



The Relationship Between Students' Perceptions of Organizational Image of Knowledge Houses and The Sense of Organizational Loyalty

Mehmet ORMAN**, Orkun Osman BİLGİVAR***

Received date: 09.12.2020

Accepted date: 16.04.2021

Abstract

This study has been conducted in order to investigate the relationship between student's perceptions of organizational loyalty to the Knowledge Houses (Bilgi Evleri) and the sense of organizational loyalty. The population of the study consists of 2728 students who were registered to Knowledge Houses in 2017-2018 academic year which operating in Esenler district of Istanbul. The sample size has been applied to 350 students by cluster sampling method considering the "Sample Size Suitable for Different Deviation Quantities". Research data has been collected using the "Organizational Image Scale (OIS)" and the "Sense of Loyalty to School Scale (SLSS)". The model of this research, which uses quantitative research techniques, is determined as "relational scanning". In this research, independent groups t-test, Pearson correlation test, regression analysis and Cronbach Alfa reliability analysis were also performed. The results of the research showed that there was a moderate, positive and meaningful relationship between students' perception of organizational image of Knowledge Houses and their sense of loyalty. Besides, organizational image perception was found to be a significant predictor of sense of loyalty.

Keywords: Knowledge houses, organizational image, organizational loyalty.

* This study was produced from Mehmet Orman's master thesis titled "The Relationship Between Students' Perceptions of Organizational Image of Knowledge Houses and The Sense of Organizational Loyalty"

** Istanbul Sabahattin Zaim University, Department of Educational Sciences, Istanbul, Turkey; morman02@gmail.com

*** Istanbul Sabahattin Zaim University, Department of Educational Sciences, Istanbul, Turkey;

osman.bilgivar@izu.edu.tr

Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Örgütsel İmaj Algıları ile Kurumsal Aidiyet Duyguları Arasındaki İlişki

Mehmet ORMAN**, Orkun Osman BİLGİVAR***

Geliş tarihi: 09.12.2020

Kabul tarihi: 16.04.2021

Öz

Bu araştırma, “Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Örgütsel İmaj Algıları ile Kurumsal Aidiyet Duyguları Arasındaki İlişki”yi incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evrenini, İstanbul ili Esenler ilçesinde faaliyet gösteren Bilgi Evlerine 2017-2018 Eğitim ve Öğretim yılında kayıtlı olan 2728 öğrenci oluşturmaktadır. Örneklem büyüklüğü, küme örnekleme yöntemiyle “Farklı Sapma Miktarları İçin Uygun Örneklem Büyüklükleri” verileri dikkate alınarak 350 öğrenci üzerinde uygulanmıştır. Araştırma verileri; “Örgütsel İmaj Ölçeği” (ÖİÖ) ile “Okula Aidiyet Duygusu Ölçeği” (OADÖ) kullanılarak toplanmıştır. Nicel araştırma tekniklerinin kullanıldığı bu araştırmanın modeli “ilişkisel tarama” olarak belirlenmiştir. Araştırmada bağımsız gruplar t-testi, Pearson korelasyon testi, regresyon analizi ile Cronbach Alfa güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Araştırma sonuçları, öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik Örgütsel İmaj Algıları ile Kurumsal Aidiyet Duyguları arasında orta seviyede, pozitif ve anlamlı ilişki olduğunu göstermiştir. Ayrıca Örgütsel İmaj Algısının Kurumsal Aidiyet Duygusunu orta seviyede, anlamlı yordadığı saptanmıştır.

Anahtar kelimeler: Bilgi evleri, örgütsel imaj, kurumsal aidiyet.

* Bu makale, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde, Dr. Öğr. Üyesi Orkun Osman Bilgivar’ın danışmanlığında, Mehmet Orman tarafından yazılan “Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Örgütsel İmaj Algıları ile Kurumsal Aidiyet Duyguları Arasındaki İlişki” isimli yüksek lisans tezinden elde edilmiştir.

** İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, İstanbul, Türkiye; morman02@gmail.com

*** İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, İstanbul, Türkiye; osman.bilgivar@izu.edu.tr

1. Giriş

Günümüz dünyasında bilginin üretilmesi, hangi amaca göre kullanıldığı, nasıl sunulduğu, hangi kaynaklardan elde edildiği ve nasıl denetlendiği önem kazanmaktadır. Bu durum, genç ve çocuk nüfus yoğunluğu yüksek olan Türkiye’de de büyük bir önem arz etmektedir. Yine Türkiye’de, genel anlamda eğitim alanındaki gereksinimlerin tam olarak karşılanamıyor olması ve gelir düzeyi düşük ailelerin sayıca çok olması çocuk ve gençlerin eğitim yönüyle fırsat eşitsizliği yaşamalarına neden olmaktadır (Kavi ve Koçak, 2010). Ayrıca öğrenci ve gençlerin ödevlerini yapabilecekleri, güvenli interneti kullanabilecekleri, eğitmen kontrolünde ders çalışıp okuma yapabilecekleri, fırsat eşitsizliklerini azaltacak, ücretsiz ve güvenli mekânlara ihtiyaç duyulmuştur (Kavi ve Koçak, 2010). Bu durumda, genç ve çocuk nüfusunun yoğun olduğu ülkelerde merkezi ve yerel yönetimlerin bu alanlarda sosyal politikalar geliştirmeleri ve sosyal hizmetler alanındaki faaliyetlerini çeşitlendirmeleri kaçınılmaz bir hale gelmiştir.

Tüm Dünya ülkelerinde görüldüğü üzere Türkiye’de de genç ve çocuklara yönelik politikalar genel anlamda merkezi hükümet tarafından hazırlanmakta ve yerel yönetimler tarafından uygulanmaktadır. Bu bağlamda Bilgi Evleri, 2005 yılından itibaren Türkiye’de genç ve çocuk hizmetleri çerçevesinde değerlendirilebilecek birer sosyo-kültürel etkinlik merkezleri olarak kurulmuştur (Yavuz, 2013). Bu alanda, yerel yönetimler tarafından ilk olarak İstanbul’da, sonrasında ise Adıyaman, Ankara, Kocaeli olmak üzere diğer bazı illerde Bilgi Evleri kurulmuştur (Karadeniz, 2017). Kurulan bu Bilgi Evleri, 9 ile 15 yaş aralığındaki talebelere; derslerine rahatça çalışabilecekleri, kültürel ve sosyal etkinliklere katılım olanağı sağlayan, okul ve evlerinin haricinde üçüncü bir eğitim ortamı veya mekânları olarak görülebilir (Esenler Belediyesi, 2018). Diğer bir ifadeyle Bilgi Evleri, ilkökul ve ortaokul çağındaki öğrencilerin okul eğitimlerine destek olmayı, kütüphane ve okuma kültürü kazanmalarını ve okuryazarlık yeteneklerini geliştirmeyi amaç edinen, profesyonel eğitimciler ile belge ve bilgi yöneticilerinin kontrolünde teknolojik, eğitsel, kültürel ve sanatsal aktivitelerin gerçekleştirildiği öğrenme ve bilgi merkezleri” olarak tanımlanabilir (Karadeniz, 2017, s.90-96). Bu merkezlere üye çocuklar, gençler ve öğrenciler bu mekânlarda yürütülen sosyal-kültürel faaliyetler, sanat, spor ve etüt etkinlikleri, kütüphane ve internet hizmeti ile kulüp faaliyetleri gibi birçok olanaktan faydalanabilmektedir. Ayrıca, bir sosyal sorumluluk projesi olan Bilgi Evlerinde münazara, bilgi ve kültür yarışmaları da yapılmaktadır (Çavuş, Öztuna Kaplan ve Umdü Topsakal, 2013).

