

**T.C.**  
**MARMARA ÜNİVERSİTESİ**  
**İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ**  
**EĞİTİM YÖNETİMİ VE DENETİMİ**  
**ORTAK YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**ÖĞRENCİLERİN BİLGİ EVLERİNE YÖNELİK**  
**ÖRGÜTSEL İMAJ ALGILARI İLE KURUMSAL**  
**AİDİYET DUYGULARI ARASINDAKİ İLİŞKİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Mehmet ORMAN**

**İstanbul**  
**Aralık-2019**

**T.C.**  
**MARMARA ÜNİVERSİTESİ**  
**İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ**  
**EĞİTİM YÖNETİMİ VE DENETİMİ**  
**ORTAK YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**ÖĞRENCİLERİN BİLGİ EVLERİNE YÖNELİK ÖRGÜTSEL**  
**İMAJ ALGILARI İLE KURUMSAL AİDİYET DUYGULARI**  
**ARASINDAKİ İLİŞKİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Mehmet ORMAN**

**Tez Danışmanı:**  
**Dr. Öğr. Üyesi Orkun Osman BİLGİVAR**

**İstanbul**  
**Aralık-2019**

## TEZ ONAYI

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Eğitim Yönetimi ve Denetimi Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman Dr. Öğr. Üyesi Orkun Osman BİLGİVAR

Üye Prof. Dr. Sefa BULUT

Üye Doç. Dr. Bilal YILDIRIM

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Ömer ÇAHA  
Enstitü Müdürü

## BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek lisans tezi olarak hazırladığım “Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Örgütsel İmaj Algıları ile Kurumsal Aidiyet Duyguları Arasındaki İlişki” adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlandığı aşamaya kadar geçen her süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

İmza

Mehmet ORMAN

## ÖNSÖZ

Bu araştırma, çocuk ve gençlik çalışmaları alanında hizmet veren Bilgi Evlerinin öğrenciler üzerinde olumlu etkiler bıraktığı, öğrencilerin de zamanla bu kurumlarla ilgili aidiyetlerinin oluştuğu, dolayısıyla da öğrencilerin Bilgi Evleriyle ilgili bir takım olumlu görüşlerinin olduğu düşüncesi ve bu düşüncenin bilimsel bir dayanağının olup olmadığının öğrenilmek istenmesi merakıyla gerçekleştirilmiştir. Umulur ki, bu araştırma bu alanda çocuk ve gençlik adına güzel ve çözümleyici katkılar sunar.

Bu araştırmanın her aşamasında bana koçluk/mentörlük yapan ve bir arkadaş anlayışıyla çalışmamı yürüten değerli tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Orkun Osman BİLGİVAR'a, ilk tez danışmanım Merhum Prof. Dr. Hasan Basri GÜNDÜZ'e, eğitim alanındaki dersleriyle bana vizyon katan tüm hocalarıma, tez savunma jüri üyeleri kıymetli hocalarım Prof. Dr. Sefa BULUT ve Doç. Dr. Bilal YILDIRM'a, dönütleriyle tezimin gelişimine katkı sunan Doç. Dr. Turgay ŞİRİN ile Dr. Öğr. Üyesi Ahmet KAPLAN'a, tezimin tashihinde büyük emekleri olan Dr. Necla DAĞ'a, lise yıllarımdan bu yana gerek hayatı, gerek söylemleri ve tavsiyeleriyle özelde akademi olmak üzere hayatımı birçok yönüyle etkileyen pek kıymetli amcam Prof. Dr. Sabri ORMAN'a, teknik bilgilerinden yararlandığım kardeşim Rıdvan ORMAN'a, tezimin her aşamasını paylaştığım, fikir ve görüşlerinden yararlandığım yüksek lisans sınıf arkadaşlarım Süleyman ÇAKIR ile Erkan YEŞİL'e, ve pek kıymetli aileme teşekkürlerimi sunarım.

