

JANDARMA TEŞKİLATININ KURUMSAL İMAJINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: GÜMÜŞHANE İLİ ÖRNEĞİ¹

Adem BEŞLİ²

Gülsüm ÇALIŞIR³

ÖZ

Araştırma Makalesi

Research Article

² Lisansüstü Öğrencisi

Gümüşhane Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü,
Gümüşhane, Türkiye

E-Posta
adembeslii@gmail.com

ORCID
0000-0002-1756-4123.

³ Prof. Dr.

Gümüşhane Üniversitesi
İletişim Fakültesi, Gümüşhane,
Türkiye

E-Posta
gulsumcalisir@yahoo.com

ORCID
0000-0003-3631-6819

Başvuru Tarihi / Received
22.08.2024

Kabul Tarihi / Accepted
24.09.2024

İnsanlar ancak toplumsal düzenin sağlanmış olduğu ortamlarda refah ve mutlu bir hayat sürmektedir. Toplumsal düzenin sağlanması da o toplumun emniyet ve asayişin sağlanması ile mümkündür. Ülkemizde insanların huzur ve güvenliğini sağlamakla görevli kurumlardan biri olan Jandarma teşkilatının genel olarak toplumda bir saygınlığının olduğu bilinmektedir. Bu çalışmada, toplumda genel olarak bilinen bu saygınlığın; yani olumlu imajın bilimsel olarak ortaya konulmasını amaçlamaktadır.

Bu araştırmada Gümüşhane ilinde Jandarma kurumundan hizmet almış vatandaşlarla yapılan anketlerden elde edilen tespitler SPSS programı aracılığıyla analiz edilerek yorumlanmıştır. Araştırmanın evrenini Gümüşhane ilinde yaşayan sivil vatandaşlar, örneklemini ise Gümüşhane ilinde Jandarma kurumundan hizmet almış 18-55+ yaş aralığında yer alan sivil vatandaşlar oluşturmaktadır. Bu çalışmada kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen katılımcılardan alınan cevaplar değerlendirmeye alınmıştır. Çalışmanın uygulama bölümüne gönüllü olarak katılım sağlayan 300 sivil vatandaş bulunmaktadır. Araştırma sonucunda binlerce personeli ve köklü bir geçmişi olan Jandarma kurumunun kurumsal imajının, hizmet verdiği vatandaşlar nezdinde yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gümüşhane, Güvenlik, Jandarma teşkilatı, Kurumsal imaj.

A THESIS INTENDED TO CORPORATE IMAGE OF GENDERMERIE: THE CASE OF GÜMÜŞHANE PROVINCE

ABSTRACT

People live a prosperous and happy life only in environments where social order is ensured. Ensuring social order is possible by ensuring the safety and security of that society. It is known that the Gendarmerie, one of the institutions responsible for ensuring the peace and security of people in our country, has a general reputation in

¹ Bu çalışma, yazar Adem BEŞLİ tarafından Prof. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR danışmanlığında yürütülmüş olan yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

society. In this study, this respect, which is generally known in society; In other words, it aims to reveal the positive image scientifically.

In this research, the findings obtained from the surveys conducted with citizens who received service from the Gendarmerie institution in Gümüşhane province were analyzed and interpreted through the SPSS program. The population of the research consists of civilian citizens living in Gümüşhane province, and the sample consists of civilian citizens aged 18-55+ who have received service from the Gendarmerie institution in Gümüşhane province. In this study, the answers received from participants selected by convenience sampling method were evaluated. There are 300 private citizens who voluntarily participated in the implementation part of the study. As a result of the research, it was concluded that the corporate image of the Gendarmerie, which has thousands of personnel and a deep-rooted history, is high in the eyes of the citizens it serves.

Keywords: Gümüşhane, Security, Gendarmerie organization, Corporate image.

GİRİŞ

İmaj kavramı; insanların kendi zihinlerinde hayaller, görüntüler ve izlenimler oluşturan nesne ve obje ile ilgilidir. Bu izlenimler kişinin kültürel, sosyal ve çevresel bileşimiyle oluşmaktadır. İnsanlar birbirleriyle olan iletişimini; ses ve beden dili dâhil olmak üzere haber, düşünce ve görüntüler ile sağlamaktadır. Kişilerin özgüvenleri, karizmaları, özsaygıları ve birikimleri bu izlenimler üzerinden oluşmaktadır.

Kurumların halk üzerindeki izlenimleri, ortaya koyduğu kurumsal imajın oluşumunda en büyük etken olarak kabul edilmektedir. Ne kadar büyük gökdelenler, havuzlar ve şelaleler olursa olsun eski, kirli ve salaş dekorasyonlara nazaran her zaman modern, temiz ve şık dekorasyonların tercih edilmesi kaliteli bir imaj sağlamayı ve herkesin çekici hissetmesini mümkün kılmaktadır. Bunun yanı sıra kurum çalışanlarının da müşteriler üzerinde verdikleri etki oldukça önemlidir. Kaliteli, güvenilir, saygın ve çevreye duyarlı olan kişisel imajlar, kurumun çekiciliği kadar halkın üzerinde oluşturduğu pozitif etkiye de yardım etmektedir. Ancak bu imajın saygın tutulabilmesi için kurumun üzerinde her zaman dikkatli olunmalıdır. Herhangi bir vergi kaçırma, çevre konusundaki hassaslığın göz ardı edilmesi ya da insan haklarının ihlali gibi birçok etken imajın olumsuz etkilenmesine sebep olmaktadır. Bu yüzden sürekli ve olumlu bir kurumsal imaj hassasiyetle oluşturulması gerekmektedir (Gürbüz ve Ergincan, 2017: 32-38).

Jandarma teşkilatı, toplumun huzur ve güvenliğini sağlamak amacıyla önemli bir görev üstlenmektedir. Ancak Jandarmanın güven ve huzuru sağlamanın ötesinde, kurumsal imajında da değerli bir payı bulunmaktadır. Suçluları yakalamak ve olayları çözmek için yeterli teçhizat ve donanımının olmasına rağmen Jandarmanın algılanması, soğuk ve güvenilmez bir izlenim bırakabilmektedir. Bu durumda vatandaşlar Jandarmayı uzak görüp onlara gerekli bilgi ve yardımı vermekten kaçınabilirler. Böylece Jandarmanın suçlu yakalama faaliyetleri etkisiz hale gelebilmektedir. Aynı zamanda bu durum suçlu işlerinin meşrulaştırılmasına ve toplumun güven ve huzurunun zayıflatılmasına da neden olmaktadır. Böyle bir durum Jandarmanın kendini

göstermesi gereken her durumda güçlü bir kurumsal imaja sahip olmasının önemini ortaya koymaktadır. Jandarma teşkilatının bu konuda toplum tarafından anlaşılması ve kabul görmesi, huzur ve güvenliğin sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır (Genç ve Türköz, 2022: 27-48).

Jandarma, halkın güvenlik ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile kurulmuş devlet kuvvetlerinden biri olarak anılmaktadır. Çeşitli düzeylerde Jandarma personeli tarafından hizmet sunulmaktadır. Halka, emniyet ve asayiş konularında çeşitli bilgi ve yardım akışlarına ait bilgi almak, işlemek ve analiz etmek en önemli sorumluluk ve görevlerinden sadece biridir. Bilgi akışının yoğunluğu, olayların yürütülmesinde başarılı olmak ve sunulan güvenli hizmetin kalitesinin artması için çok önemlidir. Bu nedenle halkla iletişim, ilişki ve işbirliğinin sağlanarak, Jandarmanın olumlu bir imajının oluşturulması ya da mevcut olumlu imajının devam ettirilmesi için çalışmalar yapılmaktadır.

Jandarmanın halkla olan ilişkisini meydana getiren faktörler arasında; isim, logo, merkez binası, basın ve medyada yer alan haberler ile personelin özellikleri önemli rol oynamaktadır. Bu bağlamda Jandarmanın, toplumsal gelişime destek sağlamak ve sosyal sorumluluk göstermek adına yürüttüğü sosyal faaliyetleri değerlendirildiğinde, kamuoyunda oluşturulacak ve olumlu bir imajın oluşumunda etkili olacağı görülmektedir. Bu nedenle Jandarma kurumu, görev başında ya da halkın arasında iken karşısına çıkabilecek her türlü önlemi alıp, etkinliğini sağlayarak doğru iletişim kurmaya, kamu hizmeti konusunda toplumsal sorumluluğu üstlenmeye, kaliteli güvenlik hizmeti sağlamaya ve olumlu bir Jandarma imajını meydana getirmeye çalışmalıdır.

Bu çalışmada Gümüşhane ilinde Jandarmadan 01/01/2021 ve 15/02/2023 tarihleri arasında hizmet alan vatandaşlara anket uygulanmıştır. Araştırmanın evrenini Gümüşhane ilinde yaşayan sivil vatandaşlar, örneklemini ise Gümüşhane ilinde Jandarma kurumundan hizmet almış 18-55+ yaş aralığında yer alan sivil vatandaşlar oluşturmaktadır. Bu çalışmada, katılımcılar kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiş ve verdikleri yanıtlar incelenmiştir. Gümüşhane ilinin seçiminde asayiş olaylarının yoğunluğunun baz alınmasının başlıca sebebi olarak emniyet ve asayiş olaylarının yoğun olduğu bölgelerde,

bu İl Jandarma personelinin devriye hizmetleri vb. gibi önleyici kolluk görevleri ile suçluların takibi ve işlenen suçların kovuşturulması esnasında, diğer İl Jandarmalara göre halkla daha fazla iletişime girmesi ve sunulan hizmetin halka yansıyan yönlerinin daha çok olmasını göstermek mümkündür. Bu sebeple Gümüşhane bölgesinde daha sağlıklı bir Jandarma imajının oluşacağı değerlendirilerek, nicel araştırma yöntemi ile hazırlanan anketler Gümüşhane ilinde Jandarmadan şikâyetçi, mağdur ya da ziyaret maksadıyla hizmet alan halka ayırım yapılmaksızın uygulanmıştır. Anket sonucunda elde edilen verilere SPSS 11.5 istatistik paket programı kullanılarak istatistiksel analizler yapılmıştır. Söz konusu analizler yardımıyla sağlanan bilgilere ilişkin istatistiksel sonuçlar elde edilmeye çalışılmıştır. Yapılan bu analizler, araştırmanın bulgular bölümünde ortaya konularak yorumlanmıştır. Bu araştırma Gümüşhane Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından 23 Şubat 2022 tarihinde 2022/1 sayılı karar ile etik kurul onayı almıştır.