Değişen dünyada bilim ve teknolojinin hızlı gelişimi, globalleşme ve sosyo-kültürel değişimler beraberinde değişik ve çok sayıda örgütün meydana gelmesine sebep olmuştur (Akbulut, 2015). Bilgi Evleri de bu örgütlerden biri olarak düşünülebilir. Bakan’a (2005) göre örgütler, kişilerin toplumsal hayatta gerçekleştirmeyi arzuladıkları amaçlar doğrultusunda bir araya gelmeleri sonucunda oluşmaktadır (Akt. Akbulut, 2015). Birer örgüt olan eğitim kurumlarında insan ilişkilerinin daha çok ortak değerler çerçevesinde şekil aldığı ifade eden Tinto (1997), eğitim kurumlarının değer üreten ve ürettikleri değerlere göre işlemeye devam eden, bununla birlikte belli değerleri gerçekleştirmek için çabalayan örgütler olduğunu söylemektedir (Akt. Uslu, 2012). Ayrıca örgütlerin hayatta kalabilmeleri için ortak amaçları gerçekleştirme eğilim ve isteğinde olan kişilerin olması gerektiğini belirten Bakan (2005), eğitim kurumlarının toplumsal davranışları öğretmek, mevcut kabiliyetleri geliştirmek; bilgi, maharet ve yeni kabiliyetler kazandırmak amacıyla kurulan birer açık sistem olduğunu ifade etmektedir (Akt. Akbulut, 2015). Okulların toplumu eğitmek maksadıyla kurulan ve eğitim hizmeti veren kurumlar olduğunu ifade eden Akbulut (2015), okulların içinde bulunduğu çevrenin; toplum ve toplumsal sistemler ile iş dünyasının ihtiyaç ve taleplerine göre gelişip çeşitlendiklerini belirtmektedir. Aynı zamanda bu durumun eğitim sektörlerinde bir rekabet ortamı doğurduğunu dolayısıyla sektördeki resmi ve

özel eğitim kurumlarının kendi aralarında fark oluşturmak maksadıyla okul imajlarına daha çok değer vermeye başladıklarını ifade etmektedir (Akbulut, 2015). Palacio, Meneses ve Perez (2002) eğitim kurumları üzerinde ciddi anlamda etkili olan örgüt imajının, öğrencilerin okul memnuniyetlerini etkileyen önemli bir faktör olduğunu belirtmişlerdir (Akt. Şahin, 2014).

Marks (1998); okulların, öğrencilerin psikolojik ve sosyal gelişimlerinden en az akademik gelişimleri kadar sorumlu olduklarına dikkat çekmekte ve öğrencilerin kendilerini okulun bir parçası olarak hissetmeleri için olumlu bir okul ortamının faydalı olacağı görüşünü savunmaktadır (Akt. Uslu, 2012, s.6). Aidiyet, herhangi bir şeyle ilgili kişide oluşan duygudur (Karakeçili, 2015). Aidiyet duygusunu etkileyen önemli katalizörlerden birinin sosyal tanıma ve kabulün olduğunu ifade eden Booker (2004) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, öğrencilerin yaşlıları ve öğretmenleriyle etkileşimleri ve ders harici faaliyetlerde bulunmalarının, aidiyet duygularını etkilediği sonucuna varılmıştır. Gordon'a (2010) göre; aidiyet, kişinin değerli gördüğü bireyler tarafından tanınmayı, kabul görülmeyi, sevmeyi, önemli ve güven duyulan biri olmayı arzulaması neticesinde hayata akseden ve doğumla gelen bir gereksinimdir (Akt. Uslu, 2012). Maslow (1962), aidiyet duygusunu, ihtiyaçlar hiyerarşisinde belirlemiş olduğu ve çok önemseydiği sayılı ihtiyaçlardan biri olarak görmekte olup bu ihtiyacın karşılanmadan tam anlamıyla reel bir öğrenmenin gerçekleşemeyeceğini ifade etmektedir (Akt. Özgök, 2013).

Gündelik hayatın büyük bir kesitini okulda geçiren öğrencilerin okul imaj algılarının (Örgütsel İmaj Algısı) pozitif olması, öğrencilerin psikolojileri üzerinde olumlu etkileşimler meydana getirmektedir (Özkan, 2015). İmaj, belli bir grubu oluşturan kişilerin büyük oranda herhangi bir örgüt, birey, konu ya da ürün hakkında fikir ve yargılarını ifade eder (Okay, 2000; Akt. Özkan, 2015). İnsanların örgüt hakkındaki fikirlerinin yüksek oranda örgüt ile etkileşimleri neticesinde oluştuğu, örgüte ilişkin Örgütsel İmaj düzeyi belirlenirken örgütle sıkı ilişkileri olan kişilerin bilgilerine başvurulması gerektiği ifade edilmektedir (Cerit, 2006).

Örgütsel imaj, bireylerin örgütün ne şekilde yönetildiği, izlediği politikaları, beşeri ve ekonomik yapısını nasıl algıladıklarıyla alakalıdır. Örgüt imajı, insanların örgüt ile ilgili zihinlerinde kurdukları düşünsel imgelerdir, bir örgütün iç ve dış çevresine akseden görünümüdür (Akt. Özkan, 2015: 8-9). Örgütsel imajı, bireylerin bir örgüt ile ilgili sahip oldukları deneyim ve izlenimlerinin bir özeti olarak tanımlayan Tutar (2008); Bir kurumun insanlarda oluşan algıları olan kurumsal imajın, genelde kısa süreli olmayan, uzun süreli başarıları kazanmak için elzem olduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı belirlenirken belediyeler tarafından belirli hedefler doğrultusunda kurulan Bilgi Evlerinin öğrenciler üzerinde etkili olduğu, aynı zamanda öğrencilerin de Bilgi Evleriyle ilgili çeşitli düşünceleri ve aidiyet duygularının oluştuğu dolayısıyla bu kurumlarla ilgili bir çalışma yapılacaksa verilerin Bilgi Evlerinin aktif kullanıcılarından edinilmesinin doğru olacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda Palacio, Meneses ve Perez (2002) eğitim kurumları üzerinde de ciddi anlamda etkili olan örgüt imajının, öğrencilerin okul memnuniyetlerini etkileyen önemli bir faktör olduğunu belirtmişlerdir (Akt. Şahin, 2015: 35). Bununla birlikte Bilgi Evlerinin öğrencilerin okul dışında kendilerini ait hissettikleri ve iyi algılar taşıdıkları; internet, etüt, kütüphane, ders çalışma, sınavlara hazırlanma, ücretsiz eğitim, doğru ve güvenilir bilgiye ulaşma, sosyal aktivite, spor, sanat, barınma vb. ihtiyaçlarını karşıladığı; ailelerin ekonomik durumlarından dolayı oluşan fırsat eşitsizliğini asgariye indirdiği mekânlar olduğu düşünülebilir. Çünkü Bilgi Evleri, öğrencilerin değişik ve yararlı etkinliklerle vakit geçirmelerini sağlamayı, yetenek ve bilgilerini geliştirmeyi ve sosyal gelişimlerini sağlamayı amaç edinmektedir. Bir sosyal sorumluluk projesi olan Bilgi Evlerinde öğrencilere, kulüp etkinlikleri, etüt, internet ve kütüphane hizmeti verilmektedir (Çavuş, Umdu Topsakal ve Öztuna Kaplan, 2013: 18). Ayrıca bu mekânlarda yürütülen faaliyetlerden faydalanan