Mehmet ORMAN

İstanbul – 2019

## ÖZET

# ÖĞRENCİLERİN BİLGİ EVLERİNE YÖNELİK ÖRGÜTSEL İMAJ ALGILARI İLE KURUMSAL AİDİYET DUYGULARI ARASINDAKİ İLİŞKİ

Mehmet ORMAN

Yüksek Lisans, Eğitim Yönetimi ve Denetimi

Tez danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Orkun Osman BİLGİVAR

Aralık-2019, 76+X Sayfa

Bu araştırma, “Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Örgütsel İmaj Algıları ile Kurumsal Aidiyet Duyguları Arasındaki İlişki”yi incelemek amacı ile 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. Verilerin analizinde SPSS 25 istatistiksel paket programı kullanılmıştır. Araştırmada bağımsız gruplar t-testi, tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA), Pearson korelasyon testi, regresyon analizi, Scheffe F testi ve LSD analizi ile Cronbach Alfa güvenilirlik analizleri yapılmıştır.

Araştırma sonuçları, öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasında orta seviyede, pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir. Ayrıca örgütsel imaj algısının kurumsal aidiyet duygusunun orta seviyede anlamlı bir yordayıcısı olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Bilgi Evleri, Örgütsel İmaj, Kurumsal Aidiyet

## ABSTRACT

# THE RELATIONSHIP BETWEEN STUDENTS' PERCEPTIONS OF ORGANIZATIONAL IMAGE OF KNOWLEDGE HOUSES AND THE SENSE OF ORGANIZATIONAL LOYALTY

Mehmet ORMAN

Master Studies, Education Management and Supervision

Thesis Advisor: Asst. Prof. Dr. Orkun Osman BİLGİVAR

December-2019, 76+X Pages

This study has been conducted with the aim of investigating the relationship between student's perceptions of 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 operating in Esenler district of Istanbul in 2017-2018 academic year. The sample size has been applied to 350 students by cluster sampling method taking into account 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". Data were analyzed using SPSS 25 statistical package program. In this research, independent groups t-test, one-way ANOVA, Pearson correlation test, regression analysis, Scheffe F test, LSD 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

# İÇİNDEKİLER

	Sayfa
<b>TEZ ONAYI</b> .....	<b>i</b>
<b>BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ</b> .....	<b>ii</b>
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>iii</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>vi</b>
<b>TABLO LİSTESİ</b> .....	<b>viii</b>
<b>KISALTMALAR LİSTESİ</b> .....	<b>x</b>

## BİRİNCİ BÖLÜM

<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
1.1 Problem Durumu .....	3
1.2 Amaç .....	5
1.3 Araştırmanın Önemi .....	5
1.4 Sınırlılıklar .....	6
1.5 Tanımlar .....	6

## İKİNCİ BÖLÜM

<b>KURAMSAL ÇERÇEVE</b> .....	<b>8</b>
2.1 Bilgi Evleri .....	8
2.2 Örgütsel İmaj.....	11
2.3 Kurumsal Aidiyet .....	17
2.4 İlgili Araştırmalar .....	20
2.4.1 Bilgi Evleri İle İlgili Yapılan Araştırmalar .....	20
2.4.2 Örgütsel İmaj İle İlgili Yapılan Araştırmalar .....	21
2.4.3 Kurumsal Aidiyet/Okula Aidiyet Duygusu İle İlgili Yapılan Araştırmalar .....	22

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

<b>YÖNTEM</b> .....	<b>25</b>
3.1 Araştırma Modeli .....	25
3.2 Evren ve Örneklem.....	25
3.3 Veri Toplama Araçları .....	27