1. İmaj ve Kurum İmajı

1.1. İmaj Kavramı

İmaj; kişinin duyguları, algıları, inançları ve düşünceleriyle ilişkilendirmek için kullandığı anlamlar bütünüdür. Bir ürün veya kurum hakkındaki algının oluşmasında etkili olan bir mekanizmayı temsil etmektedir. İmaj kavramı, insanların bireysel algılarının çok daha ötesinde bir kavramı işaret etmektedir. Her ögenin, kişinin, ürünün veya markanın kendine özgün imajı bulunmaktadır. Bazı farklı araştırmalarla imaj konusunda tanımlar yapılmış ve genelleştirilmiştir. Dichter (1985: 75-81)'a göre, insanların zihninde bir nesneden dolayı oluşan etki, tepkisi ve algısıdır.

“İmaj” terimi, kökenini Fransızca “image” kelimesinden alarak Türk diline geçmiş ve “image” kelimesiyle eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. İmaj, zihinde canlandırılan nesnelere, kavramlar, durumlar, resimler ve sembollerdir. Genellikle imgeleme yoluyla oluşur. Kişilerin veya örgütlerin isteyerek ya da istemeyerek birbirleri üzerinde bıraktığı izlenimlerin bir sonucu olan imaj,

toplumsal yaşamın bir yansımasıdır. İmaj, dar anlamda bir kişinin fiziksel özellikleri, saç, giyim tarzı gibi somut unsurları içerebileceği gibi, geniş anlamda biçim, düşünce ve kavram boyutlarını da içine alır. Bireyler, hizmetler, ürünler, olaylar, düşünceler, kurumlar, uluslar, ülkeler ve devletlerle ilgili oluşan genel kanı, algı ve beyinde oluşturulan tasarımlara “imaj” denilmektedir. İmaj, bir şeyin toplum tarafından nasıl bilindiği, hatırlandığı ve algılandığı ile ilgili bir kavramdır. Bu nedenle, herkesin ve her örgütün, olumlu veya olumsuz bir imajı vardır ve imajın oluşumu belirli bir çaba gerektirir ya da gerektirmez (Karabulut, 2018: 169-192).

1.2. Kurum İmajı

Kurumlar, hedef kitleleri üzerinde entegre ve başarılı imaj oluşturmak için planlanmış iletişim ortamını kontrollü ve dikkatli bir şekilde kullanmak zorundadır. 1950’lerin sonlarında Amerika’da başlayan kurumsal imaj, modern reklamcı David Ogilvy’nin önerisi ile ürüne zengin bir kimlik kazandırma felsefesine dayanmaktadır. Her ürünün eşsiz ve tanımlanmış bir kimliğe sahip olması hedeflenmektedir. Kurumların ürün ya da hizmetlerini üretirken, hedef kitleye sunarken imaj ve iletişimlerini güçlendirmeleri gerekmektedir. Marka tanıtımları, nitelikli üyeler, çevre farkındalığı, reklâm faaliyetleri ve imaj ile ilgili değişiklikler ürünün ve hizmetin beklenen neye sahip olacağına ve nasıl algılanmasına etki etmektedir. Bu nedenle kurumlar, pazara uygun ve anlamlı imajlar oluşturmak için hedef kitleyi doğru şekilde belirlemeli ve güvenilir bir şekilde sunmalıdır. Satış stratejilerini, müşteri memnuniyetini ve marka farkındalığını arttırmak için mevcut ürünler kimliğinin değişmesi için gereken stratejilerin oluşturulması gerekmektedir. Kurum imajı, faaliyetleri sonucunda tüketicilerin ve kamuoyunun kurum hakkındaki algılarının bütünüdür. (Ural, 2014: 337-346).

1.3. Kurumsal İmajın Etkileşim İçinde Olduğu Kavramlar

1.3.1. Kurum Kimliği

Kurum kimliği; herhangi bir kurumun, organizasyonun veya şirketin belirlediği özelliklerin tümüdür. Kurumun güvenilirliğini arttırmak,

hedeflerine ulaşmayı sağlamak, tüketiciyi tanımlamak ve yıkıcı rakiplerden farklılaşması için kurum kimliğine sahip olmak önemli bir durumdur (Aşkın, 2007: 214). Kurumların kendilerini dengelemeleri ve kurumsal kimliğe sahip olmaları için emek harcaması zorunludur. Bu süreç içerisinde rakip firmalardan ayrılmak, kendi içlerinde nitelikli ilişki kurmak, kendilerini ve ürün/hizmetlerini etkin şekilde tanıtmak, güven oluşturmayı başarmak ve saygınlık kazanmak önemlidir (Çalışır, 2020: 87).

Jandarma kurum kimliğini, ülkenin emniyetini koruma, suç vakalarını önleme ve sürekli değişen dünyada görevlerinin güncelleştirilmesi misyonu ile özetlemektedir. Jandarmanın çalışma amaçları arasında; ülkenin güvenliğini sağlama, kanundışı aktivitelere karşı mücadele etme, bölgesel krize müdahale, ülke içi askeri güvenlik müdahalesi ve geçici askeri operasyonu da bulunmaktadır. Jandarmanın özellikleri arasında dürüstlük, kararlılık, cesaret ve disiplin yer almaktadır. Ayrıca girişimci ruh, sosyal sorumluluk, öncülük ve kaliteye dayalı çözümler üretmede ön plandadır. Kurumsal kimlik açıklandıktan sonra aşağıdaki başlıkta kurumsal imajın etkileşim içinde olduğu kurum felsefesi açıklanmıştır.

1.3.2. Kurum Felsefesi

Kurum felsefesi; her bir kurumun tutumundan, amacından, tarihinden ve değerlerinden meydana gelen bir kavramdır. Kurum felsefesi, kurumun faaliyetlerini gerçekleştirirken benimsediği stratejileri, prensipleri ve çalışanların davranışlarını belirlemektedir. Kurumların amacını, hedeflerini ve politikalarını belirlemede ve bunların uygulanmasında önemli bir etkidir. Kurum felsefesi, çalışanların kuruma karşı güven duymalarını sağlamak ve motivasyonlarını artırmaktadır (Derin ve Demirel, 2010: 155-193).

Türk Jandarmasının kurum felsefesi, bağımsız cesur ve milli bir karaktere sahip olmak, temel hakların ve özgürlüklerin korunmasını ve güvenliğin sağlanmasını amaçlamak, asayışı sağlamak, milletin bekası ve çıkarını korumak gibi değerleri öncelikli kabul etmektedir. Diğer önemli değerler arasında azim, cesaret, fedakârlık, adalet, saygı, dürüstlük ve

profesyonel yaklaşım sayılmaktadır. Türk Jandarması; sıfır toleranslı, vicdanla hareket edebilen, kurallara uygun, adil davranan, alıcı ve müdahil olabilen yüksek ahlak standartlarına sahip personelleri ile topluma hizmet etmeyi hedeflemektedir. Kurum felsefesi açıklandıktan sonra aşağıdaki başlıkta kurumsal imajın etkileşim içinde olduğu kurumsal davranış açıklanmıştır.

1.3.3. Kurumsal Davranış

Kurumsal davranış, herhangi bir kurumun içinde yer alan birey veya grupların göstermiş oldukları davranışlardır. Kurumsal davranış, görev ve rol üstlenmiş personelin iletişim biçimleri, müşteriye karşı olan tutumları, çalışanlar arasındaki ilişkiler, etik davranış kuralları ve benzeri konuları içermektedir. Kurumsal davranışın göz ardı edilmemesi gereken bir unsur olduğu söylenmektedir; çünkü kurum kimliğinin oluşmasında önemli bir role sahiptir (Derin ve Demirel, 2010: 155-193).

Kurumsal davranışın iki ana boyutu bulunmaktadır; iç ilişkilerde sergilenen davranışlar ve dış ilişkilerde sergilenen davranışlar. İç davranış, yönetici ile çalışanlar arasındaki ilişkilere odaklanırken, dış davranış yöneticiler ve çalışanların kurumun dış çevresi ile olan etkileşimine odaklanmaktadır (Vural ve Erkan, 2018: 9-41). Kurumsal davranış açıklandıktan sonra aşağıdaki başlıkta kurumsal imajın etkileşim içinde olduğu kurumsal dizayn açıklanmıştır.

1.3.4. Kurumsal Dizayn

Kurumsal dizayn, kuruluşun çevrelerde etkili biçimde algılanmasını ve hafızalara kalıcı bir şekilde yerleşmesini amaçlayarak ön plana çıkmasının en önemli araçlarından biridir. Basılı evraklardan iş kıyafetlerine, logosundan taşıt araçlarının tasarımına kadar uzanan bir alan olarak kuruluşlar arasında bir farklılık yaratmak ve hedeflenen kitleleri etkilemek için görsel ifadeler ve görüntüler kullanılmaktadır. Bu amaçla kurumun amacına ve müşteri kitlesine uygun renkler tercih edilerek tüm görsel unsurlarının ifade edilmesi hedeflenmektedir. Böylece kurumlar rakiplerinden ayrılıp, özellikle hedef kitlelere ve paydaşlarına önemli bir etki yaratmaktadır. Bu şekilde kurumlar

görsel bir çerçeve yaratarak akılda kalıcı bir şekilde varlıklarını sürdürebilmektedir (Kangal, 2009: 77; Okay, 2018: 47).

Kurumsal dizayn açıklandıktan sonra aşağıdaki başlıkta kurumsal imajın etkileşim içinde olduğu kurumsal iletişim açıklanmıştır.