çocukların zamanla bir Örgütsel İmaj Algısına sahip oldukları, aynı zamanda bu çocuklarda bir Kurumsal Aidiyet Duygusunun oluştuğu ve oluşan bu Örgütsel İmaj Algısı ile Kurumsal Aidiyet Duygusu arasında bir ilişkinin olabileceği de düşünülebilir. Örgütsel imaj algısı ve kurumsal aidiyet duygusu bağlamında okul içerisinde güven, başarı, desteklenme öğretmen ile öğrenciler arasında iyi ilişkilerin kurulması; öğrenciler arasında sevgi, saygı ve iyi arkadaşlıkların oluşması ile sosyal ve kültürel faaliyetlerin yeterli ve çeşitli olması, yapılan akademik çalışmaların öğrenci gelişimine yardımcı olması, akran zorbalığı ve şiddetin olmaması öğrencilerin okula ilişkin iyi duygular geliştirmelerini ve okula bağlılıklarını etkileyeceği düşünülmektedir (Özdemir v.d., 2010; Akt: Özkan, 2015:2). Bununla birlikte okulda alınan eğitim tek başına yeterli olmayabilir. Sadece okulda verilen eğitimle kişinin eğitim ve öğretiminin tam anlamıyla gerçekleştiremeyeceğini ifade eden Bakioğlu (2017: 4), eğitimin tam olarak gerçekleşmesi için okul dışı öğrenme alanlarına ihtiyaç duyulduğunu belirtmiştir. Bu anlamda, Bilgi Evlerinin bu ihtiyacı karşılayacak öğrenme ortamlarından biri olabileceği düşünülmektedir. Okul dışı öğrenme ortamlarından biri olan Bilgi Evleri, öğrencilerin vakitlerini verimli etkinliklerle değerlendirmelerini sağlayan, yetenek ve bilgilerini geliştiren, sosyo-kültürel gelişimlerini hedefleyen kurumlardır. Sosyal belediyeçiliğin projesi olan Bilgi Evlerinde öğrenciler etüt, kütüphane, internet, spor, sanat vb. alanlardan faydalanmaktadır (Çavuş, Umdü Topsakal ve Öztuna Kaplan, 2013: 18). Aynı zamanda yapılan literatür taramalarında, “öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları ve kurumsal aidiyet duyguları arasındaki ilişki” ile ilgili doğrudan bir çalışmaya rastlanılmamış olup farklı alanda benzer bir çalışmaya rastlanmıştır. Bilgi Evleriyle ilgili ise sınırlı sayıda çalışmaya ulaşılmıştır. Dolayısıyla bu çalışmanın, Bilgi Evleri alanında yapılacak araştırmalara yardımcı olabilecek bir kaynak oluşturabileceği umulmaktadır. Bunun için bu çalışmada “Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik Örgütsel İmaj Algıları ile Kurumsal Aidiyet Duyguları arasındaki ilişki” incelenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın problem cümlesi “öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik Örgütsel İmaj Algıları ile Kurumsal Aidiyet Duyguları arasında ilişki var mıdır?” şeklinde oluşturulmuştur.

2. Yöntem

Bu bölümde, araştırma yöntemi, araştırma modeli, evreni, örnekleme, çalışmada kullanılan ölçekler, veri toplama araçları ve veri çözümleme teknikleri ile ilgili bilgilendirmelerde bulunulmuştur.

2.1. Araştırmanın Modeli/ Deseni

Araştırmada, nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup; araştırma modeli, betimsel araştırma modellerinden ilişkisel tarama olarak belirlenmiştir. Herhangi bir çalışma geçmişteki bir olayı veya devam eden, hala mevcut olan bir olayı, olduğu gibi betimlemeye gitmiş ise tarama modellerinden faydalanılır (İslamoğlu, 2003). Tarama modellerinden biri olan ilişkisel tarama modelinde birden fazla değişkenin arasında oluşan değişimin düzeyi incelenip öğrenilmeye çalışılır (Karasar, 2011).

2.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın çalışma evreni, İstanbul ili Esenler ilçesinde hizmet veren Bilgi Evlerine 2017-2018 eğitim-öğretim yılında kayıtlı olan 6-18 yaş grubundaki 2728 öğrenciden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini belirlemede küme örnekleme yöntemi kullanılmış olup örneklem büyüklüğü farklı sapma miktarları için uygun örneklem büyüklükleri verilerinden yararlanılarak belirlenmiştir (Büyüköztürk ve diğ., 2012). Küme örnekleme yönteminde evren, kümelere/gruplara ayrılır ve oluşturulan her küme/grup örneklem birimi şeklinde adlandırılır.

Rastgele seçilen kümeler bir yerde toplanıp örneklem oluşturulur (Şahin, 2014). Örneklemdeki öğrenciler seçilirken tamamen gönüllülük esasına göre hareket edilmiş ve öğrenciler rastgele seçilmiştir.

2.3. Verilerin Toplanması

Bu çalışma için İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Etik Kurul 29.07.2020 tarihli ve 2020/07 sayılı belge ile etik uygunluk onayı alınmıştır. Veri toplama aşamasında öğrencilerin ölçekleri cevaplarken oluşabilecek sorunların giderilmesi için ölçekler öğretmenlerin gözetiminde uygulanmış olup ölçek alt boyutları ve sorularıyla ilgili gerekli açıklamalarda bulunulmuştur. Uygulama sırasında ölçeklerde istenilen bilgileri eksik dolduran, doldurmayan ve tek tip seçenek olarak dolduran kişiler değerlendirme dışı bırakılmıştır. 350 kişiye uygulanan ölçeklerin 15'i eksik doldurulduğu için değerlendirmeye alınmamış olup toplam 335 ölçek değerlendirilmiştir.

2.3.1. Veri toplama araçları

Bu araştırmadaki veriler, farklı iki ölçek uygulanarak toplanmıştır. Bu ölçekler; imaj algısını ve aidiyet duygusunu ölçmeyi hedefleyen Örgütsel İmaj Ölçeği (ÖİA) ile Okula Aidiyet Duygusu Ölçeği (OADÖ)'dir. Ölçekler, İstanbul ili Esenler ilçesindeki bilgi evleri gerekli izinler alınarak uygulanmıştır. Bu ölçeklerle birlikte, çalışma örnekleminin demografik bilgilerini tespit etmek üzere bir kişisel bilgi formu kullanılmıştır.

Ölçekler, araştırmanın evrenini temsil edeceği düşünülen ve örnekleme oluşturacak olan Bilgi Evi öğrencileri küme örneklem yöntemiyle seçilerek uygulanmıştır. Ölçekler, gönüllülük esasına uygun olarak uygulanmış ve ölçeklerin samimi bir şekilde cevaplanması için gerekli bilgilendirmeler yapılmıştır. Ölçek sonuçlarının sadece bu araştırma için kullanılacağı ve gizlilik ilkesi gereğince sonuçların kimseyle paylaşılmayacağı açıklanarak öğrencilerde güven oluşumu sağlanmıştır. Sonuçları merak eden öğrenciler için sadece kendilerine ait sonuçlara, istenildiği takdirde, ulaşılabilmesi için, cevap anahtarlarını tanımaları açısından, rumuz kullanabilecekleri belirtilerek alınacak sonuçların daha doğru sonuç vermesi yönüyle gerekli olan içtenliğin artmasını sağlayacak açıklamalarda bulunulmuştur. Ölçekleri uygulama esnasında ölçekte yer alan süre içinde bitirilmesi konusunda baskı yapılmamıştır. Ölçek maddelerinin doğru ve içtenlikle cevaplanması çok önemli olduğu için şüphe oluşturacak noktalarla ilgili tüm belirsizliklerin aşılabilmesi açısından süre sınırlandırılmamıştır.

2.3.1.1. Örgütsel imaj ölçeği

Cerit (2006) tarafından geliştirilen Örgütsel İmaj Ölçeği için gerekli izinler alındıktan sonra, öncelikle, Bilgi Evlerinde eğitim gören 6-18 yaş aralığında 60 öğrenci üzerinde pilot uygulama yapılarak güvenilirlik testi yapılmıştır (Tablo 1). Pilot uygulama yapılırken ölçek sorularında yer alan üniversite kavramı yerine Bilgi Evi kavramı kullanılmıştır. Ölçekte, Likert tipi 5'li derecelendirme (1. Hiç, 2. Az, 3. Orta, 4. Çok ve 5. Tam) yöntemi kullanılmıştır. Cerit'in (2006) çalışmasında ölçek maddeleri üç faktör altında toplanmıştır. Akademik Çevre faktörü (1., 2., 3., 4., 5., 6. ve 12. madde) maddelerinden oluşan ilk faktördür. Fiziksel ve Sosyal Çevre (16., 17., 18., 19. ve 20. madde) maddelerinden oluşan ikinci faktördür. Toplumsal Algılanma faktörü (7., 8., 9., 14. ve 15. madde) maddelerinden oluşan üçüncü faktördür. Faktör oranının .45 veya daha yüksek bir oranı göstermesi iyi bir ölçüt olduğunu gösterir (Büyüköztürk ve diğ., 2012). Akademik Çevre, Fiziksel ve Sosyal Çevre ile Toplumsal Algılanma faktörlerinin ölçeğe ait varyansı % 54.58 olarak hesaplanmıştır. Cronbach Alfa katsayısı kullanılarak ölçeğin tüm alt boyutları ve toplamına yönelik güvenilirlik analizi yapılmıştır; birinci faktörün (Akademik Çevre) Alfa (α) değeri .85, ikinci

faktörün (Fiziksel ve Sosyal Çevre) α değeri .81, üçüncü faktörün (Toplumsal Algılanma) α değeri .76 ve toplam ölçeğin α değeri .90 olduğu saptanmıştır (Cerit, 2006).