3.3.1 Kişisel Bilgi Formu .....	27
3.3.2 Örgütsel İmaj Ölçeği .....	28
3.3.3 Okula/Kurumsal Aidiyet Duygusu Ölçeği .....	29
3.4 Verilerin Analizi.....	31
<b>DÖRDÜNCÜ BÖLÜM</b>	
<b>ARAŞTIRMA BULGULARI VE YORUMLAR .....</b>	<b>33</b>
4.1 Demografik Bulgular.....	33
4.2 Araştırma Sorularına İlişkin Bulgular .....	35
4.2.1 Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları .....	35
4.2.2 Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik kurumsal aidiyet duyguları .....	35
4.2.3 Demografik değişkenlere göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları ve kurumsal aidiyet duyguları arasındaki farklılık durumunun incelenmesi.....	36
4.2.4 Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasındaki ilişki durumu .....	46
4.2.5 Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algılarının kurumsal aidiyet duygularını yordama durumu .....	50
<b>BEŞİNCİ BÖLÜM</b>	
<b>SONUÇ TARTIŞMA VE ÖNERİLER .....</b>	<b>52</b>
5.1 Sonuç ve Tartışma.....	52
5.1.1 Öğrencilerin Demografik Bulgularına Yönelik Sonuçlar .....	52
5.1.2 Araştırma Sorularına İlişkin Sonuçlar .....	53
5.2 Öneriler.....	62
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>63</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>69</b>
EK A: İzinler .....	69
EK B: Kişisel Bilgi Formu .....	72
EK C: Örgütsel İmaj Ölçeği .....	73
EK D: Okula Aidiyet Duygusu Ölçeği.....	74
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>75</b>

## TABLO LİSTESİ

### Sayfa

Tablo 3.1: İstanbul İli Esenler İlçesinde Hizmet Veren Bilgi Evleri .....	25
Tablo 3.2: Farklı Sapma Miktarları İçin Uygun Örneklem Büyüklükleri Tablosu ...	26
Tablo 3.3: Pilot Uygulama ve Araştırmaya Ait Güvenirlilik Testi Sonuçları ile Örgütsel İmaj Ölçeği Güvenirlilik Testi Sonuçlarına İlişkin $\alpha$ Değerleri Tablosu .....	28
Tablo 3.4: Pilot Uygulama ve Araştırmaya Ait Güvenirlilik Testi Sonuçları ile Kurumsal Aidiyet Duygusu Ölçeği Güvenirlilik Testi Sonuçlarına İlişkin $\alpha$ Değerleri Tablosu .....	30
Tablo 3.5: 5’li Likert Ölçeğinde Puan Aralıklarının Denk Geldiği Düzeylerin Yorumlanmasına İlişkin Değer Aralıkları Tablosu .....	31
Tablo 3.6: Normallik Testine Yönelik Çarpıklık ve Basıklık Değerleri Tablosu .....	31
Tablo 3.7: Korelasyon Katsayı Değerlerini Yorumlamaya İlişkin Değer Aralıkları Tablosu .....	32
Tablo 4.1: Ölçeklerin Uygulandığı Bilgi Evi Öğrencilerinin Demografik Bilgileri Tablosu .....	34
Tablo 4.2: Öğrencilerin Bilgi Evlerinin Örgütsel İmajına Yönelik Algılarına İlişkin Betimleyici İstatistiksel Değerler Tablosu .....	35
Tablo 4.3: Öğrencilerin Kurumsal Aidiyet Duygularına İlişkin Betimleyici İstatistiksel Değerleri Tablosu .....	36
Tablo 4.4: Öğrencilerin cinsiyete Göre Bilgi Evlerinin Örgütsel İmaj Algılarına İlişkin Puanlarına Ait Bağımsız Gruplar t-Testi Tablosu .....	36
Tablo 4.5: Cinsiyete Göre Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Kurumsal Aidiyet Duygularına Ait Bağımsız Gruplar t-Testi Tablosu .....	37
Tablo 4.6: Yaş Aralığına Göre Bilgi Evi Öğrencilerinin Örgütsel İmaj Algılarına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu .....	38
Tablo 4.7: Yaş Aralığına Göre Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Kurumsal	