1.3.5. Kurumsal İletişim

Kurumsal iletişim, başarılı işletmeler tarafından kullanılan bir yönetim aracıdır. Hedeflerine ulaşmak ve kurumun kimliğini çizmek maksadıyla, işletme içinde ve dışında çalışanların ve müşterilerin arasında bilgi akışını kolaylaştıran ve iletişimini yöneten sosyal bir süreçtir (Derin ve Demirel, 2010: 155-193).

Jandarma kurumsal iletişimi; çeşitli forumlarda, sosyal ağ platformlarında ve dijital medyada gündemi aktif olarak takip etmek için günlük veya haftalık iletişim stratejileri oluşturmaktadır. Böylelikle insanlara olan güvenin artırılmasına yardımcı olmaktadır (Güven, 2016: 134-136).

2. Jandarmanın Tanımı, Görevleri ve Teşkilat Yapısı

2.1. Tanımı

Türkiye Cumhuriyeti Jandarması, milletin huzur ve güvenlik içinde yaşamasını sağlamak amacıyla kamu düzeninin korunması ve emniyet ve asayiş hizmetlerinin yerine getirilmesi üzere kurulmuş olan, silahlı askeri bir güvenlik kuvveti olarak hizmet vermektedir. Türk Silahlı Kuvvetleri parçası olan Jandarma Genel Komutanlığı, tatbiki emniyet ve asayiş görevlerinin yerine getirilmesi için İçişleri Bakanlığına bağlı olarak faaliyet göstermektedir. Türkiye'de faaliyet gösteren Jandarma teşkilatı, polis sorumlu olduğu il ve ilçe belediye sınırlarının hepsi ve bazı köy ve kasabalar dışında kalan her yerde görev yapmaktadır. Yüz ölçümünün yaklaşık %92'sini kapsayan 81 İl Jandarma Komutanlığı ile emniyet ve asayiş ile ilgili görevler, kolluk hizmetleri ve kamu düzeninin sürekliliğinin sağlanması için topluma hizmet etmektedir (JTGY, 1983: J. Kan. Md.3).

2.2. Görevleri

Jandarma teşkilatı, 2803 Sayılı Kanun gereği ülkemizde topluma hizmet etmeyi amaçlayan adli, mülki ve askeri işlevlerin yerine getirilmesi için kurulmuştur. Bu kapsamda Jandarma teşkilatı, kanunların ve bürokrasinin canlı bir biçimde uygulamaya konulması için gerekli olan mülki, adli ve askeri görevleri üstlenmektedir. Mülki görevler kapsamında, bölgede yaşayan kişilerin genel refahını sağlamak için can ve mal güvenliğinin sağlanması, işleyen üretici ve ticari faaliyetlerin desteklenmesi, işsizlik oranının azaltılarak istihdam oranlarının artırılması ile toplumun meşru çıkarlarının korunması önem arz etmektedir. Ayrıca Jandarma teşkilatı adli görevleri kapsamında suçların ve suçluların tespiti, suçlu yakalama gibi faaliyetleri yürütmekte, askeri görevler kapsamında ise ülkede meydana gelen olağanüstü hadiselerin hızla müdahale edilerek halli için ekonomik ve askeri bir destek, sınır güvenliğinin sağlanması ve eğitim desteği amacıyla faaliyetleri yerine getirmektedir (Ertürk ve Bulut 2016: 5).

Mülki Görevler: Türkiye’de Jandarma, toplumun güvenliğini ve kamu düzenini sağlamak ve korumak için kuvvetli olarak görev almaktadır. Jandarma, polis gücünün üstlenebileceği sorumlulukların dışında bazı görevleri üzerine almıştır. Jandarmanın üstlendiği görevler arasında kaçakçılığın, suça yardım eden kişilerin yakalanmasının, özellikle bazı eylemlerin önlenmesi veya kolaylaştırılmasının, terör eylemlerinin tespit edilerek önlenmesinin ve bu eylemleri önlemek için olası eylemlerin alınmasını saymak mümkündür. Jandarma ayrıca toplumdaki uyumu sağlamaya yardımcı olmak, kamu düzenini muhafaza etmek ve sosyo-ekonomik durumu iyileştirmek için sosyal ilişkileri etkileyecek eylemleri üstlenmektedir. Jandarma; toplumdaki hizmetlerini, emniyet ve asayişin sağlanmasını, kamu düzeninin korunmasını ve kollanmasını, kaçakçıların takibi, tahkiki ve suçların önlenmesi için gerekli adımların alınmasını kapsayan geniş bir hizmet görevini üstlenmektedir. Jandarma kamu güvenliğini sağlamaya; yani toplumu ilerletmeye yardımcı olmaktadır. Bunun yanında halkla ilişkiler konusunda uzman Jandarma personeli görevlendirilmektedir. Böylece bir kamu hizmeti

sağlanmaktadır. Sonuç olarak Jandarmanın polise benzer görevlerinden çok daha fazlasını üstlendiği ve topluma çok önemli hizmetler sunduğu görülmektedir (Kara, 2016: 257-258).

Adli Görevleri: Jandarma tarafından topluma sağlanan hizmetler, kanun önünde eşitlik içinde yaşayacak toplumun sağlanmasına katkıda bulunmaktadır. Özellikle eylemlerin önceden engelleme için görev alanında sürekli olarak araştırmalar ve kayıtlar tutulması ile kriminalleşme oranlarını düşürmeyi sağlamaktadır. Kamu hizmetlerinin ve yurttaşların haklarının korunması adına kolluk kuvvetlerinin çalışmalarına Jandarma önemli bir katkı sağlamaktadır. Jandarmada görev alan personeller, mevzuatı korumak ve uygulamak, adli görevleri yerine getirmek ve suçları önceden önleme amacıyla sürekli olarak gözetim içindedirler. Böylece etkin bir şekilde hizmet vermek, toplumda yaygın huzuru ve seviyeli toplumsal işbirliği sağlamayı amaçlamaktadır (Kara, 2016: 258).

Adli görevler mevzuatın temelinde suçları önlenmesi, tespit edilebilmesi ve ceza muhakemesinde yürütülmek üzere ilgili adımların atılmasını öngören işlemlerdir. Bunlar Cumhuriyet Savcısının verdiği emir ve talimatlara göre Jandarma personeli tarafından gerçekleştirilmektedir. Adı geçen personel, Cumhuriyet Savcısı tarafından verilen talimatları tam olarak yerine getirmek için adli kolluğuna tayin edilmiştir. Adli kolluklar, Cumhuriyet Savcısı tarafından belirlenen görev ve izinler doğrultusunda çalışmaktadırlar.

Jandarma teşkilatı tarafından topluma verilen hizmetler arasında suçların önlenmesi, önceden tedbirler konulması, uygunsuz davranışların önlenmesi gibi geniş bir yelpazede hizmetler yer almaktadır. Ulaşım hizmetleri, zorunlu hizmetler, mobilize edilerek hareket eden ekipler, kaçakçılık konularının takibinde terör önleme gibi hizmetler Jandarma teşkilatı tarafından sağlanmaktadır. Kanunlarla kendisine verilen diğer adli görevleri de yerine getirmektedir (JTGY, 1983 J. Kan. Md.81).

Askeri Görevler: Jandarma teşkilatı, topluma verdiği hizmetler sayesinde Türkiye'nin güvenliğini korumak üzere kurulmuştur. Askeri kanun ve nizamlar

gereği genel olarak ordu hiyerarşisi düzeninde verilen görevleri yerine getirmek, iç ve dış ülke sınırlarımızı korumak, halkın can ve mal güvenliğini sağlamak ve suç olaylarını önlemek gibi unsurlar Jandarma teşkilatının yapmış olduğu önemli görevler arasındadır. Bu noktadan bakıldığında Jandarma teşkilatı, Genelkurmay Başkanlığınca verilen askeri kanun ve nizamların gereği olarak verilen görevleri yapmak üzere kurulmuştur (Ertürk ve Bulut 2016: 6).

Jandarma teşkilatı; ülkede insanların hukuk, hak ve mal güvenliğini teminat altına alan askeri bir kurumdur. Teşkilat, özellikle insan hayatının ve malların güvenliğini sağlamakla sorumludur. Günümüzde Jandarma, seferberlik ve savaş hallerinde Cumhurbaşkanının kararıyla belirlenen bölüme emir alırken, kalan kısmı ise düzenli olarak vatanın huzurunu ve düzeninin korunması için görev yapmaktadır. Jandarmanın bu normal görevinde, düzeni sağlamak için çağdaş suç mücadele taktik ve tekniklerinin yanı sıra, tüm kanunların uygulanması gibi önemli mesleki kaygıların da öneminin anlaşılması gereklidir (Ertürk ve Bulut 2016: 7).

Diğer Görevleri: Jandarmalara, Kanun ve Nizam Hükümlerinin uygulanması, emir ve kararların icrası ile alakalı olarak verilen diğer görevlerin yerine getirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Kara, 2016: 260).

2.3. Teşkilat Yapısı

Jandarma Genel Komutanlığı ile tüm bağlı birlikleri, Jandarma İç Güvenlik Birlikleri, Jandarma Sınır Birlikleri, Jandarma Eğitim Birlikleri, Jandarma Okulları ve Jandarma İdari ve Lojistik Destek Birlikleri, Türkiye'nin kamu güvenliği için organize edilen her türlü birlikler, görevlerini özelliklerine bağlı olarak oluşturulmuştur. Böylelikle hizmet verdikleri alanlara önemli katkılar sağlamaları hedeflenmektedir. Mülki Teşkilata Tabi Olmayan Jandarma İç Güvenlik Birlikleri; Jandarma Komando Birlikleri ve Jandarma Havacılık Birlikleri arasından oluşur. Mülki Teşkilata Tabi Olan Jandarma İç Güvenlik Birlikleri; Jandarma Bölge Komutanlıkları, İl Jandarma Alay Komutanlıkları, İl Merkez ve İlçe Jandarma Bölük Komutanlıkları, Bucak

Jandarma Takım Komutanlıkları, Jandarma Karakol Komutanlıkları, Jandarma Koruma Birlikleri ve Jandarma Asayiş Komando Birlikleri yer almaktadır (Bucak, 2020: 24-32).

3. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, ülkemizde emniyet ve asayiş hizmeti sağlayan kurumlardan biri olan Jandarma teşkilatının kurumsal imajını bilimsel olarak incelemektir. Jandarmanın hizmet vermiş olduğu vatandaşlar nezdindeki imajını tespit etmektir. Hangi unsurların kurumun imajı üzerinde olumlu veya olumsuz bir etki bıraktığını ortaya çıkartmaktır. Böylelikle literatürdeki bu konu ile ilgili güncel çalışma eksikliğini gidermek hedeflenmektedir.

İnsanlar ancak toplumsal düzenin sağlanmış olduğu ortamlarda refah ve mutlu bir hayat sürebilmektedir. Toplumsal düzenin sağlanması da o toplumun emniyet ve asayişin sağlanması ile mümkündür. Ülkemizde insanların huzur ve güvenliğini sağlamakla görevli kurumlardan biri olan Jandarma teşkilatının genel olarak toplumda bir saygınlığının olduğu bilinmektedir. Bu saygınlığının oluşmasında birçok faktörün etkili olduğunu söylemek mümkündür. İnsanların güvenliklerini sağlamaları, zor durumda olan insanlara yardım etmeleri ve onların problemlerini çözmeleri, Jandarma personelinin giymiş olduğu üniformanın toplumumuzda kutsal karşılanması gibi etkenler bu saygınlığın faktörleri arasında yer almaktadır. Çalışmada toplumda genel olarak bilinen bu saygınlığın; yani olumlu imajın bilimsel olarak ortaya konulmasını amaçlamaktadır. Bu çalışma sonucunda elde edilecek bulgular ile kurumun olumlu yönleri ortaya çıkarılıp, bunların devam ettirilmesinin sağlanması ve eğer varsa olumsuz ya da eksik yönlerinin de belirlenip, bunların geliştirilmesinin sağlanması hedeflenmektedir.

4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Gümüşhane ilinde yaşayan sivil vatandaşlar, örneklemi ise Gümüşhane ilinde Jandarma kurumundan hizmet almış 18-55+ yaş aralığında yer alan sivil vatandaşlar oluşturmaktadır. Bu çalışmada, katılımcılar kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiş ve verdikleri yanıtlar

incelenmiştir. Kolayda örnekleme, isminden de anlaşılacağı üzere, araştırmacılar tarafından tercih edilen bir tür tesadüfi olmayan örnekleme yöntemidir (Baştürk ve Taştepe, 2013: 145). Çalışmanın uygulama bölümüne gönüllü olarak katılım sağlayan 300 sivil vatandaş bulunmaktadır.

5. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden birisi olarak değerlendirilen anket tekniği kullanılmıştır. Söz konusu teknik; çalışma kapsamında incelenen kişi, grup veya örgütlerden elde edilecek verilere evrimleştirilmiş ifadelerle ulaşmayı mevcut kılan veri toplama aracı olarak bilinmektedir (Arıkan, 2021: 27). Adı geçen araştırma yöntemi ile konuların ve olayların, objektif bir yaklaşım ile dışarıdan gözlemleyenlerin analiz ederek veya ölçümleyerek tasvir etme veya gerçekler arasındaki sebep-sonuç ilişkisinin ortaya çıkartması amaçlanmaktadır (Ural ve Kılıç, 2013: 55).

Çalışmada özellikle tabloların başlığında ve içeriğinde her seferinde Jandarma teşkilatı ya da Jandarma Kurumu demek yerine, doğrudan Jandarma ifadesine yer verilmiş ve ilgili ifadeler bu şekilde aktarılmaya çalışılmıştır. Dolayısıyla “Jandarma” ile ilgili kurum kastedilmiştir.

Çalışmada ölçek soruları ve ölçeğin geliştirilmesi, Ramazan Tuzla'nın 2018 yılında yayımlanan “Kurumsal İmaj Yönetimi” isimli kitabında yer alan Sosyal Güvenlik Kurumu'nun kurumsal imajını ele aldığı çalışmadan, Jandarma dikkate alınarak bu çalışmaya uyarlanmıştır. Kurumsal İmaj Ölçeği, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini tespit etmek için ilk 6 soruyla başlamaktadır. Bu sorular; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek ve gelir durumu gibi bilgileri sormaktadır. Sonraki 14 soru ise kurumdan hizmet alma sıklığını, kurum yöneticilerinin bilinirliğini, kurumsal kimliğin bilinirliğini, kurumdan hizmet alan vatandaşların kurum hakkındaki bilgiye erişiminde kullandıkları iletişim araçlarını, kurumun basılı materyallerinin vatandaşa ulaşımını, kuruma ilişkin eski ve yeni kanaatleri, kurumun kullanmış olduğu araçların ve çalışanlarının giymiş olduğu kıyafetin vatandaşta bıraktığı

izlenimi, kuruma olan beklentileri ve kurum çalışanlarına bakış açısını tespit etmek amacıyla oluşturulmuştur.

Ölçeğin son kısmı ise beşli Likert ölçeği formatında 20 hüküm içeren katılımcıların; kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, fikrim yok, katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum şeklinde 1'den 5'e kadar puan verdirilerek tasarlanmıştır (Tuzla, 2018: 178). İmaj ölçeği kullanılarak Gümüşhane ilinde Jandarmadan hizmet almış vatandaşlara araştırmacı tarafından anket tekniği uygulanarak sorulmuştur. Ülkemizi ve dünyayı etkisi altına alan pandemi nedeniyle anketler çevrim içi ve yüz yüze olarak gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler ise SPSS programı aracılığı ile analiz edilerek yorumlanmıştır. Bu araştırma Gümüşhane Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından 23 Şubat 2022 tarihinde 2022/1 sayılı karar ile etik kurul onayı almıştır.

6. Araştırmanın Bulguları ve Yorumlanması

6.1. Verilerin Analizi

Demografik bilgilerinin belirlenmesinde yüzde ve frekans değerlerine bakılmıştır. Elde edilen verilerin betimsel analizlerinde ortalama ve standart sapma değerleri incelenmiştir. Ortalamaların yorumlanmasında tablo 1'deki puan aralıkları göz önüne alınmıştır.

Tablo 1. Ortalama Değerler İçin Puan Aralık Değerleri

Aralık	İmaj Ölçeği
1.00-1.79	Hiç Katılmıyorum
1.80-2.59	Katılmıyorum
2.60-3.39	Kararsızım
3.40-4.19	Katılıyorum
4.20-5.00	Tamamen Katılıyorum

Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri incelenmiştir. George ve

Mallery (2010); bu değerlerin ± 2 sınırları içerisinde kalması normallik varsayımını karşıladığı ifade edilmektedir (George ve Mallery, 2010: 24).

Vatandaşların, Jandarmaya yönelik imajlarının cinsiyet açısından anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek için bağımsız örneklem t-testi; yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek ve gelir durumu değişkenlerine göre incelenmesinde ise ANOVA testi yapılmıştır. ANOVA testi sonucu anlamlı farklılığın kaynağını belirlemek için ise post-hoc testlerinden Scheffe testi yapılmıştır.

6.2. Kurumsal İmaj Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

Kullanılan ölçeğin güvenirlik ve geçerlik çalışması için Pallant (2017: 15-20). örneklem büyüklüğünün 150 ve üzeri olmasını ve her bir değişkene karşılık en az beş katılımcının olması gerektiğini belirtmiştir. Ön uygulama için ölçek maddeleri 161 kişiye uygulanmıştır. Ölçeğin güvenirlik ve geçerlilik çalışmaları için ilk olarak açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Verilerin faktör analizine uygunluğunu belirlemek için KMO (Kaiser- Meyer-Olkin) ve Bartlett küresellik testleri uygulanmıştır.

Tablo 2. Ölçeğin KMO ve Bartlett Testi Analiz Sonuçları

Kaiser-Meyer- Olkin Örneklem Yeterliği Ölçümü	.969
Bartlett Küresellik Testi Yaklaşık Chi-Squaresd	5456.542
Anlamlılık	190
	.000

Tablo 2 incelendiğinde KMO değeri .969 ve Bartlett testinin ($x^2=5456.542$; $p < .01$) anlamlı olduğu görülmektedir. KMO değerinin .90 üzerinde olması mükemmel bir değer olduğu ve bu verilerin faktör analizine uygun olduğunu ifade etmek mümkündür (Tavşancıl, 2018:15).

Faktör sayısı belirleme ölçütlerinden biri özdeğere bakmaktır. Özdeğeri birden büyük olan faktör anlamlı olarak kabul edilmektedir (Can, 2018: 35-40). Yapılan analiz sonucunda özdeğeri 1'in üzerinde olan tek faktörden meydana geldiği belirlenmiştir.

BEŞLİ, Adem ve ÇALIŞIR, Gülsüm (2024). Jandarma Teşkilatının Kurumsal İmajına Yönelik Bir Araştırma: Gümüşhane İli Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (3), 1283-1318.