Örgütsel İmaj ölçeğine ilişkin bu araştırmaya yönelik yapılan pilot uygulamaya (60 kişi) ait iç tutarlık analizi sonuçları; Akademik Çevre faktörü için Alfa (α) değeri .80, Fiziksel ve Sosyal Çevre faktörü için α değeri .73, Toplumsal Algılanma faktörü için α değeri .71 ve toplam ölçeğin α değerinin .92 olduğu saptanmış iken araştırmaya ait iç tutarlık analizi sonuçları; Akademik Çevre faktörü için Alfa (α) değeri .82, Fiziksel ve Sosyal Çevre faktörü için α değeri .78, Toplumsal Algılanma faktörü için α değeri .77 ve toplam ölçeğin α değerinin .92 olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla ölçekle ilgili yapılan testler sonucunda elde edilen pilot uygulamaya yönelik iç tutarlık puanları ve genel değerlendirme puanları ile asıl ölçek puanları arasında tutarlılık olduğu söylenebilir (Tablo 1).

Tablo 1: Pilot Uygulama ve Araştırmaya Ait Güvenirlilik Testi Sonuçları ile Örgütsel İmaj Ölçeği Güvenirlilik Testi Sonuçlarına İlişkin α Değerleri Tablosu

	Cerit (2006)		Pilot Uygulama		Araştırma	
	N	α	N	α	N	α
Akademik Çevre	955	.85	60	.80	335	.82
Fiziksel ve Sosyal Çevre	955	.81	60	.73	335	.78
Toplumsal Algılanma	955	.76	60	.71	335	.77
Örgütsel İmaj Algısı	955	.90	60	.92	335	.92

2.3.1.2. Okula/Kurumsal aidiyet duygusu ölçeği

Bu çalışmada, Bilgi Evlerinin öğrencilere yönelik faaliyetlerde bulunan okul dışı eğitim kurumlarından biri olması dolayısıyla oluşabilecek anlam karmaşasını önlemek amacıyla Okula Aidiyet Duygusu Ölçeği, bundan sonraki aşamalarda Kurumsal Aidiyet Ölçeği olarak ifade edilmektedir. Bu ölçek ile Bilgi Evlerine gelen öğrencilerin Kurumsal Aidiyet Duygularını araştırmak hedeflenmiştir. Bunun için Goodenow'un (1993) geliştirdiği, Sarı (2011) tarafından Türkçeye uyarlanan Okula Aidiyet Duygusu Ölçeği (OADÖ) (The Psychological Sense of School Membership Scale), Bilgi Evlerinde eğitim gören 6-18 yaş aralığındaki öğrencilere uygulanmıştır.

Sarı'nın (2011) uyarladığı OADÖ'nün örneklemini ilköğretim ikinci kademe öğrencileri oluşturmuştur. Bu ölçek; öğrencilerin okula aidiyet seviyelerini, değer görme hissini ve bir sınıfa ait olma duygusunu ölçmeye yönelik 18 madde içeren Likert şeklinde bir ölçektir. Cevaplar 5'li likert tipi ölçek ile (1. Hiç doğru değil, 2. Doğru Değil, 3. Kararsızım, 4. Doğru ve 5. Tamamen doğru) toplanmıştır. Ölçek maddelerinin 13'ü olumlu, 5'inin olumsuz ifade etrafında Aidiyet Duygusu ve Reddedilmişlik Duygusu olmak üzere iki bileşende toplanmıştır. Aynı ölçek, bu araştırma için de Bilgi Evi öğrencilerine uygulanmak üzere olumlu ifade içeren 13 madde Aidiyet Duygusu ve olumsuz ifade içeren 5 madde ise Reddedilmişlik Duygusu faktörü olarak değerlendirilmiştir. Ölçekte olumsuz ifade içeren 5 madde (3., 6., 9., 12. ile 16.) bu araştırmada da olumsuz olarak belirlenmiş ve değerlendirmede ters madde olarak kodlanmıştır. Analiz tablolarında Reddedilmişlik Duygusu (düz.) olarak ifade edilen alt boyuta ilişkin puanlar, ters maddelerin düzeltilerek hesaplandığı olumlu değerleri ifade etmektedir. Ayrıca ölçek, Bilgi Evi öğrencilerine uygulandığı için ölçekteki okul kavramı yerine Bilgi Evi kavramı kullanılmıştır.

Sarı'nın (2011) uyarlamış olduğu çalışmada, Okula/kuruma Bağlılık ile Reddedilmişlik Duygusu faktörleri toplam varyansın % 38.49'unu açıklamışken alt ölçeklere ait "Cronbach Alfa iç tutarlık katsayılarının" .84 ve .78 olduğu belirtilmiştir. Bu ölçek için, gerekli izinler alınarak uzman

kişilerin görüşleri doğrultusunda, hedef kitle olarak belirlenen 60 öğrencinin katılımı ile pilot uygulama gerçekleştirilmiştir (Tablo 2). Pilot uygulamadan elde edilen iç tutarlık analizinin uygunluğu göz önünde bulundurularak asıl uygulama yapılmıştır. Pilot uygulamaya ait iç tutarlık analizi sonuçları; Aidiyet Duygusu faktörü için α değeri .84, Reddedilmişlik Duygusu için α değeri .62 ve Kurumsal Aidiyet Duygusu için .83 olarak bulunmuş iken araştırmaya ait iç tutarlık analizi sonuçları; Aidiyet Duygusu faktörü için α değeri .86, Reddedilmişlik Duygusu için α değeri .64 ve Kurumsal Aidiyet Duygusu için .85 olarak bulunmuştur. Dolayısıyla yapılan testler sonucunda elde edilen iç tutarlık puanları arasında tutarlılık olduğu söylenebilir.

Tablo 2: Pilot Uygulama ve Araştırmaya Ait Güvenirlik Testi Sonuçları ile Kurumsal Aidiyet Duygusu Ölçeği Güvenirlik Testi Sonuçlarına İlişkin α Değerleri Tablosu

	Sarı (2011)		Pilot Uygulama		Araştırma	
	N	α	N	α	N	α
Aidiyet Duygusu	602	.84	60	.84	335	.86
Reddedilmişlik Duygusu	602	.78	60	.62	335	.64
Kurumsal Aidiyet Duygusu	602	.84	60	.83	335	.85

2.4. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde IBM SPSS Statistics 25 Data Editor (Education Version) istatistiksel paket programı kullanılmıştır. Ölçek verileri program veri tabanına girilerek ölçek sonuçları analiz edilmiştir. Betimsel istatistikler; standart sapma (SS), aritmetik ortalama (\bar{x}) değeri gibi veriler elde edilmiştir. Elde edilen verilerin değerlendirilmesinde kullanılan ölçütler, uzman kişilerin görüşleri doğrultusunda 5'li Likert tipi ölçekte yer alan puan aralıkları esas alınarak belirlenmiş olup Tablo 1'de gösterilmiştir. Ölçeklerden alınan puanlar toplam madde sayısına oranlanmak suretiyle 1-5 aralığına dönüştürülmüştür. Bulguların anlamlılığı .05 düzeyinde incelenmiştir. Ölçek puan ortalamalarının yorumlanması sırasında göz önünde bulundurulmuş düzeyler Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3: 5'li Likert Ölçeğinde Puan Aralıklarının Denk Geldiği Düzeylerin Yorumlanmasına İlişkin Değer Aralıkları Tablosu

Puan Aralığı	Düzeyi
1.00-1.80	Çok Düşük
1.81-2.60	Düşük
2.61-3.40	Orta
3.41-4.20	Yüksek
4.21-5.00	Çok Yüksek

Normallik testinde çarpıklık ile basıklık değerinin (+1) ile (-1) arasında olması ölçekler ile alt boyutlarının normal dağıldığını göstermektedir (Büyüköztürk, Çokluk ve Köklü, 2011). Veri analizi yapılırken doğrusallık ve normallik sayıltıları incelendiğinde, uygulanan ölçeklerin çarpıklık ile basıklık katsayılarının +1 ile -1 değerleri arasında normal dağıldığı görülmüştür (Tablo 4).