Aidiyet Duygularına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu.....	39
Tablo 4.8: Eğitim Düzeylerine Göre Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Örgütsel İmaj Algısı Puanlarına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)..	40
Tablo 4.9: Eğitim Düzeyine Göre Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Kurumsal Aidiyet Duygularına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (One-Way ANOVA).....	41
Tablo 4.10: Üyelik Süresine Göre Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Örgütsel İmaj Algısı Puanlarına Ait Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu..	41
Tablo 4.11: Üyelik Süresine Göre Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Kurumsal Aidiyet Duygusuna İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (One-Way ANOVA).....	42
Tablo 4.12: Katıldıkları Kurs Türüne Göre Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Örgütsel İmaj Algılarına Ait Bağımsız Gruplar t-Testi Tablosu.....	43
Tablo 4.13: Katıldıkları Kurs Türüne Göre Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Kurumsal Aidiyet Düzeyine Ait Bağımsız Gruplar t-Testi Tablosu.....	45
Tablo 4.14: Örgütsel İmaj ve Kurumsal Aidiyet Duygusuna Ait Toplam Puan ve Alt Boyutları Arası İkili Korelasyon Matrisi .....	47
Tablo 4.15: Cinsiyete göre Öğrencilerin Örgütsel İmaj Algısı ve Kurumsal Aidiyet Duygusuna Ait Toplam Puanları Arası İkili Korelasyon Matrisi .....	48
Tablo 4.16: Kurslara Katılan Öğrencilerin Örgütsel İmaj Algısı ve Kurumsal Aidiyet Duygusu Toplam Puanları Arası İkili Korelasyon Matrisi .....	49
Tablo 4.17: Üyelik Süresine göre Öğrencilerin Örgütsel İmaj Algısı ve Kurumsal Aidiyet Duygusuna Ait Toplam Puanları Arası İkili Korelasyon Matrisi	50
Tablo 4.18: Örgütsel İmaj Algısı ile Kurumsal Aidiyet Duygusu arasındaki Doğrusal Regresyon Analizi Tablosu .....	51

## KISALTMALAR LİSTESİ

- ESGEV** : Esenler Gençlik Bilgi ve Hikmet Evleri  
**OADÖ** : Okula Aidiyet Duygusu Ölçeği  
**ÖİÖ** : Örgütsel İmaj Ölçeği  
**ÖİA** : Örgütsel İmaj Algısı



## BİRİNCİ BÖLÜM

### GİRİŞ

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 sebebiyet vermiştir (Kavi ve Koçak, 2010: 567).

Genç ve çocuk nüfusunun yoğun olduğu ülkelerde merkezi ve yerel yönetimlerin bu alanda sosyal politikalar geliştirmeleri ve sosyal hizmet faaliyetlerini çeşitlendirmeleri kaçınılmaz bir durum haline gelmiştir. Tüm Dünya ülkelerinde görüldüğü gibi 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). Değişen dünyada bilim ve teknolojinin hızlı gelişimi, globalleşme ve sosyo-kültürel değişimler beraberinde değişik ve çok sayıda örgütün meydana gelmesine sebep olmuştur (Akbulut, 2015: 17). Dolayısıyla Bilgi Evlerinin bu örgütlerden biri olduğu düşünülebilir. Çünkü örgütler, kişilerin toplumsal hayatta gerçekleştirmeyi arzuladıkları amaçlar doğrultusunda bir araya gelmeleri sonucunda oluşmaktadır. (Bakan, 2005: 7; Akt. Akbulut, 2015: 2).

