aidiyeti birebir ilişkilendirenlerin oranı yüzde 58'dir. Katılımcıların yüzde 34'ü üniforma ile aidiyetin ilişkisinin olmadığını veya çok az olduğunu, aidiyetin başka faktörlere bağlı olduğunu belirtmişlerdir.

13-14 Haziran 2019 tarihinde icra edilen "Asayişten Cepheye Millî Mücadelede Jandarma Sempozyumu"nda sunulan Jandarma Personelinin Değişen 1 Nolu Harici Kıyafete Yönelik Algısı başlıklı çalışmada elde edilen sonucun aynısı bu çalışmada da ortaya çıkmıştır. Buna göre bazı katılımcılar üniforma değişimini, doğrudan jandarmanın TSK'dan ayrılması ve asker niteliği ile ilişkilendirerek değerlendirme yapmışlardır. Bu şekilde değerlendirme yapan Uzman Jandarma Çavuş /Uzman Erbaşların jandarmanın TSK'dan ayrılmasına veya asker niteliğinin kalmamasına olumlu gözle baktıkları ve memnun oldukları anlaşılmaktadır. Astsubaylardan bazılarının olumlu bakarak, memnun olurken bazılarının olumsuz baktıkları ortaya çıkmıştır. Subayların ise TSK'dan ayrılmaya ve asker niteliğinin kalmamasına tamamının olumsuz bakarak, memnuniyet hissetmedikleri görülmüştür. Askerliğe karşı duyulan aidiyet ile statü arasında doğru orantılı bir ilişki mevcuttur. Subaylarda bu aidiyet en üst seviyedeysen alt kademelere indikçe azalmaktadır. Askerlik aidiyeti ve statü arasındaki bu ilişkinin imaj açısından da geçerli olduğu anlaşılmıştır. Subaylarda üniforma değişiminin imaja etkisinin olumsuz olduğunu düşünenlerin çoğunluğu üniforma değişiminin askerlikten kopma ve ayrılma amacı taşımaya dayandırılmaktadır. Diğer bir ifadeyle personelin bir kısmında kendisini asker olarak görme algısının devam ettiği, bir kısmında ise askerlikten kopma bilinci oluşmakla birlikte askerliğe karşı aidiyetinin sürdüğü görülmektedir.

Yeni kıyafetin aidiyete olumsuz etki edeceğine dair düşünce az da olsa bazı Astsubaylar ile Subaylarda mevcutken, Uzman Jandarma Çavuş/Uzman Erbaşlarda hiçbir olumsuz düşünce olmamıştır. Katılımcıların (f=27) yüzde 34'lük kısmının aidiyete etkisinin olmayacağını beyan etmesi dikkat çekicidir. Etkisiz olacağını ifade edenler; kıyafetle aidiyetin bağlantılı olmadığı, aidiyet için kıyafetin çok uzun süre kullanılması gerektiği ve yeni kıyafetin şekil itibariyle halen TSK üniformasına benzemesini sebep olarak göstermişlerdir.

İleriki dönemlerde yapılacak benzer çalışmalarla bu algının değişim durumları tespit edilebilir ve karşılaştırmaları yapılabilir. Ayrıca gelecek dönemlerde yapılabilecek muhtemel üniforma ile ilgili değişim çalışmalarından önce hem kurum personelinin hem de dış paydaşların fikir ve düşüncelerinin tespit edilerek karar verilmesi, kurumsal aidiyete ve imaja büyük katkı sağlayabilecektir.