Tablo 4: Normallik Testine Yönelik Çarpıklık ve Basıklık Değerleri Tablosu

Ölçek/alt boyut adı	Çarpıklık	Basıklık
Akademik Çevre	-0,694	-0,254
Toplumsal Algılanma	-0,618	-0,197
Fiziksel ve Sosyal Çevre	-0,604	-0,306
Örgütsel İmaj Algısı	-0,569	-0,359
Aidiyet Duygusu	-0,459	-0,559
Reddedilmişlik Duygusu	-0,649	-0,242
Kurumsal Aidiyet	-0,458	-0,359

Veriler normal dağıldığı için verilerin analizinde parametrik testler kullanılmıştır. Bu çerçevede bulguları yorumlamak için; bağımsız iki grup ortalama değerinin karşılaştırılmasında t-testi, ölçekler arasındaki ilişki düzeyini saptamak için korelasyon testi gibi istatistiksel teknikler kullanılmış ve Cronbach Alfa güvenilirlik analizi yapılmıştır.

Korelasyon katsayısının hangi değerlerde, neyi ifade ettiğine ilişkin bilgiler Büyüköztürk ve diğ. (2012) çalışmasından yararlanılarak Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5: Korelasyon Katsayı Değerlerini Yorumlamaya İlişkin Değer Aralıkları Tablosu Büyüköztürk ve diğ. (2012)

Korelasyon Katsayısı (r)	İlişki Durumu/Düzeyi
0	İlişki yok
-0.30 < r < 0.30	Zayıf
-0.70 < r < -0.30 ve 0.30 < r < 0.70	Orta
r < -0.70 ve r > 0.70	Yüksek
+1	Mükemmel

Tablo 5'de gösterildiği üzere korelasyon çalışılırken değişkenler arası ilişki; farklı değişkenler için değişik yöntemler uygulanarak hesaplanır ve (+1) ile (-1) arasında değişkenlik gösteren bir korelasyon katsayısı ile gösterilir. Bulunan değer pozitif (+) olması bir değişkendeki artışın diğer değişkende de artışın olduğunu gösterirken, negatif (-) olması bir değişkende artış olurken diğerinde azalışın olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk ve diğ., 2012).

3. Bulgular

Araştırmanın evrenini, İstanbul ili Esenler ilçesindeki Bilgi Evlerine 2017-2018 Eğitim ve Öğretim yılında kayıtlı olan 2728 öğrenci oluşturmaktadır. Örneklem 335 öğrenciden oluşturulmuş olup örnekleme ilişkin demografik bilgiler Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6: Ölçeklerin Uygulandığı Bilgi Evi Öğrencilerinin Demografik Bilgileri Tablosu

Demografik Bilgiler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Kız	183	54.6
	Erkek	152	45.4
Toplam		335	100

Tablo 6 incelendiğinde cinsiyete göre öğrencilerin % 54.6'sı kız iken % 45.4'ü erkek olduğu görülmektedir. Cinsiyete göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik Örgütsel İmaj Algıları ile Kurumsal Aidiyet Duyguları Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7: Öğrencilerin cinsiyete Göre Bilgi Evlerinin Örgütsel İmaj Algıları ile Kurumsal Aidiyet Duygularına İlişkin Puanlarına Ait Bağımsız Gruplar t-Testi Tablosu

Cinsiyet	Kız, % 54.6		Erkek, % 45.4		t	p
	\bar{x}	SS	\bar{x}	SS		
Ölçek						
Akademik Çevre	4.26	.66	4.12	.71	1.85	.06
Toplumsal Algılanma	4.14	.72	3.98	.77	1.91	.05
Fiziksel ve Sosyal Çevre	3.96	.85	3.91	.83	.49	.62
Örgütsel İmaj Algısı	4.12	.67	4.03	.70	1.55	.12
Aidiyet Duygusu	4.19	.59	4.02	.72	2.32	.02
Reddedilmişlik Duygusu (<i>düz.</i>)	4.24	.72	4.00	.82	2.69	.00
Kurumsal Aidiyet Duygusu	4.20	.53	4.02	.66	2.79	.00

Tablo 7’de Öğrencilerin Örgütsel İmaj Algılarına ilişkin bulgulara ait t-testi verileri incelendiğinde bütün olarak ve alt boyutlar bazında cinsiyete göre anlamlı fark olmadığı görülmüştür ($p>.05$). Kurumsal Aidiyet Duygusuna ilişkin t-testi verileri incelendiğinde ise cinsiyete göre, toplam puan ve alt boyutlar bazında ortalamalar (\bar{x}) arasında kız öğrencilere yönelik anlamlı farkın olduğu görülmüştür ($p<.05$). Öğrencilerin, Bilgi Evlerinin Örgütsel İmajına yönelik algıları ile Kurumsal Aidiyet Duygularına ilişkin betimleyici istatistiksel değerler Tablo 8’de verilmektedir.

Tablo 8: Öğrencilerin Bilgi Evlerinin Örgütsel İmajına Yönelik Algıları ile Kurumsal Aidiyet Duygularına İlişkin Betimleyici İstatistiksel Değerler Tablosu

Boyutlar	N	\bar{x}	SS
Akademik Çevre	335	4.20	.69
Toplumsal Algılanma	335	4.06	.74
Fiziksel ve Sosyal Çevre	335	3.94	.84
Örgütsel İmaj Algısı	335	4.09	.68
Aidiyet Duygusu	335	4.11	.66
Reddedilmişlik Duygusu (<i>düz.</i>)	335	4.13	.77
Kurumsal Aidiyet Duygusu	335	4.12	.60

Tablo 8’deki araştırma bulgularına göre; öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik Örgütsel İmaj Algılarının toplam puan bazında ve Toplumsal Algılanma ile Fiziksel ve Sosyal Çevre alt boyutlarında yüksek, Akademik Çevre alt boyutunda ise yüksek düzey üst sınırında, Kurumsal Aidiyet Duygusu ve alt boyutlarının ise yüksek düzeyde olduğu söylenebilir. Örgütsel İmaj ve Kurumsal Aidiyet Duygusuna Ait Toplam Puan ve Alt Boyutları Arası İkili Korelasyon Matrisi Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9: Örgütsel İmaj ve Kurumsal Aidiyet Duygusuna Ait Toplam Puan ve Alt Boyutları Arası İkili Korelasyon Matrisi

Ölçek	Aidiyet Duygusu	Reddedilmişlik Duygusu (düz.)	Kurumsal Aidiyet	Akademik Çevre	Toplumsal Algılanma	Fiziksel ve Sosyal Çevre	\bar{x}	SS	p
	r	r	r	r	r	r			
Aidiyet Duygusu	-						4.11	.66	.01
Reddedilmişlik Duygusu (düz.)	.435	-					4.13	.77	.01
Kurumsal Aidiyet	.946	.703	-				4.12	.60	.01
Akademik Çevre	.725	.326	.690	-			4.20	.69	.01
Toplumsal Algılanma	.695	.292	.654	.787	-		4.06	.74	.01
Fiziksel ve Sosyal Çevre	.505	.166	.459	.720	.718	-	3.94	.84	.01
Örgütsel İmaj Algısı	.717	.298	.674	.924	.903	.886	4.09	.68	.01