Eğitim kurumlarında insan ilişkilerinin daha çok ortak değerler çerçevesinde şekil aldığını 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: 32). 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: 2). 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: 9). *“Okulların, öğrencilerin akademik gelişimlerinden sorumlu oldukları kadar sosyal ve psikolojik gelişimlerinden de sorumlu olduklarına dikkat çeken Marks (1998), olumlu bir okul ortamının öğrencilerin kendilerini okulun bir parçası olarak hissetmelerine katkı sağlayacağı görüşünü savunmaktadır”* (Akt. Uslu, 2012: 6). Aidiyet, herhangi bir şeyle ilgili kişide oluşan duygudur (Karakeçili, 2015: 21). Aidiyetin en önemli unsurlarından biri bireyin güvende olduğu hissini taşıması ve bulunduğu ortamı güvenli görmesidir (Güneş, 2014: 26; Akt. Karakeçili, 2015: 16). Aidiyet, kişinin değerli gördüğü bireyler tarafından tanınmayı, kabul görülmeyi, seilmeyi, önemli ve güven duyulan biri olmayı arzulaması neticesinde hayata akseden, doğumla gelen bir gereksinimdir (Gordon, 2010; Akt. Uslu, 2012: 3). 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 gerçekleşmeyeceğini ifade etmektedir (Akt. Özgök, 2013: 11). Gündelik hayatın büyük bir kesitini okulda geçiren öğrencilerin okul imaj algılarının (örgütsel imaj algısı) pozitif olması, öğrencilerin psikolojileri üzerinde olumlu etkileşimler meydana getirmektedir (Özkan, 2015: 2-3). 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: 5). İnsanların örgüt hakkındaki fikirlerinin yüksek oranda örgüt ile etkileşimleri neticesinde oluştuğunu belirten Cerit, örgüte ilişkin örgütsel imaj düzeyi belirlenirken örgütle sıkı ilişkileri olan kişilerin bilgilerine başvurulması gerektiğini ifade etmektedir (2006: 349). Belediyeler tarafından belirli amaçlar doğrultusunda kurulan Bilgi Evlerinin öğrenciler üzerinde etkili olduğu, aynı zamanda öğrencilerin de Bilgi Evleriyle ilgili çeşitli düşünceleri ile aidiyet duygularının oluştuğu dolayısıyla bu kurumlarla ilgili

bir çalışma yapılacaksa verilerin bu kurumaların aktif kullanıcılarından edinilmesinin doğru olacağı düşünülmektedir.

### **1.1 Problem Durumu**

Bilgiye ulaşmanın çok kolay olduğu bilgi çağında, doğru bilgiye doğru yerde ve sağlıklı mekânlarda ulaşabilmek çok önemli bir hal almıştır. Okul ve halk kütüphanelerinin yeterli olmaması, mevcut imkân ve şartlarla yeterince denetlenemeyen internet, kafe vb. mekânlar öğrenci ve gençler için ciddi anlamda tehdit oluşturmaya devam etmektedir (Karadeniz, 2017: 91). Ayrıca ilkokul, ortaokul ve lise düzeylerinde gerçekleştirilen yoğun sınav temposu ve rekabet ortamı dolayısıyla birçok aile çocuklarını özel öğretim kurumlarına göndermek ya da özel ders aldirmek ihtiyacı duymuştur. Bu durumun, ekonomik gücü iyi olmayan aileler ve öğrencileri için fırsat eşitsizliğine neden olduğu düşünülmektedir.

Öğrenci ve gençlerin ödevlerini yapabilecekleri, güvenli interneti kullanabilecekleri, öğretmen kontrolünde ders çalışıp okuma yapabilecekleri ve fırsat eşitsizliklerini azaltacak, ücretsiz ve güvenli mekânlara ihtiyaç duyulmuştur (Kavi ve Koçak, 2010: 568). Buna istinaden öğrencilerin okul dışında zamanlarını verimli bir şekilde geçirmeleri ve daha iyi bir gelişim sağlamaları amacıyla yerel yönetimler tarafından ilk olarak İstanbul'da, sonrasında ise Adıyaman, Ankara, Kocaeli olmak üzere diğer bazı illerde Bilgi Evleri kurulmuştur (Karadeniz, 2017: 90-99). Dolayısıyla Bilgi Evlerinin, sosyal bir ihtiyacı karşılayan, öğrencilerin kendilerini ait hissettikleri, verimli zaman geçirebilecekleri ve iyi izlenimlerinin olduğu üçüncü bir mekân; güvenilir, nezih, kontrollü/denetimli birer okul dışı öğrenme ortamı olduğu düşünülebilir.

Okul dışı öğrenme ortamı, belli bir plan ve program dâhilinde, belli amaçlar doğrultusunda yapılan gezi ve etkinliklerin gerçekleştirildiği ortamlardır (Bakioğlu, 2017: 2). Okul dışı öğrenme ortamlarından biri olan Bilgi Evleri, öğrencilerin vakitlerini verimli etkinliklerle değerlendirmelerini sağlayan, yetenek ve bilgilerini geliştiren, sosyo-kültürel gelişimlerini hedefleyen kurumlardır. Sosyal belediyeciliğin projesi olan Bilgi Evlerinde öğrenciler etüt, kütüphane, internet, spor, sanat vb. alanlardan faydalanmaktadırlar (Çavuş, Umdu Topsakal ve Öztuna Kaplan, 2013: 18).