## **KAYNAKÇA**

- 668 Sayılı Olağanüstü Hal Kapsamında Alınması Gereken Tedbirler ile Bazı Kurum ve Kuruluşlara Dair Düzenleme Yapılması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname.
- 1706 Sayılı Jandarma Kanunu.
- 2803 Sayılı Jandarma Teşkilat, Görev ve Yetkileri Kanunu.
- Anderson, W. (2002). School Dress Codes and Uniform Policies, Policy Report, Reporting on policy Issues in K-12 Educational Management, Fall 12, Number 4 University of Oregon.
- Ay, N. (2007). Kara Kuvvetleri Mensubu Kadın Subayların Eğitim Elbiselerinin Ergonomik Kalıp Formu İçin Örnek Bir Uygulama, Ankara, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi.
- Aygül, İ. (2011), Sivil Havacılık Uçuş Personeli Üniforma Tasarımında Eğilimler ve Bir Öneri, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Endüstri Ürünleri Tasarımı Anasanat Dalı.
- Barnard, M. (2001). Fashion as Communication, London, New York, Routledge.
- Biber, A. (2004). Halkla İlişkilerde Teorik Bir Çerçeve, Ankara: Vadi Yayınları.
- Black, P.S. (2008). Lines of Flight: The Design History of The Qantas Flight Attendants' uniforms, Sydney, University of Sydney Yayınlanmamış Doktora Tezi,.
- Brown, B.B. (2003). "Employees' Organizational Commitment and Their Perception of Supervisors' Relations-Oriented and Task-Oriented Leadership Behaviors", Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia,
- Brunsmä, D. L. (2006). School Uniform Policies in Public Schools. Principal, 85(3),50-53.  
[https://scholar.google.com.tr/scholar?hl=tr&as\\_sdt=0%2C5&q=School+Uniform+Policies+in+Public+Schools&btnG=](https://scholar.google.com.tr/scholar?hl=tr&as_sdt=0%2C5&q=School+Uniform+Policies+in+Public+Schools&btnG=) Erişim Tarihi 23 Mayıs 2019
- Creswell, J. W. (2007). Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches (2. Baskı). USA: SAGE Publications.

- Çakır, Ö. (2004). Profesyonel Yaşamda Kişisel İmaj, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Çitoğlu, F. (2001). Türk Silahlı Kuvvetleri Bayan Subay Üniformalarında Standartlar, İstanbul, Marmara Üniversitesi Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Daniel,K., Johnson, L. W., Miller, K. E. (1996). Dimensions of Uniform Perceptions Among Service Providers, MCB University Press: The Journal Of Services Marketing, Vol. 10 No. 2. 42-56.
- Dowling, G. R. (1993). Developing Your Company Image into a Corporate Asset,Long Range Planning, 26 (2), 101–109.
- Durna, U. ve Eren, V. (2005). “Üç Bağlılık Unsuru Ekseninde Örgütsel Bağlılık”, Doğu Üniversitesi Dergisi, 6(2): 210-219.
- Duvall, B., Faklaris M. A., Fisher, B., Moody, M., Njagi, P., Wilson, C., (2004). Dress Code/Uniform Policies in Education. [www.character-education.info/Articles/Case\\_for\\_Uniforms.htm](http://www.character-education.info/Articles/Case_for_Uniforms.htm) Erişim Tarihi 23 Mayıs 2019
- Frank, M.G. and Gilovich, T. (1988), “The Dark Side Of Self- And Social Perception: Black Uniforms And Aggression In Professional Sports”, Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 54 No. 1, pp. 74-85.
- Gönen, E., Özgen, Ö., Özmete, E., Bayoğlu, A. S. (2003 Ekim). Sağlık Sektöründe Çalışan Kurum Ev İdaresi Personelinin İş Doyumunda Üniformanın Etkisi, Ankara Üniversitesi Ev Ekonomisi Yüksekokulu, 9. Ulusal Ergonomi Kongresinde sunuldu, Denizli, 16-18.
- Guiraud, P. (1994). Göstergebilim, (Çev. Mehmet Yalçın), Ankara: İmge Kitabevi, 1994, 105.(Eserin Orjinali 1971’de yayınlandı).
- Gunderson DF. (1987), Credibility of the police uniform. J Police Science Administration 15, 192-195.
- İletişim Türkiye Dergisi, (1997). Halkla İlişkiler Derneği Yayın Organı, Sayı: 3, Ağustos – Ekim
- Joseph, N. and Alex, N. (1972), “The Uniform: A Sociological Perspective”, American Journal of Sociology, Vol. 77 No. 4, pp. 719-30.
- Kaiser, S.B. (1983), “Toward A Contextual Social Psychology Of Clothing: A Synthesis Of Symbolic Interactionist And Cognitive Theoretical Perspectives”, Clothing and Textiles Research Journal, Vol. 2 No. 1, pp. 1-9.