Tablo 9'daki, Örgütsel İmaj Algısı puan ortalamaları ile Kurumsal Aidiyet aritmetik ortalamaları ve tüm alt boyutlara ait aritmetik ortalamaları yüksek düzeyde bulunmuştur ($\bar{x} = 3.41-4.20$). Öğrencilerin Örgütsel İmaj Algıları ve Kurumsal Aidiyet Duyguları arasındaki korelasyonun orta seviye üst sınırında, pozitif ve anlamlı olduğu belirlenmiştir ($r = .674$, $p = .01$). İki değişken arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlılık düzeyi .01 seviyesindedir. Ayrıca öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik Örgütsel İmaj Algıları ile Reddedilmişlik Duygusu arasında düşük düzey üst sınırında ($r = .298 < 0.30$), Aidiyet duygusu alt boyutuyla yüksek düzeyde ($r > 0.70$) pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin olduğu saptanmıştır. Kurumsal Aidiyet Duygusu alt boyutlarından Aidiyet Duygusu ile Örgütsel İmaj alt boyutlarından Akademik Çevre yüksek düzeyde, Toplumsal Algılanma ve Fiziksel ve Sosyal Çevre arasında orta düzeyde ($r = 0.30 - 0.70$) olumlu bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Reddedilmişlik Duygusu ile Akademik Çevre arasında orta, Toplumsal Algılanma ve Fiziksel ve Sosyal Çevre arasında düşük düzeyde ($r < 0.30$) olumlu bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Örgütsel İmaj Algıları toplam puanları ile tüm alt boyutları arasında ve Örgütsel İmaj alt boyutlarının kendi aralarında yüksek düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilirken kurumsal aidiyet toplam puanları ile tüm alt boyutları arasında da yüksek düzeyde bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Kurumsal Aidiyet Duygusu ile Örgütsel İmaj Algısı alt boyutlarının tümü arasında ise orta seviyede bir ilişki belirlenmiştir. Dolayısıyla, öğrencilerin Örgütsel İmaj Algıları arttıkça aidiyet düzeylerinin de arttığı söylenebilir. Bu durumda, Bilgi Evlerinin akademik anlamda, fiziksel ve sosyal donatılar ve toplum nezdindeki ünü ile iyi düzeyde olması, öğrencilerin Bilgi Evlerini tercih etme, Bilgi Evlerine sempati duyma ve aidiyet hissetme yönündeki ilgilerini arttıracakı düşünülebilir. Son olarak yapılan Örgütsel İmaj Algısı ile Kurumsal Aidiyet Duygusu arasındaki doğrusal regresyon analizi Tablo 10'da yer almaktadır.

Tablo 10: Örgütsel İmaj Algısı ile Kurumsal Aidiyet Duygusu arasındaki Doğrusal Regresyon Analizi Tablosu

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	B	St. Hata	B	t	p	R ²	F
Kurumsal Aidiyet Duygusu	Sabit	1.701	.148	-	11.530	.00	.454	276.72
	Örgütsel İmaj Algısı	.591	.036	.674	16.635	.00		

Tablo 10'daki regresyon analizi katsayılarının anlamlılığına ilişkin t değerleri göz önüne alındığında Örgütsel İmaj Algısının Kurumsal Aidiyet Duygusunun anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmektedir. Örgütsel İmaj Algısının Kurumsal Aidiyet Duygusu puanlarına yönelimi toplam varyansın % 45.4'ünü açıklayabildiği söylenebilir ($r = 0.674$, $R^2 = 0.454$, $F(1, 333) = 276.72$, $p < .001$). Regresyon analizine göre Örgütsel İmaj anlamında yapılacak olan düzenlemelerin kurumsal aidiyet düzeyini olumlu yönde etkileyeceği ifade edilebilir.

4. Tartışma ve Sonuç

Öğrencilerin Bilgi Evlerinin Örgütsel İmajına yönelik algıları ile Kurumsal Aidiyet Duyguları arasındaki ilişkiyi öğrenmek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada; cinsiyete göre, araştırmaya katılan kızların sayısının erkek öğrencilere nazaran daha çok olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özkan (2015), çalışmada araştırmaya katılan öğrencilerin % 52'sinin kızlardan oluştuğu belirtilmiştir. Ayrıca öğrencilerin Örgütsel İmaj Algılarına ilişkin t-testi verileri incelendiğinde bütün olarak ve alt boyutlar bazında cinsiyete göre anlamlı bir farkın olmadığı görülür iken, Kurumsal Aidiyet Duygusuna ilişkin t-testi verileri toplam puan ve alt boyutlar bazında ortalamalar (\bar{x}) arasında kız öğrencilere yönelik anlamlı fark olduğunu göstermektedir. Bu durum, Örgütsel İmaj Algısı yönüyle kız ve erkek öğrenciler arasında bir farklılık olmadığını ancak kurumsal aidiyet yönüyle kız öğrencilerin erkeklere göre Bilgi Evlerine yönelik daha ilgili olduklarını göstermektedir. Bu durumda erkek öğrencilerde ilgi uyandıracak aktivite alanlarının veya faaliyetlerin belirlenip geliştirilerek ya da çeşitlendirilerek erkeklerin aidiyet duygularının artırılabilirliği düşünülebilir.

Araştırmanın bulgularına göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik Örgütsel İmaj Algılarının toplam puan bazında ve Toplumsal Algılanma ile Fiziksel ve Sosyal Çevre alt boyutlarında yüksek düzeyde, Akademik Çevre alt boyutunda ise yüksek düzey üst sınırında olduğu görülmüştür. Dolayısıyla, öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik Örgütsel İmaj Algılarının yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar, Bilgi Evlerinin hem ders hem de faaliyet içerikleri yönüyle zengin olduğunu, öğrenciler tarafından ilgiyle karşılandığını, toplum nezdinde kabul görmüş bir üne sahip olduğunu göstermektedir. Özdoğru ve diğ. (2017) tarafından yapılan bir çalışmada öğrencilerin Bilgi Evlerinden çok memnun oldukları ve bu mekânlara ilgi duydukları belirtilerek bunun derslerin eğlenceli bir şekilde anlatılması, sosyal ve kültürel faaliyetler ile geleneksel oyunlar gibi çalışmaların yaygın olmasından kaynaklandığı ifade edilmiştir. Cerit (2006), Özkan (2015) öğrencilerin okullarına ilişkin Örgütsel İmaj Algılarının orta düzeyde olduğunu ifade etmişler. Kazoleas ve diğ. (2001) yaptıkları çalışmada, bilgi edindikleri kaynaklar farklı olmakla beraber, insanların üniversiteyle ilgili Örgütsel İmaj Algılarının orta seviyede olduğunu bulmuşlardır. Özkan (2015), gerçekleştirmiş olduğu bir çalışmada, öğrencilerin okullarının kurumsal imajına yönelik algılarına ilişkin ortalamalarının orta düzeyde olduğunu vurgulamıştır. Bu çalışmada elde edilen bulgular öğrencilerin Bilgi Evlerinin imajına yönelik algılarının hem toplam hem de alt boyutlarda yüksek veya çok yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir.

Torlak (2001) gerçekleştirdiği araştırmada hizmet kalitesine ilişkin öğrencilerin algılarını etkileyen önemli özelliklerinden bazılarının üniversitenin barınma, fiziksel çevre ve ulaşım imkânları gibi öğeler olduğunu ifade etmiştir. Arpan ve diğ. (2003), üniversitenin fiziki çevresi ile sosyal yaşam ortamının üniversitenin/kurumun imajını belirlemede etkin rol oynadığını ve dikkate alınması gerektiğini vurgulamışlardır. Bu araştırmadaki bulgular; Fiziksel ve Sosyal Çevre alt boyutuyla birlikte Akademik Çevre ve Toplumsal Algılanma alt boyutlarının da aritmetik ortalamalarının yüksek/çok yüksek düzeyde olması sebebiyle verilen hizmetin, hizmetin verildiği yerin ve faaliyetlerin kalitesinin Örgütsel İmaj Algısını olumlu olarak etkilediğini göstermektedir.

Kazoleas ve diğ. (2001), gerçekleştirdikleri bir çalışmada, üniversite çevresinde yerleşik bulunan insanların üniversiteyle ilgili orta seviyede pozitif bir Örgütsel İmaj Algısı taşıdıklarını ifade etmişlerdir. Dolayısıyla Bilgi Evlerinin de çevrelerince olumsuz bir şekilde algılanmaması, pozitif bir algı ve görünüm oluşturabilmesi için çevreleriyle daha olumlu bir ilişki ve iletişim içerisinde olmayı devam ettirmeleri gerekmektedir. Cerit (2006), yaptığı bir araştırmada bilgi teknolojileri ve küreselleşmeyle birlikte rekabet ortamının da genişleyip hızlandığını ifade ederek üniversiteler; dolayısıyla da eğitim kurumlarının eğitim ve araştırma dışında da çeşitli stratejiler geliştirmeleri gerektiğini ortaya koymuş ve bu stratejilerden birinin çevrede pozitif yönde bir imaj oluşturmak olduğunu belirtmiştir.