Cerit'e göre insanların, iletişim halinde oldukları örgüt hakkındaki fikirleri, büyük ölçüde örgütle etkileşimde bulunmaları sonucu oluşur. Bundan dolayı, herhangi bir örgütün örgütsel imaj seviyesinin tespit edilmesinde, mevcut örgütle ilişkileri yoğun olan bireylerden alınan verilerle mümkündür (2006: 349). 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).

Aidiyet duygusunu etkileyen önemli katalizörlerden birinin sosyal tanıma ve kabulün olduğunu ifade eden Booker (2004: 131-143) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, öğrencilerin yaşlıları ve öğretmenleriyle etkileşimleri ve ders harici faaliyetlerde bulunmalarının, aidiyet duygularını etkilediği sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla 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).

Bu çerçevede 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 düşünülmektedir. Ayrıca bu mekânlarda yürütülen faaliyetlerden faydalanan çocukların zamanla bir örgütsel imaj algısına sahip oldukları, aynı zamanda bu çocuklarda bir kurumsal aidiyet duygusunun olduğu ve oluşan bu örgütsel imaj algısı ile kurumsal aidiyet duygusu arasında bir ilişkinin olabileceği de düşünülmektedir. Bunun için bu araştırmada "Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasındaki ilişki" incelenmeye çalışılmıştır.

Bu araştırmada, İstanbul ili Esenler ilçesinde faaliyet gösteren Bilgi Evlerine 2017-2018 Eğitim ve Öğretim yılında kayıtlı olan öğrenciler çalışma evreni olarak belirlenmiş olup araştırmanın problem cümlesi "**öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik**

## **“örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasında ilişki var mıdır?”**

şeklinde oluşturulmuştur.

### **1.2 Amaç**

Araştırmada, öğrencilerin Bilgi Evleri'nin örgütsel imajına yönelik algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada, aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- 1) Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları hangi düzeydedir?
- 2) Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik kurumsal aidiyet duyguları hangi düzeydedir?
- 3) Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları ve kurumsal aidiyet duyguları arasında; cinsiyet, yaş aralığı, eğitim düzeyi, üyelik süresi ve katıldıkları kurs türlerine göre anlamlı farklılık var mıdır?
- 4) Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasında ilişki var mıdır?
- 5) Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları, kurumsal aidiyet duygularını yordamakta mıdır?

### **1.3 Araştırmanın Önemi**

Bilgi Evlerinin isim birliği dışında; yöntem, misyon, yönetim şekli ve proje olarak birbirinden bağımsız ve uyumsuz olduğunu ifade eden Akçay (2015), Bilgi Evlerinin yeniden yapılandırılması, kalite ve niteliğinin artırılması gerektiğini belirtmiştir.

Çok çeşitli etkinlikleri olan Bilgi Evlerinin, sayı olarak yeterli olmadıkları görülmüştür. 100'ü aşkın Bilgi Evi bulunan İstanbul'da, 2 milyon genç ve çocuk Bilgi Evlerinden yararlanabilecek potansiyeldedir. Ancak Bilgi Evleri, bu potansiyelin yarısını dahi kaldıracak kapasiteye sahip değildir (Kavi ve Koçak, 2010: 572).

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). Karadeniz; kütüphane, internet kafe, dersane gibi rolleri olan Bilgi Evlerinin, ara ara kreş rolünde de hizmet verdiğini belirtmektedir (2017: 96).

Sadece okulda verilen eğitimle kişinin eğitim ve öğretiminin tam anlamıyla gerçekleşmeyeceğini 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.

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.

#### **1.4 Sınırlılıklar**

Bu araştırma, İstanbul ili Esenler ilçesinde faaliyet yürüten Bilgi Evlerine 2017-2018 eğitim-öğretim yılında kayıtlı olan öğrenciler ile sınırlıdır.