- Kanışkan, E. (2012). Giysi Seçiminde Renk. Curaoğlu, F. (Editör). Giysi Seçimi, Eskişehir. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2689, 74-97.
- Keskin, B. (2006). Renk Terapisi Üzerine Bir İnceleme, A.Ü. Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi, C: 10, 23-27.
- Koca, E. ve Koç, F. (2008). Çalışan Kadınların Giysi Seçimleri ve Renk Tercihleri, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Bahar.
- Koç, F., Koca, E., Pamuk, B. ve Şahinoğlu, M. (2008). Ürün Tanıtım Elemanlarının İş Giysilerinin Giysi Konforu Açısından Değerlendirmesi (Gıda Sektörü Örneği). 14. Ulusal Ergonomi Kongresinde sunuldu, Trabzon.
- Kozanoğlu, C. (1994). Cilalı İmaj Devri, İstanbul: İletişim Yayınları, 4.
- Krystyniak, F. (2001). Educators' Dress Code Study Shows Numerous Positive Effects. [https://www.shsu.edu/~pin\\_www/T@S/2001/DressCode.html](https://www.shsu.edu/~pin_www/T@S/2001/DressCode.html) Erişim Tarihi 23 Mayıs 2019
- Küçük Kurt, M. (1988). Halkla İlişkilerde Araştırma Yöntemleri ve Değerlendirme. Halkla İlişkiler Sempozyumu-87, Ankara Üniversitesi BYYO ve TODAİE Yayınları, Ankara.
- L'etang, J. ve Pieczka, M. (2002). Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar. (Derleyen: Sema Yıldırım Becerikli; Çev. Derya Tellen), Ankara: Vadi Yayınları.
- Merriam, S. B. (2013). Nitel araştırma: Desen ve uygulama için bir rehber (3. Baskıdan Çeviri, Çeviri Editörü: S. Turan). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Nagasawa, R.H., Hutton, S.S. ve Kaiser, S.B. (1991). A Paradigm for the Study of the Social Meaning of Clothes: Complementarity of Social-Psychological Theories. Clothing and Textiles Research Journal, Vol:10, No:1, 53-62. ISSN 0887-302X. (Akt. Ö.Özgen, F. Söylemezoğlu, Z.Erdoğan, A.S.Bayoğlu; Adolescents, Clothing and Self-Esteem: The Case of Turkey).
- Patton, M.Q. (1987). How to Use Qualitative Methods in Evaluation. Newbury Park, CA:Sage.
- Peltekoğlu, F. B. (2001). Halkla İlişkiler Nedir, 2. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.

- Rafaeli, A. and Pratt, M.G. (1993), "Tailored meanings: on the meaning and impact of organizational dress", *Academy of Management Review*, Vol. 18 No. 1, pp. 32-55.
- Paul, J. ve Birzer M. L. (2004). *Images of Power: An Analysis of the Militarization of Police Uniforms and Messages of Service*, *Free Inquiry In Creative Sociology*, Volume 32 No.2
- Saruhan, Ş. C. ve Yıldız, M. L. (2009). *Çağdaş Yönetim Bilimi*, İstanbul: Beta Yayın.
- Singer, M.S. and Singer, A.E. (1985), "The Effect Of Police Uniform On İnterpersonal Perception", *Journal of Psychology*, Vol. 119 No. 2, pp. 157-61.
- Solak, L. (2003). *Ergonomi İlkeleri ile Oluşturulacak Giyside Çıkan Sonuç Kullanıcı Konforu*, 9. Ulusal Ergonomi Kongresinde sunuldu, Denizli.
- Solomon, M.R. (1985), "Packaging the service provider", *The Services Industries Journal*, Vol. 5, July, pp. 64-71.
- Taneri O.P., Ulutaş, B. ve Akgündüz, M.M. (2015). Öğrencilere Getirilen Kılık Kıyafet Serbestliğinin Okul Bileşenleri Gözünden İncelenmesi (Ankara Örneği), *Eğitim Bilim Toplum Dergisi / Cilt:13 Sayı:49 Kış: 2015 Sayfa: 32-60*
- Timur, N. ve Özmen, A. (2009). *Stratejik Küresel Pazarlama*, Ankara: Eflatun Yayınevi.
- Veblen, T. (1953), *The Theory of the Leisure Class*, Unwin, London.
- Yalçın, A. ve İplik, F.N. (2005). "Beş Yıldızlı Otellerde Çalışanların Demografik Özellikleri ile Örgütsel Bağlılıkları arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Adana İli Örneği", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1): 395-412.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yin, R. (1984). *Case Study Research: Design and Methods*. (3. Basım). California: Sage Publications.