Araştırma bulguları, İstanbul ili Esenler ilçesindeki bilgi evi öğrencilerinin Kurumsal Aidiyet Duygularının yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Bu durumda öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik aidiyet düzeylerinin olumlu olduğu; öğrencilerin genel anlamda Bilgi Evleri hakkında pozitif düşünceler taşıdıkları, kendilerini Bilgi Evlerinde rahat, huzurlu ve güvende hissettikleri, dışlanmadıkları sonucuna varılmıştır. Özgök (2013), Sarı ve Özgök (2014), öğrencilerin kurumsal/okula aidiyet duygularının orta düzeyin üzerinde, Özkan (2015) ise yüksek düzeyde olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca bu araştırma sonucunda öğrencilerin Kurumsal Aidiyet Duygularıyla ilgili elde edilen puan ortalamalarının, yurt içi ve yurt dışında yapılan araştırma bulgularıyla karşılaştırıldığında daha yüksek olduğu görülmüştür. Örneğin; yurt içinde Sarı (2012), Alaca (2011) ve yurt dışında Israelashvili (1997), Adelabu (2007) tarafından gerçekleştirilen araştırmalar (Akt. Sarı ve Özgök, 2014). Bu çalışmalardan hareketle, farklı örneklem gruplarına yönelik olmasına rağmen yapılan araştırmaların sonuçlarına göre öğrencilerin Kurumsal Aidiyet Duygularının genellikle olumlu olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin Örgütsel İmaj Algıları ve Kurumsal Aidiyet Duyguları arasında orta seviyede, pozitif ve anlamlı ilişki olduğu sonucu bulunmuştur. Dolayısıyla öğrencilerin Örgütsel İmaj Algıları arttıkça aidiyet düzeylerinin de arttığı düşünülmektedir. Bu durumda, Bilgi Evlerinin akademik anlamda, fiziksel ve sosyal donatılar ve toplum nezdindeki ünü ile iyi düzeyde olması, öğrencilerin Bilgi Evlerini tercih etme, Bilgi Evlerine sempati duyma ve aidiyet hissetme yönündeki ilgilerini arttırmaktadır. Özkan (2015), öğrencilerin okullarına yönelik Örgütsel İmaj Algıları ile Kurumsal Aidiyet Duyguları arasındaki ilişkinin orta seviyede, pozitif yönde ve anlamlı olduğunu bulmuştur.

Araştırma bulguları öğrencilerin Örgütsel İmaj Algılarının kurumsal aidiyet duygusunun anlamlı bir yordayıcısı olduğunu göstermektedir. Bu durumda, Örgütsel İmaj Algısının aidiyet düzeyini arttırdığı görülmektedir. Dolayısıyla, öğrencilerin Bilgi Evlerine ilişkin imaj algıları, Bilgi Evlerine ilgi ve yönelimlerini de etkilemektedir.

Sonuç olarak; öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik Örgütsel İmaj Algıları ile Kurumsal Aidiyet Duyguları arasındaki ilişkinin incelendiği bu araştırmada, öğrencilerin Örgütsel İmaj Algıları ve Kurumsal Aidiyet Duyguları arasında orta seviyede, pozitif (+ yönde) ve anlamlı ilişki olduğu;

Örgütsel İmaj Algısının Kurumsal Aidiyet Duygusunun anlamlı bir yordayıcısı olduğu belirlenmiştir.

Araştırma bulgularından elde edilen sonuçlar ile yapılan tartışma ve değerlendirmeler sonucunda oluşan kanaatler ve yapılmasında fayda görülen bir takım öneriler maddeler halinde dile getirilmeye çalışılmıştır:

a) Öğrencilerin Bilgi Evlerine devamlılığını ve örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duygularının pekişmesini sağlamak amacıyla akademik, fiziksel ve sosyal ortam olarak şartları daha çok geliştirilebilir.

b) Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algılarının daha çok artması için Bilgi Evlerinin fiziksel, akademik, sosyal ve toplumsal alanlarda şartları daha çok iyileştirilerek sayıları arttırılabilir.

c) Daha iyi imaj algısı oluşturmak amacıyla Bilgi Evleri çevreleriyle olumsuz bir şekilde algılanmayacak, pozitif bir algı ve görünüm oluşturabilecek daha olumlu bir ilişki ve iletişim geliştirebilir.

d) Daha uzun süreli tercih edilmesi ve daha fazla zaman geçirilebilmesi için Bilgi Evlerinin fiziki şartlarının; yemek, barınma ve ulaşım imkânlarının, lise düzeyinde eğitim alanlarının geliştirilmesi, faaliyetlerin çeşitlendirilmesi, eğitimci kadrosunun arttırılması gibi çalışmalar yapılabilir.

e) Araştırma başka illerde de gerçekleştirilerek öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duygularının Türkiye genelinde gelişmesi yönünde çalışmalar yapılabilir.

Kaynaklar

- Akbulut, B. (2015). *Ortaöğretim kurumlarında görev yapan öğretmenlerin örgütsel imaj algıları ile iş doyumunu düzeyleri arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara. [https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/nden erişilmiştir \(Tez No. 394814\).](https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/nden%20eri%C5%9Filmi%C5%9Ftir%20(Tez%20No.%20394814).)
- Arpan, L.M., Roney, A.A., & Zivnuska, S. (2003). A cognitive approach to understanding university image. *Communications: An International Journal*, 8(2), 97-113. <https://doi.org/10.1108/1356328031047535>
- Booker, K.C. (2004). Exploring school belonging & academic achievement in african american adolescents. *Curriculum & Teaching Dialogue*, 6(2), 131-143. doi: 10.2307/40364222.
- Büyüköztürk, Ş., Çokluk, Ö., & Köklü, N. (2011). *Sosyal bilimlerde istatistik*. Ankara: Pegem Akademi.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Cerit, Y. (2006). Eğitim fakültesi öğrencilerinin üniversitenin örgütsel imaj düzeyine ilişkin algıları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 12(47), 343-365. [https://www.pegem.net/dosyalar/dokuman/2269-20110604141851 - edadmintp_summer2006_pp343-365.pdf](https://www.pegem.net/dosyalar/dokuman/2269-20110604141851-edadmintp_summer2006_pp343-365.pdf)
- Çavuş, R., Öztuna Kaplan, A. & Umdü Topsakal, Ü. (2013). İnformal öğrenme ortamlarının çevre bilinci kazandırmasına ilişkin öğretmen görüşleri: kocaali bilgi evleri örneği. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 3(1), 15-26. <https://www.pegem.net/dosyalar/dokuman/137907-2013042911303-makale-2.pdf>
- Goodenow, C. (1993). The psychological sense of school membership among adolescents: scale development & educational correlates. *Psychology in the Schools*, 30(1), 79-90. [https://doi.org/10.1002/1520-6807\(199301\)30:1 %3C79::AID-PITS2310300113%3E3.0.CO;2-X](https://doi.org/10.1002/1520-6807(199301)30:1%3C79::AID-PITS2310300113%3E3.0.CO;2-X)