Tablo 3. Ölçek Maddelerinin Faktör Yük Değerleri ve Açıklanan Varyans

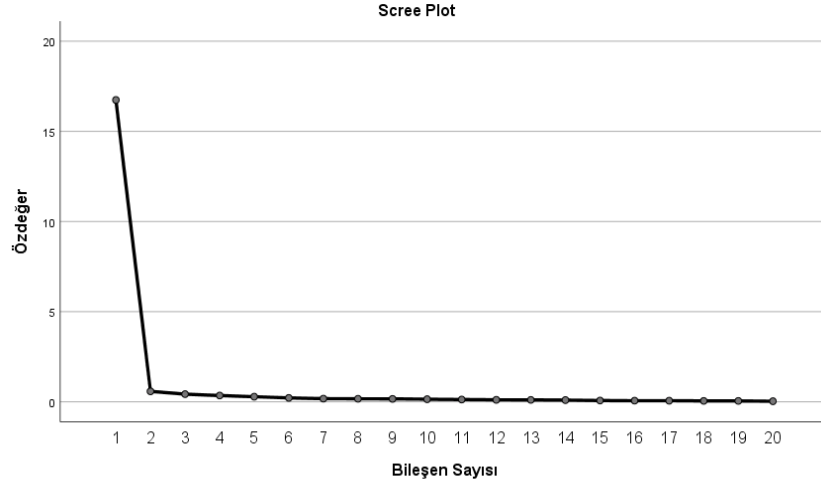
Ölçek Maddeleri	Faktör Yük Değeri	Açıklanan Varyans
Jandarma Kurumu Toplumun Her Kesimine Hizmet Veren Köklü Bir Kurumdur.	.927	
Jandarma Kurumu Çalışanlarının Giyim Kuşamları Yaptıkları İşe Uygundur.	.888	
Jandarma Kurumunun Hizmet Binaları Temiz ve Bakımlıdır.	.887	83.403
Jandarma Kurumu Verdiği Hizmetlerde Teknolojiyi Kullanan Bir Kurumdur.	.875	
Jandarma Kurumu Vatandaşa En İyi Hizmeti Vermeyi Amaçlamaktadır.	.946	
Jandarma Kurumunun Logosu Kurumu Hatırlatıcı Niteliğe Sahiptir.	.768	

Tablo 3. (Devamı).

Jandarma Kurumunun Bina İçi Bekleme Yerleri Yeterli ve Uygundur.	.887
Jandarma Kurumunun Binalarına Ulaşım Kolaydır,	.916
Jandarma Kurumu Çalışanları Tavrı ve Davranışlarında Naziktirler.	.937
Jandarma Kurumu Kendini Sürekli Yenileyen Bir Kurumdur.	.877
112 Acil Çağrı Merkezinden Haberdarım.	.928
Jandarma Kurumu İletişim Kanallarından Kolayca Ulaşılabilen Bir Kurumdur.	.939
Jandarma Kurumu Personeli Yaptıkları İşler Hakkında Yeterince Bilgiye Sahiptir.	.937
Jandarma Kurumu Medyada Genel Olarak Olumlu Haberlerle Yer almaktadır.	.931
Jandarma Kurumu Suçun Önlenmesi İçin Etkin Bir Şekilde Çalışmaktadır.	.953
Jandarma Kurumu Etkili bir Emniyet ve Asayiş Hizmeti Sunmaktadır.	.929
Jandarma Kurumu Çeşitli Sosyal Sorumluluk Projelerine Katılmaktadır.	.921
Jandarma Kurumu Hizmetlerini İnsan Haklarına Saygı Çerçevesinde Gerçekleştirmektedir.	.948
Jandarma Kurumu Çevrenin Korunmasıyla İlgili Çalışmalar Yapmaktadır.	.918
Jandarma Kurumu Hakkında Toplumun Geneli Olumlu Bir Kanaate Sahiptir.	.934

Tablo 3 incelendiğinde ölçek maddelerinin faktör yük değerleri .768 ile .953 arasında olduğu ve açıklanan varyansın % 83.403 olduğu görülmektedir. Tek faktörlü desenlerde açıklanan varyansın % 30 veya daha fazla olması yeterli olarak değerlendirilmektedir (Çokluk vd., 2018: 197).

Yamaç birikinti grafiği (Scree Plot) faktör çözümlemesi sonunda çıkarılacak faktör sayısını belirlemede bir ölçüt seçeneği daha sunmaktadır (Can, 2018: 328).



Şekil 1. İmaj ölçeği yamaç birikinti grafiği.

Şekil 1 incelendiğinde 2. faktörden sonra faktörlerin varyansa olan katkıları birbirine yakındır.

6.3. Güvenirlik

Cronbach Alpha güvenirlilik katsayısına bakmak ölçeğin güvenirliliğini belirleme yollarından biridir. Cronbach Alpha güvenirlilik katsayısı; birden çok uygulama yapılmadan ölçme aracı ile yapılan bir ölçümle, ölçeğin kendi içindeki tutarlılık düzeyini gösterir (Can, 2018: 388). Alfa güvenirlilik katsayısının değerlendirilmesinde uyulan değerlendirme ölçütleri şöyledir (Tavşancıl, 2018: 29):

$0.00 \leq \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir.

$0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçek düşük güvenirliliktir.

$0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir.

$0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

Tablo 4. İmaj Ölçeğinin Cronbach Alpha Güvenirlilik Analizi Sonuçları

Madde Sayısı	Cronbach Alpha
20	.99

Tablo 4 incelendiğinde Cronbach alpha güvenirlilik katsayısının .99 olduğu ve bu değer ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu ifade etmektedir.

6.4. Betimsel Analizler

Tablo 5. Vatandaşların Kişisel Bilgilerine Yönelik Betimsel Analiz Sonuçları

Değişkenler		Frekans(n)	Yüzde(%)
Cinsiyet	Erkek	174	58.0
	Kadın	126	42.0
Yaş	18-24	20	6.7
	25-34	48	16.0
	35-44	49	16.3
	45-54	81	27.0
	55 ve üzeri	102	34.0
	Medeni Durum	Evli	222
	Bekar	73	24.3
	Cevap vermeyen	5	1.7
Eğitim Seviyesi	İlköğretim	129	43.3
	Lise	109	36.3
	Ön Lisans	30	10.0
	Lisans	28	9.3
	Lisansüstü	4	1.3
	Meslek	İşçi	35
Memur		27	9.0
Esnaf		23	7.7
Ev hanımı		34	11.3
Öğrenci		22	7.3
Çiftçi		104	34.7
Emekli		25	8.3
Serbest Meslek		20	6.7
İşsiz		10	3.3
Gelir Durumu		0-1000	41
	1001-2000	9	3.0
	2001-3000	11	3.7
	3001-4000	12	4.0
	4001-5000	0	0
	5001 TL ve üzeri	227	75.7

Tablo 5 incelendiğinde, araştırmaya katılanların demografik özellikleri görülmektedir. Katılımcıların %58'i erkek ve %42'si kadındır. Bu çalışmada ki anket sonuçlarına göre Jandarmadan hizmet alan erkeklerin, kadınlardan daha çok olduğu sonucuna varılabilir. Katılımcıların %6.7'si 18-24 yaş arasında, %16'sı 24-34 yaş arasında, %16.3'ü 35-44 yaş arasında, %27'si 45-54 yaş arasında ve %34'ü 55 yaş ve üzerindedir. Yukarıdaki yaş tablosundan da anlaşılacağı üzere en yüksek oran %34 ile 55 yaş ve üzerindeki katılımcılara aittir. Jandarma, kırsal bölgelerin yani köylerin asayiş ve emniyetinden sorumlu olan bir kurumdur.

Genç nüfusun iş, sosyalik ve çeşitli sebeplerden dolayı köylerden kentlere göç etmeleri, köylerde yaşayan vatandaşların daha çok emekli, çiftçi vb. kişilerden oluşması, yaş tablosunda 55 ve üzeri grubun birinci sırada olmasının sebebi olarak gösterilebilir. Kişilerin yaş aralığı düştükçe Jandarmadan hizmet alma oranlarının azaldığı görülmektedir. Katılımcıların %74'ü evli, %24.3'ü bekâr ve %1.7'si cevap vermemeyi tercih etmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun evli olduğu medeni durum tablosundan anlaşılmaktadır. Eğitim seviyelerine bakıldığında %43.3'ü ilköğretim, %36.3'ü lise, %10'u ön lisans ve %1.3'ü lisansüstü mezundur. Eğitim tablosuna bakıldığında Jandarmadan hizmet alan vatandaşların çoğunluğunu ilköğretim ve lise mezunlarının oluşturduğu görülmektedir.

Jandarmanın daha çok kırsal bölgelerde hizmet veriyor olması, bu sonucun nedeni olarak gösterilebilir. Katılımcıların meslekleri ise şöyledir: %11.7'si işçi, %9'u memur, %7.7'si esnaf, %11.3'ü ev hanımı, %7.3'ü öğrenci, %34.7 si çiftçi, %8.3'ü emekli, %6.7'si serbest meslek ve %3.3'ü işsizdir. Jandarma, emniyet ve asayiş hizmetini daha çok köylerde yerine getirmektedir. Bu nedenle meslek tablosunda büyük çoğunluğu köylerde yaşayan çiftçilerin oluşmasının doğal olduğu ifade etmek mümkündür.

Gümüşhane'nin küçük bir il olması ve köylerin genel olarak merkezlere yakın olması nedeniyle Jandarmanın; işçi, memur ve esnaf gibi meslek gruplarına da hizmet verdiği meslek tablosundan anlaşılmaktadır. Gelir durumu 0-1000 TL olanlar %13.7, 1001-2000 TL olanlar %3, 2001- 3000 TL

olan %3.7, 3001-4000 TL olan %4 ve 5001 TL ve üzeri olanlar %75.7'dir. Araştırmanın yapılmaya başlandığı dönemde asgari ücretin net 2.324,70 TL olduğu düşünüldüğünde, Jandarmadan hizmet alan katılımcıların büyük bir bölümünün gelirin asgari ücretin üzerinde olduğunu söylemek mümkündür.

*** Vatandaşların Jandarmadan hizmet alma sıklıkları**

Vatandaşların %60.7'si Jandarmadan ilk kez, %27'si 2-6 kez, %6'sı 7-10 kez, %4.7'si 11-14 kez ve %1.7'si 15 kez ve üzeri hizmet almıştır. Buna göre katılımcıların, ülkenin her yerinde ve her kesimden insana hizmet veren Jandarmadan en az bir defa da olsa hizmet aldığı anlaşılmaktadır.

***Yönetici konumundaki personelin isimlerini bilme durumları**

Katılımcıların %37.3'ü kurumdaki yöneticilerin isimlerini biliyor %62.7'si ise bilmediklerini belirtmişlerdir. Jandarmadaki yöneticilerin %62.7 oranında katılımcılar tarafından bilinmemesi, kurumun olumlu bir imaja sahip olmasında kurum yöneticilerinin önemli bir katkılarının olmadığını dile getirmek mümkündür.

*** Jandarma logosunu bilme durumu**

Katılımcıların %29'u Jandarma logosunu bildiğini, %71'i bilmediğini belirtmiştir. Jandarmanın logosunun katılımcılar tarafından yüksek oranda bilinmemesi, kurum kimliği ve görsel kimliğin oluşumu bakımından katılımcılar açısından düşük olduğunu göstermektedir. Jandarma personelinin giymiş olduğu kamuflaj, güveni simgeleyen mavi renk Jandarma araçları, kurumun görsel kimliğini olumlu anlamda etkiliyor olsa da logonun bilinirliği ile bu etki güçlendirilmelidir.

*** Jandarma ile ilgili haberlere erişim sağlanan iletişim araçları**

Televizyon ve internet, günümüzde en popüler iletişim araçlarından ikisidir. Jandarmanın bu araçları kullanarak daha fazla kişiye ulaşabileceğini araştırma sonucu göstermektedir. Ayrıca, çevre ve arkadaşların da önemli bir bilgi kaynağı olarak kabul edilmesi, kurumun sosyal ağlar gibi diğer iletişim araçlarına da yatırım yapması gerektiğini işaret etmektedir.

*** Jandarmanın vermiş olduğu hizmetler hakkında bilgi alma iletişim araçları**

Katılımcıların Jandarma ile ilgili hizmetlere %11.4'ü televizyon, %13.7'si gazete, %23.2 internet, %1.2'si radyo, %14.8'i çevre ve arkadaşlar, %2.6'sı kurum dergi ve bültenler, %19.4 bizzat kuruma gelerek ve %13.7'si kurumu telefon ile arayarak ulaştıklarını belirtmiştir. Jandarma, vatandaşlara kurum hakkında bilgilendirmelerini ulaştırmak için en uygun iletişim araçları olarak internet, vatandaşın kuruma bizzat gelmesi, gazete ve televizyonu tercih edebilir.

*** Bulduğunuz il ve ilçede jandarmaya ulaşmak için tercih edilen iletişim yolu**

Katılımcılar Jandarmaya ulaşmak için % 29.9'u 112 Acil Çağrı Merkezini, %20'si kurumu telefon ile arayarak, %25.7'si kuruma gelerek, %11.2'si kurum personeline ulaşarak ve %13.2'si çevre ve arkadaşları aracılığıyla iletişim kurdukları anlaşılmaktadır. Bu sonuçlara göre katılımcıların 112 Acil Çağrı Merkezinden haberdar oldukları ve Jandarmaya ulaşmada en çok bu kanalı kullandıkları anlaşılmaktadır

*** Jandarmanın çıkarmış olduğu basılı materyallere erişim sağlama durumu**

Katılımcıların %19'u Jandarmanın çıkarmış olduğu basılı materyallere erişim sağlamış ve %81'i erişim sağlamamıştır. Jandarmanın çıkarmış olduğu basılı materyallere erişimin büyük oranda sağlanamaması kurum açısından bir eksiklik olarak görülebilir. Örneğin ilk defa 1925 yılında yayımlanan "Jandarma Dergisi" içeriği bakımından çok kaliteli ve nitelikli bir dergidir. "Jandarma Çocuk" dergisi çocukların gelişimine katkı sağlamak için Jandarma tarafından yayımlanan nitelikli basılı materyallerdendir. Bu ve buna benzer materyallerin vatandaşlara daha kolay ve etkin bir şekilde ulaştırılması Jandarma kurumunun imajına olumlu yönde etkileyebilecektir.

*** Jandarma ile ilgili geçmiş döneme ilişkin düşünceler**

Katılımcılar Jandarma ile ilgili geçmiş döneme ilişkin düşüncelerini şöyle belirtmiştir: % 20.4'ü Kaliteli ve Hızlı Hizmet, %7.2'si Aksayan ve

Yavaş Hizmet, %8.9'u Cezalar, % 36.5'i İyi Şeyler, %15.3'ü Emniyet ve Güvenlik, %1.1'i Korku ve Şiddet, %3.2'si Azarlayan Personel ve %7.4'ü Güler Yüzlü Personel. Vatandaşların geçmiş dönemde Jandarma hakkında ne düşündüklerinin tespiti için hazırlanan bu soruda, katılımcıların büyük bölümü iyi şeyler, kaliteli ve hızlı hizmet ile emniyet ve güvenlik cevaplarını vermiştir. Bu sonuç köklü bir geçmişi olan Jandarmanın geçmişte de vatandaşlarının yanında ve hizmetinde olduğunun göstergesi olabilir.

**** Jandarma ile ilgili mevcut döneme ilişkin düşünceler***

Katılımcılar Jandarma ile ilgili mevcut döneme ilişkin düşünceleri; %25.3'ü Kaliteli ve Hızlı Hizmet, %2.4'ü Aksayan ve Yavaş Hizmet, %2.9'u Cezalar, %19.3'ü İyi Şeyler, %32.1'i Emniyet ve Güvenlik, %0.7'si Korku ve Şiddet, %2.3'ü Azarlayan Personel ve %14.7'si Güler Yüzlü Personel şeklindedir. Vatandaşların mevcut dönemde Jandarma hakkında ne düşündüklerinin tespiti için hazırlanan bu soruda, katılımcıların çok büyük bir bölümü kurum hakkında olumlu bir kanaate sahip durumdadır. Emniyet ve güvenlik, kaliteli ve hızlı hizmet ve iyi şeyler katılımcıların en çok vermiş oldukları cevaplardır. Bu sonuçlar Jandarmanın, hizmet vermiş olduğu vatandaşlar nezdinde itibarının yüksek olduğunu göstermektedir.

Bu bilgiler, Jandarma hizmet kalitesini artırmak için yönetim ve personelin performansını değerlendirmek için kullanılabilir. Özellikle, personel davranışları konusunda yapılacak iyileştirmeler, vatandaşların Jandarma kurumuna olan güvenini ve memnuniyetini artırabilir.

**** Mavi renk jandarma aracına yönelik düşünceler***

Mavi renk Jandarma aracı katılımcıların %34.6'sına huzuru, %38.1'i güveni, %0.6'sı korkuyu, %11.5'i barışı, %2.4'ü karamsarlığı, %11.5'i rahatlama, %1.3'ü tedirginliği ifade ettiğini belirtmiştir. Soğuk renkler, genellikle yatıştırıcı ve dinlendirici etkilere sahiptir. Bu renkler arasında yer alan mavi; güven, huzur, üretkenlik, sorumluluk, düzen, ferahlık, barış ve özgürlük gibi duyguları çağırır. Mavi rengin insan psikolojisine huzur, rahatlık ve sakinlik kattığı bilinmektedir. Bu nedenle mavi, sinir sistemini

etkileyip kişiyi sakinleştiren ve rahatlatan bir etkiye sahiptir. Anadolu kültüründe, mavinin özellikle nazar boncuğu olarak adlandırılan objenin rengi olduğuna inanılmaktadır; bu boncuk, insanı kötülüklerden uzaklaştırdığı düşünülen bir koruyucu olarak kabul edilir. Turkuaz mavisi Türklere özgü bir renk olarak adlandırılmıştır ve Türk halkının geleneksel motiflerinde mavinin çeşitli tonlarının sıkça kullanıldığı görülmektedir (Batur, 2016: 279-292). Buna göre, Jandarmanın hizmetlerini yerine getirdiğinde kullandığı mavi renk görev aracı, katılımcıların büyük çoğunluğuna güven ve huzuru düşündürdüğü sonucuna varılabilir. Ayrıca hiçbir katılımcı şiddet cevabını vermemiştir. Bu durum Jandarma'nın olumlu imajına büyük katkı sağladığı söylenebilir.

Bu bilgiler, Jandarma araçlarının tasarımı ve renkleri ile ilgili kararlar alınırken dikkate alınabilir. Ayrıca, Jandarma araçlarına yönelik algıyı olumlu yönde etkilemek için kamuoyu bilgilendirme çalışmaları da yapılabilir.

*** Jandarmada görevli personelin kıyafete (kamufraj) yönelik düşünceleri**

Katılımcılar Jandarmada görevli personelin giymiş olduğu kıyafeti için %38.7'si saygıyı, %1.2'si korkuyu, %37.1'si kutsallığı, %2.5'i tedirginliği ve %20.5'i güveni ifade ettiğini belirtmiştir. Jandarma personelinin giymiş olduğu ve kamufraj olarak tanımlanan kıyafet, ülke vatandaşlarının büyük çoğunluğu tarafından kutsal kabul edilmektedir. Tablo 17 incelendiğinde, katılımcıların büyük oranda saygı ve kutsallık cevaplarını verirken hiçbir katılımcının öfke seçeneğini seçmemesi yukarıdaki düşüncenin haklılığını ortaya koymaktadır. Bu durumun Jandarmanın görsel imajına olumlu katkı sağladığı değerlendirilebilir. Bu sonuçlar, Jandarmanın kamufraj kıyafetleri ile ilgili kamuoyu algısını anlamak açısından önemlidir. Saygı, kutsallık ve güven gibi pozitif hislerin ön planda olduğu sonuçlar, Jandarmanın kamufraj kıyafetlerinin kuruma saygınlık kazandırdığına işaret edebilir.

*** Jandarma görevli personel hakkındaki düşünceler**

Katılımcıların Jandarmadaki görevli personel hakkındaki düşünceleri şöyledir: % 32.5'i çalışanlar işlerine özen gösteren bilgili insanlardır, % 3.5'i çalışanlar işlerine yeterince özen göstermemektedirler, %29.9'u çalışanlar

yardımsever ve çözüm odaklıdır, % 4.3'ü çalışanlar sinirli ve kabadırlar, %27.9'u çalışanlar adaletli ve güvenilir ve % 1.9'u çalışanlar haksız ve güvenilmezdir. Bu sonuçlara göre katılımcıların büyük çoğunluğunun Jandarma'daki personel hakkında olumlu kanaate sahip olduğu, söylenebilir.