- Goodenow, C., & Grady, K.E. (1993). The relationship of school belonging & friends' values to academic motivation among urban students. *The Journal of Experimental Education*, 67(1), 60-71. <https://doi.org/10.1080/00220973.1993.9943831>
- İslamoğlu, H. A. (2003). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Karadeniz, Ş. (2017). Yeni bir bilgi ve öğrenme merkezi olarak bilgi evleri. *Türk Kütüphaneciliği*, 31(1), 90-104. doi:10.24146/tkd.2017.6
- Karakeçili, E. (2015). *Aidiyet meselesi bağlamında beden mekânsızlığı* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara. [https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/'nden erişilmiştir \(Tez No. 396141\).](https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/'nden%20eri%C5%9Filmi%C5%9Ftir%20(Tez%20No.%20396141))
- Karasar, N. (2011). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kavi, E. & Koçak, O. (2010). İstanbul'daki bilgi evlerinin sosyal içerme boyutu açısından değerlendirilmesi. *8. Uluslararası Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, 28-31 Ekim 2010, Bildiriler içinde* (567-578). İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İstanbul.
- Kazoleas, D., Kim, Y., & Maffitt, M. (2001). Institutional image: a case study. *Corporate Communications: An International Journal*, 6(4), 205-216. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000006148>
- Okay, A. (2000). *Kurum kimliği*. Ankara, Pelin Ofset: MediaCat Kitapları.
- Özdoğru, A.A., Semiz, H. & Açıkgöz, Ö. (2017). *Bilgi evine katılımın öğrencilerin gelişimine etkisi: bir pilot çalışma*. Sosyal Politikalar: Kurumlar ve Bireyler Çalıştayında sunulmuş bildiri, İstanbul, Türkiye.
- Özgök, A. (2013). *Ortaokul öğrencilerinde okula aidiyet duygusunun arkadaşlara bağlılık düzeyinin ve empatik sınıf atmosferi algısının incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana. [https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/'nden erişilmiştir \(Tez No. 330161\).](https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/'nden%20eri%C5%9Filmi%C5%9Ftir%20(Tez%20No.%20330161))
- Özkan, F. (2015). *Öğrencilerin okullarının imajına ilişkin alguları ve aidiyet düzeyleri (İstanbul Eyüp ilçesi örneği)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi. İstanbul. <http://hdl.handle.net/11547/2004>
- Palacio, A. B., Meneses, G. D., & Perez, P. J. (2002). The configuration of the university image & its relationship with the satisfaction of students. *Journal of Educational Administration*, 40(5), 486-505. <https://doi.org/10.1108/09578230210440311>
- Sarı, M. (2011). Adaptation of the Psychological Sense of School Membership Scale to Turkish. Manuscript submitted for publication.
- Sarı, M. (2012). Sense of school belonging among elementary school students. *Çukurova University Faculty of Education Journal*, 41(1), 1-11. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/46471>
- Sarı, M., & Özgök, A. (2014). Ortaokul öğrencilerinde okula aidiyet duygusu ve empatik sınıf atmosferi algısı. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 13(2), 479-492. <http://jss.gantep.edu.tr>
- Şahin, E. (2014). *Ortaöğretim kurumlarında örgütsel kimlik, örgütsel imaj, örgütsel özdeşleşme ve örgütsel adalet (Bursa örneği)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir. [https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/'nden erişilmiştir \(Tez No. 370670\).](https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/'nden%20eri%C5%9Filmi%C5%9Ftir%20(Tez%20No.%20370670))
- Torlak, Ö. (2001). Eğitim hizmetleri pazarlaması açısından üniversite öğrencilerinin hizmet kalitesini algılamalarının önemi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 7(3), 399-416. <http://www.kuey.net/index.php/kuey/issue/view/27>
- Uslu, F. (2012). İlköğretim okulu öğrencilerinin okula yönelik aidiyeti: öğretmen-öğrenci ilişkisi, akran ilişkisi ve aile katılımının rolü (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Mersin Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Mersin. [https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/'nden erişilmiştir \(Tez No. 313167\).](https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/'nden%20eri%C5%9Filmi%C5%9Ftir%20(Tez%20No.%20313167))
- Yavuz, İ. (2013). *Sosyal belediyeçilik bağlamında çocuk ve gençlik hizmetleri: adapazarı belediyesi bilgi evi örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Yalova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yalova. [https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/'nden erişilmiştir \(Tez No. 384513\).](https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/'nden%20eri%C5%9Filmi%C5%9Ftir%20(Tez%20No.%20384513))

Extended Summary

1. Introduction

In today's world, the production of information, the purpose it is used for, how it is presented, from which sources it is obtained and how it is controlled are gaining importance. This has great importance due to the high population of young people and children in Turkey. The fact that requirements in education are not being met and the families with lower levels of income cause opportunity inequality (Kavi and Kocak, 2010). In addition, free and safe places are needed which would reduce the inequality of opportunity and where students could do their homework, study, use the safe internet, and read under the control of the instructor (Kavi and Kocak, 2010). In this case, it has become inevitable for central and local governments to develop social policies and diversify their activities in social services. In this context, Knowledge Houses (Bilgi Evleri), which is for young people and children, have been established as socio-cultural centers in Turkey as of 2005 (Yavuz, 2013). These Knowledge Houses are places which allow students between the ages of 9-15 to study comfortably, participate actively in social and cultural activities and a third place for education after their home and schools (Esenler Municipality, 2018). In other words, Knowledge Houses are the information and learning centers which aim supporting the formal education of children of primary and secondary education, and where educational, technological, artistic and cultural activities are carried out under the supervision of expert educators (Karadeniz, 2017).

Rapid development of science and technology in the changing world, globalization and socio-cultural changes have led to the formation of different and many organizations (Akbulut, 2015). Knowledge Houses organizations are formed as a result of people coming together in line with the aims they wish to realize in social life (Bakan, 2005; as cited in Akbulut, 2015). Tinto (1997), who expresses that human relations take shape within the framework of common values in educational institutions, each of which is an organization, states that educational institutions are organizations that produce value and continue to operate according to the values they produce as well as striving to realize certain values (As cited in Uslu, 2012).

Palacio, Meneses and Perez (2002) have stated that organizational image, which has a serious impact on educational institutions, is an important factor affecting the school satisfaction of students (As cited in Sahin, 2014). Marks (1998), emphasizes that schools are responsible for the social and psychological development of students as well as their academic development, advocates the view that a positive school environment will contribute to the students' senses of belonging to school. (As cited in Uslu, 2012). Belonging is the feeling that occurs in a person that could be related to anything (Karakecili, 2015). Booker (2004), states that one of the important catalysts affecting the sense of belonging was social recognition and acceptance, it was concluded that the interactions of students with their peers and teachers and engaging in extra-curricular activities affected their sense of belonging. Cerit (2006), who indicated that people's opinions about the organization are formed as a result of their interaction with the organization, states that it is necessary to get the opinion of people who have close relations with the organization when determining the level of organizational image related to the organization.

The aim of this study was to investigate the relationship between student's perceptions of Institutional Sense of Belonging to the Knowledge Houses (Bilgi Evleri) and their sense of corporate belonging.

2. Method

This research was conducted to examine the Relationship Between Students' Perception of Organizational Image and Their Institutional Sense of Belonging to the Knowledge Houses. The target population consisted of 2,728 students enrolled in Knowledge Houses in the 2017-2018 academic year which operates in Esenler district of Istanbul. The sample size was applied to 350 students by using the cluster sampling method, considering the data of Suitable Sample Sizes for Different Deviation

Quantities. Research data were collected using the Organizational Image Scale (OIS) and the Sense of Loyalty to School Scale (SLSS). The model of this research, which was conducted using quantitative research techniques, was determined as relational scanning. Independent groups t-test, Pearson correlation test, regression analysis and Cronbach' Alpha reliability analyses were performed in the study.

3. Findings, Discussion and Results

In this context, it is thought that the Knowledge Houses established by the municipalities for certain purposes are effective on the students and at the same time, since students from various thoughts and sense of belonging regarding the Knowledge Houses, and it will be correct to obtain the data from the active users of the Knowledge Houses if a study is to be made on the Knowledge Houses. Nevertheless, the Knowledge House are places other than schools, where students have a sense of belonging and have good perceptions, where the needs of Internet, study, library, preparing for exams, free education, accessing accurate and reliable information, social activity, sports, art, housing, etc. are met, and where the inequality of opportunity due to family's economical situations are minimized. In addition, it can be thought that children who benefit from the activities carried out in these spaces develop an organizational image perception over time, and at the same time, there forms a sense of institutional belonging in these children and there may be a relationship between this organizational image perception and institutional sense of belonging. For this purpose, in this study, the relationship between students' perceptions of organizational image and their sense of institutional belonging to the Knowledge Houses" was tried to be examined. In this context, the problem statement of the research was formed as "is there a relationship between students' perceptions of organizational image and their sense of institutional belonging?"

The results of the research showed that there is a moderate, positive and significant relationship between the students' perceptions of organizational image regarding Knowledge Houses and their sense of institutional belonging. In addition, it was determined that the perception of organizational image is a moderate significant predictor of the sense of institutional belonging.

Etik Beyanamesi

Bu makalede "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında belirtilen bütün kurallara uyduğumuzu, "Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler" başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbirini gerçekleştirmediğimizi, hiçbir çıkar çatışmasının olmadığını ve oluşabilecek her türlü etik ihlalinde sorumluluğun makale yazarlarına ait olduğunu beyan ederiz.

Etik Kurul İzin Bilgileri

Etik kurul adı: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Etik Kurul Başkanlığı

Etik kurul karar tarihi: 29.07.2020

Etik kurul belgesi sayı numarası: 20292139-050.01.04

Araştırma makalesi: Orman, M., & Bilgivar, O. O. (2021). Öğrencilerin bilgi evlerine yönelik örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasındaki ilişki. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(3), 768-784.