*** Jandarma hakkındaki düşünceler**

Katılımcıların %59'u Jandarma hakkında çok olumlu, %33.3'ü olumlu düşünceye sahip. %1.7'sinin fikri yokken % 5.3'ü olumsuz ve %0.7'si çok olumsuz düşünceye sahip olduğunu belirtmiştir. Bu sonuçlara göre Jandarma hakkında belirtilen “çok olumlu” ve “olumlu” yönündeki kanaatlerin toplamı %92.3 olarak gözükmektedir. Bu sonuçlar, Jandarmanın hizmet vermiş olduğu vatandaşlar tarafından, çok büyük bir oranda olumlu kanaate sahip olduğunun göstergesi olabilmektedir.

*** Jandarma en temel beklentiler**

Vatandaşların Jandarmadan beklentileri ise şöyledir: % 8.3 daha hızlı hizmet, %15.2 teknolojinin daha fazla kullanılması, %5.5 daha güzel ve konforlu bir hizmet binası, %8.3 hizmetlerin adaletli bir şekilde yerine getirilmesi, %9.4 çalışanların nezaketli ve yardımsever olması, %23.3 topluma yönelik faydalı emniyet ve asayiş hizmetleri, %17.3 insan odaklı hizmet anlayışı, % 4.1 bilgiye tek çalışan ve sistemden erişim, %5 daha kolay ulaşılabilirlik ve % 3.6 çalışan personelin güler yüzlü olması. Emniyet ve asayiş hizmeti sunan Jandarmadan, katılımcıların %23.3'nün beklediği de Jandarmanın asli işi olan topluma yönelik faydalı emniyet ve asayiş hizmetleri olmuştur. Teknolojinin daha fazla kullanılması ve insan odaklı hizmet anlayışı ise kurumdan beklenen diğer görevlerdir.

Cinsiyet Değişkenine Yönelik Bulgular

Tablo 6. Cinsiyet Değişkeni Açısından Betimsel Analizi ve T-Testi Sonuçları

Cinsiyet	N	\bar{X}	ss	t	sd	p
Erkek	7	3.9	1.041	1.5	29	.12
Kadın	6	3.5	1.155	56	8	.1*

*>.05

Tablo 6 incelendiğinde, vatandaşların Jandarmanın imajına yönelik düşünceleri cinsiyet açısından anlamlı farklılık göstermemektedir. ($t= 1.556$; $p>.05$). Jandarmanın imajının bu araştırma sonuçlarına dayanarak erkekler ve kadınlar arasında farklılık göstermediği, Jandarmanın toplumda cinsiyet açısından eşit bir şekilde algılandığını söylenebilir. Ancak sadece bu araştırmaya dayanarak cinsiyetin Jandarmaya yönelik tutumları etkileyip etkilemediği kesin olarak söylenemez. Diğer faktörlerin de etkisi olabilir ve daha kapsamlı bir araştırma yapılması gerekebilir.

Tablo 7. Yaş Değişkenine İlişkin Anova Sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplar arası	6.285	4	1.571		
Gruplar içi	350.958	295	1.190	1.321	.262*
Toplam	357.243	299			

*>.05

Tablo 7 incelendiğinde, vatandaşların Jandarmanın imajına yönelik düşünceleri yaş değişkeni açısından anlamlı farklılık göstermemektedir. ($F= 1.321$; $p>.05$). Gruplar arası varyansın kaynağına ilişkin hesaplanan F değeri 1.321 ve p değeri .05'ten büyük olduğu için anlamlı bir fark yoktur. Bu sonuç, araştırmaya göre yaşın vatandaşların Jandarma hakkındaki düşünceleri üzerindeki etkisinin çok az olduğunu veya hiç olmadığını göstermektedir.

Medeni Durum Değişkenine Yönelik Bulgular

Tablo 8. Medeni Durum Değişkenine İlişkin Anova Sonuçları

Var yan sın Kay nağı	Ka rel er To pla mı	s d	Kare ler Orta lama sı	- - - F	p	An la ml ı Fa rk
Gru plar aras ı	3.0 24	2	1.51 2	1	.	-
Gru plar içi	35 4.2 19	2 9 7	1.19 3	2 6 8	2 8 3 *	-
Top lam	35 7.2 43	2 9 9				

*>.05

Tablo 8 incelendiğinde, vatandaşların Jandarmanın imajına yönelik düşünceler medeni durum değişkeni açısından anlamlı farklılık göstermemektedir. (F=1.268; p>.05). Bu durum araştırmaya göre farklı medeni durumlardaki insanların Jandarma hakkındaki algılarının benzer olduğunu göstermektedir. Ancak bu sonucun, diğer faktörlerin (yaş, cinsiyet vb.) medeni durumdan daha etkili olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Eğitim Seviyesi Değişkenine Yönelik Bulgular

Tablo 9. Eğitim Seviyesi Değişkenine İlişkin Anova Sonuçları

Var yan sın Kay nağı	Ka rel er To pla mı	s d	Kare ler Orta lama sı	F	p	An la ml ı Fa rk
Gru plar aras ı	1.4 68	4	.367	3 0 4	. 8 7 5 *	-

Gruplar	35	2	1.20
İçerisi	5.7	9	6
Toplam	75	5	
	35	2	
	7.2	9	
	43		

*>.05

Tablo 9'a göre, vatandaşların Jandarmanın imajına yönelik düşünceleri eğitim seviyelerine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($F = .304$; $p > .05$). Bu da araştırmaya göre eğitim düzeyi yüksek olan veya düşük olan vatandaşların Jandarma hakkındaki düşüncelerinin benzer olduğunu göstermektedir.

Meslek Değişkenine Yönelik Bulgular

Tablo 10. Meslek Değişkenine İlişkin Anova Sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Gruplar arası	1.830	8	.229			
Gruplar içi	355.413	29	1.221	.187	.993*	-
Toplam	357.243	29				

*>.05

Tablo 10 baktığımızda, vatandaşların Jandarmaya yönelik imajlarının meslek değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucu çıkmaktadır ($F = .304$; $p > .05$). Bu, araştırmaya göre mesleklerine bakılmaksızın vatandaşların Jandarma hakkındaki görüşlerinin benzer olduğunu göstermektedir.

7. Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışma küçükten büyüğe toplumun tamamına emniyet ve asayiş hizmeti sunan, toplumun can, mal ve ırz güvenliğini sağlayan gerçek bir kuruma, Jandarma teşkilatına yönelik gerçekleştirilmiştir. Vatandaşların büyük

çoğunluğu ile etkileşim içinde olan böyle bir kurumun, olumlu bir imaja sahip olması son derece önemlidir. Jandarma teşkilatının hizmet verdiği vatandaşlar nezdinde kurum hakkındaki algısının tespitine ilişkin olarak literatürde çok az miktarda bilimsel çalışmaya rastlanmaktadır. Bu çalışmada, Jandarmanın hizmet verdiği vatandaşlar tarafından oluşturulmuş kurum imajının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, yerli ve yabancı kaynak taraması yapılmış, kavramlara açıklık getirilmiştir. Sonrasında da uygulamalı şekilde anket tekniği kullanılmıştır.

Jandarmadan hizmet alan vatandaşların, kurum hakkındaki düşüncelerine yönelik olarak Gümüşhane İlinde Jandarmadan hizmet almış vatandaşlara anket yapılmıştır. Kurumsal imaj ölçeğinin güvenilirliği test edilmiş olup, Cronbach alpha güvenirlik katsayısının ,99 olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu durum ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. 300 katılımcı ile yapılan anket sonuçları, SPSS programı aracılığıyla değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

Bu saha araştırması toplam 300 katılımcıdan oluşmuştur. Ortalama yaşları 55 ve üzeri olan katılımcılar, katılımcıların en fazla sayıda olduğu yaş grubu olmuştur. Farklı mesleklerden her türden insana ulaşılmış ve çiftçilerin çoğunlukta olduğu belirlenmiştir. Eğitim durumları arasında ilköğretim ve lise düzeyindeki katılımcıların sayısı, katılımcıların yaklaşık %79.6'sını oluşturmuştur. Gelir düzeyleri olarak katılımcıların önemli bir bölümünün (yaklaşık %83.4'ü) asgari ücret seviyesinde ve üzerinde gelir sahibi olduğu görülmüştür. Evli olan katılımcıların da katılımcıların çoğunluğunu oluşturduğu saptanmıştır.

Jandarma teşkilatı, vatandaşla iç içe olduğundan ve doğrudan vatandaşa hizmet eden bir kurum olduğundan katılımcıların %60.7'si Jandarmadan en az bir kere hizmet almıştır. Katılımcıların %71'i kurum logosundan habersizdir. Bu durum görsel kimlik bakımından Jandarmanın vatandaşlar tarafından yeterince tanınmadığını göstermektedir. Jandarma vatandaşlarını bilgilendirmek için en çok interneti kullanmaktadır. Vatandaşın bizzat kurumu ziyaret etmesi, vatandaşın kurumu telefonla araması ve gazete de diğer iletişim

kanalları arasında yer almaktadır. Bu durum Jandarmanın vatandaşa bilgi aktarımında tercih etmesi gereken iletişim kanallarının hangileri olması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Katılımcıların büyük bir kısmı, Jandarma tarafından yayımlanan herhangi bir dergi veya basılı materyale ulaşmadıklarını ifade etmişlerdir. Hem yetişkinlere hem de çocuklara yönelik nitelikli yayınları olan kurumun, bu yayınları vatandaşa yeterince ulaştıramadığı tespit edilmiştir. Kurumsal imajının olumlu olmasında büyük rol oynayacak, kurum basılı materyallerinin vatandaşa ulaşması yüz yüze olabileceği gibi sosyal medyadan veya elektronik ortamda yapılan gönderimlerle de gerçekleştirilebilir. Katılımcıların %29,9' u 112 Acil Çağrı Merkezinin varlığından haberdar olup, Jandarma ile iletişimini bu yolla sağlamaktadırlar. Vatandaşların geçmiş döneme ilişkin Jandarma hakkında ne düşündükleri sorulduğunda, katılımcıların büyük bölümü iyi şeyler, kaliteli ve hızlı hizmet ile emniyet ve güvenlik cevaplarını vermiştir. Bu sonuç köklü bir geçmişi olan Jandarma teşkilatının geçmişte de vatandaşlarının yanında ve hizmetinde olduğunun göstergesidir. Vatandaşların şimdiki dönemde Jandarma teşkilatı hakkında ne düşündükleri sorulduğunda, katılımcıların çok büyük bir bölümü kurum hakkında olumlu bir kanaate sahip durumdadırlar. Emniyet ve güvenlik, kaliteli ve hızlı hizmet ve iyi şeyler katılımcıların en çok vermiş oldukları cevaplardır. Bu sonuçlar Jandarma teşkilatının hizmet vermiş olduğu vatandaşlar nezdinde itibarının yüksek olduğunu göstermektedir.

Kullanıcılardan Jandarma hakkındaki düşüncelerini 'çok olumlu', 'olumlu', 'kararsız', 'olumsuz', ve 'çok olumsuz' olarak seçmeleri istenmiştir. Katılımcıların %92.3'ü Jandarma hakkındaki düşüncelerinin olumlu, %6'sı çok olumsuz ve olumsuz, %1.7'si de fikrinin olmadığını ifade etmiştir. Bu sonuçlardan Jandarma hakkındaki mevcut düşüncelerin genellikle olumlu olduğu anlaşılmaktadır.

Jandarmadan en temel beklentinin ne olduğu sorusuna, katılımcıların %23.3'ü topluma yönelik faydalı emniyet ve asayiş hizmetleri olmuştur. İnsan odaklı hizmet anlayışı %17.3, teknolojinin daha fazla kullanılması ise

%15.2'dir. Kurumun, vatandaşın beklentilerini karşıladığı sürece daha olumlu bir imaja sahip olacağı kesindir. Kurum çalışanlarının %32.5'i vatandaşlar tarafından işlerine özen gösteren bilgili insanlar olarak görülmektedir. %29.9 çalışanlar yardımsever ve çözüm odaklı, %27.9 ise çalışanlar adaletli ve güvenilirdir demişlerdir. Çalışanların çalışkanlığı, iş disiplini ve yeterli donanımda olması hizmet kalitesini arttıracaktır. Bu durumda kurumun imajının olumlu olmasını sağlayacaktır.

Jandarma teşkilatı, ülkemizin en önemli güvenlik kurumlarından birisidir ve halkımızın güvenliği için büyük bir fedakârlıkla çalışmaktadır. Bu nedenle Jandarma teşkilatının kurumsal imajı oldukça önemlidir ve halkın güvenini kazanmak için sürekli olarak güçlendirilmesi gerekmektedir. Gümüşhane İlinde yapılan araştırmada Jandarma teşkilatının kurumsal imajının olumlu olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğu Jandarma teşkilatına güven duyduklarını belirtmişlerdir. Ayrıca Jandarma teşkilatının çalışmalarıyla ilgili algılamaları da genel olarak olumlu yönde olmuştur. Gümüşhane ilinde Jandarma teşkilatı halk tarafından oldukça sevilen ve saygı duyulan bir kurum olarak görülmektedir. Bu durum Jandarma teşkilatının Gümüşhane ilinde kurumsal imajının oldukça güçlü olduğunu göstermektedir. Ayrıca Jandarma teşkilatının Gümüşhane ilinde yaptığı faaliyetlerin halk tarafından takdir edildiği ve güvenlik konusunda önemli bir işlev gördüğü de araştırmamızın sonuçları arasında yer almaktadır. Jandarma teşkilatı, halkın güvenliği ve huzuru için gece gündüz demeden çalışmakta ve bu çabası takdirle karşılanmaktadır.

Bunun yanı sıra, Jandarma teşkilatının vatandaşlarla iletişiminde samimiyet ve saygı çerçevesinde hareket ettiği ve halkın sorunlarına çözüm odaklı yaklaştığı da araştırma sonuçlarından anlaşılmaktadır. Bu yaklaşım da Jandarma teşkilatının kurumsal imajına olumlu yönde katkı sağlamaktadır. Sonuç olarak Jandarma teşkilatı Gümüşhane ilinde halkın gözünde güçlü bir kurumsal imaja sahip olmakla birlikte, yaptığı faaliyetler ve iletişim yaklaşımı ile de takdir toplamaktadır. Bu başarılı çalışmaları nedeniyle Jandarma teşkilatı Gümüşhane ilinde örnek bir kurum olarak gösterilebilir. Diğer taraftan

araştırmada belirtilen bazı zayıflıklar da göz önüne alındığında, Jandarma teşkilatının kurumsal imajının daha da geliştirilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Özellikle, basılı materyallerin vatandaşlara daha fazla ulaştırılarak halkın daha fazla bilgilendirilmesi ve görsel kimlik konularında çalışmaların yapılması önemlidir. Ayrıca iletişim stratejilerinin de güçlendirilmesi, halkla daha sıkı bir bağ kurulması ve güvenin artırılması gerekmektedir. Jandarma teşkilatı, Gümüşhane ili örneğinde olduğu gibi ülke genelinde de güvenilir bir kurumsal imaja sahip olmak için çalışmalarına devam etmelidir. Bu araştırma Gümüşhane Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından 23 Şubat 2022 tarihinde 2022/1 sayılı karar ile etik kurul onayı almıştır.

KAYNAKÇA

- AKINCI VURAL, Beril ve ERKAN Melodi (2018). Kurumsal İmajın Güçlendirilmesinde Kurumsal Kimliğinin Rolü, Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi İfade Dergisi, s. 9-41.
- ARIKAN, Rauf (2021). Araştırma Yöntem ve Teknikleri, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- AŞKIN, Muhittin (2007). Kimlik ve Giydirilmiş Kimlikler, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, s. 214-220.
- BAŞTÜRK, Savaş ve TAŞTEPE, Mehtap (2013). Evren ve Örneklem, Bilimsel Araştırma Yöntemleri, s. 129-159.
- BATUR, Meral (2016). Huzurun Rengi Mavi, İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, s. 279-292.
- BUCAK, Uğur (2020). Jandarma Genel Komutanlığının İçişleri Bakanlığına Bağlanmasının Genel Kolluk Hizmetleri Açısından Değerlendirilmesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- CAN, Abdullah (2018). SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi, Ankara: Pegem Akademi.
- ÇALIŞIR, Gülsüm (2020). Kurumsal İletişimin El Kitabı, Konya: Eğitim Yayınevi.
- DERİN, Neslihan ve DEMİREL Erkan (2010). Kurum İmajının Kurum Kimliği Açısından Açıklanabilirliği: İnönü Üniversitesi Turgut Özal Tıp Merkezi Örneği, Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, s. 155-193.
- DİCHTER, Ernest (1985). What's An İmage. The journal of consumer marketing, 2, s. 75-81.
- ERTÜRK, Özkan ve BULUT Muradiye (2016). Proaktif Halkla İlişkiler Faaliyeti Olarak Jandarma Hizmeti, Güvenlik Bilimleri Dergisi, s. 5-6.

- BEŞLİ, Adem ve ÇALIŞIR, Gülsüm (2024). Jandarma Teşkilatının Kurumsal İmajına Yönelik Bir Araştırma: Gümüşhane İli Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (3), 1283-1318.
- MUTLU GENÇ, Yusuf ve TÜRKÖZ Gökhan (2022). Jandarmanın Halkla İlişkiler Uygulamalarında Yeni Bir Devir: Jandarma Asayiş Koordinasyon Timi, Güvenlik Bilimleri Dergisi, s. 27-48.
- GEORGE, Darren ve MALLERY Paul (2010). SPSS For Windows Step By Step: A Simple Guide And Reference, Boston: Pearson.
- GÜRBÜZ, Osman ve ERGİNCAN Yakup (2017). Kurumsal Yönetim: Türkiye'deki Durumu ve Geliştirilmesine Yönelik Öneriler, İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- GÜVEN, Süleyman (2016). Kurumsal İletişim Bağlamında Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik İlişkisi, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, s. 134-136.
- Jandarma Teşkilat, Görev ve Yetkileri Kanunu. (1983), s. 3-81.
- KANGAL, Ebru (2009). Kurumsal Kimlik ve İmaj Oluşturmada Halka İlişkilerin Önemi: Sivas Belediyesi Örneği, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- KARA, Evrim (2016). Devlet-Kolluk İlişkisi Kapsamında Jandarma ve Türk Jandarması, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- KARABULUT, Bilal (2018). Uluslararası İlişkilerde İmaj Yönetimi: Ulus Markalaşması Örneği, Uluslararası Kriz ve Siyaset Araştırmaları Dergisi, s. 169-192.
- OKAY, Ayla (2018). Kurum Kimliği. İstanbul: Derin Yayınları.
- PALLANT, Jason (2017). SPSS Kullanma Kılavuzu SPSS ile Adım Adım Veri Analizi, Ankara: Anı Yayıncılık.
- TAVŞANCIL, Ezel (2018). Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi. Ankara: Nobel Yayınları.
- TUZLA, Ramazan (2018). Kurumsal İmaj Yönetimi, İstanbul: Literaturk Academia.
- URAL, Ebru (2014). Değişen Kurum İmajı Anlayışı ve Kurum İmajı Yönetimi, Marmara İletişim Dergisi, s. 337-346.

BEŞLİ, Adem ve ÇALIŞIR, Gülsüm (2024). Jandarma Teşkilatının Kurumsal İmajına Yönelik Bir Araştırma: Gümüşhane İli Orneęi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (3), 1283-1318.

URAL, Ayhan ve KILIÇ İbrahim (2013). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi, Ankara: Detay Yayıncılık.