#### **1.5 Tanımlar**

**Bilgi Evleri:** Gençlerin okul saatleri dışında zamanlarını, nezh ortamlarda ve kaliteli bir şekilde değerlendirebilecekleri, uzman eğitimciler gözetiminde ders çalışabilecekleri, internet ve kütüphane hizmetlerinden yararlanabilecekleri, sanat, spor ile sosyal ve kültürel aktivitelere katılabilecekleri mekânlardır (ESGEV, 2018).

**Örgütsel İmaj:** “Örgütsel imaj, örgütle etkileşimde olan müşterilerin örgüt hakkında sahip oldukları zihni melekelerin bütünü olarak ifade edilebilir.” (Çobanoğlu, 2011). Bu çalışmada “*Örgütsel İmaj Algısı*” kavramı; öğrencilerin üye oldukları Bilgi Evine ilişkin imaj algılarını ifade etmektedir.

**Kurumsal Aidiyet:** “Herhangi bir kişinin ya da öğrencinin, kişisel anlamda kurumdaki/okuldaki kendi dışındaki kişilerin kendisini ne kadar kabul gördüklerine, ne kadar aralarına aldıklarına, ne düzeyde saygın gördüklerine ve ne kadar

desteklediklerine ilişkin kişisel duygu halidir.” (Goodenow, 1992a; Goodenow ve Grady, 1993). Bu araştırmada “*Kurumsal Aidiyet*” kavramı; öğrencilerin Bilgi Evlerinde ne kadar kabul görüldükleri, saygı duyuldukları, desteklendikleri ve kendilerini Bilgi Evlerine ne kadar ait hissettiklerine ilişkin duygu durumunu, yani aidiyet duygularını karşılamaktadır.



## İKİNCİ BÖLÜM

### KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde tez çalışmasına ait kuramsal çerçeveden bahsedilmiş ve ilgili araştırmalara değinilmiştir. Tez çalışması ile ilgili Bilgi Evlerinin tarihsel ve yapısal gelişimi, işlevi ve önemi, imaj/örgütsel imaj algısı ile aidiyet duygusu/kurumsal aidiyet duygusu kavramları hakkında açıklamalarda bulunulmuştur.

#### 2.1 Bilgi Evleri

Genel olarak Türkiye’de Bilgi Evleriyle ilgili ortak bir tanımın olmadığını ifade eden Karadeniz (2017) Bilgi evlerini, *“İlk ve orta öğretim çağındaki çocukların örgün eğitimlerini desteklemeyi, okuma ve kütüphane kültürü edinmelerini, bilgi okuryazarlığı becerilerini geliştirmeyi amaçlayan, uzman eğitimciler ile bilgi ve belge yöneticileri gözetiminde eğitsel, teknolojik, sanatsal ve kültürel etkinliklerin gerçekleştirildiği bilgi ve öğrenme merkezleridir”* şeklinde tanımlamıştır (Karadeniz, 2017: 90-96). Ayrıca Bilgi Evleriyle ilgili yapılan araştırmalar sonucunda benzer tanımlara rastlanmış olup ulaşılan bilgiler aktarılmaya çalışılmıştır.

2009 yılında Bilgi Evi hizmetini çeşitli sivil toplum kuruluşlarından (STK) hizmet desteği alarak sunmaya başlayan Esenler Belediyesi (2013) Bilgi Evlerini *“9-15 yaş arası öğrencilerin ev ve okuldan sonra üçüncü bir eğitim yeri olan, öğrencilere hem rahat ders çalışabilecekleri hem de sosyal ve kültürel aktivitelere aktif katılma olanağı sağlayan mekânlar”* (Esenler Belediyesi, 2018) şeklinde tanımlamıştır. Zeytinburnu belediyesi internet sitesindeki ifadeye göre Bilgi Evi; 8 ile 18 yaş grubundaki çocuklara bilgiye erişme, kişisel gelişim ve serbest zamanlarını faydalı hale getirme olanağını sağlamayı amaçlayan mekândır. Bilgi Evi, aynı zamanda, bilgisayar ve internete erişim fırsatı bulunmayan çocuklara bu olanağı sağlayan mekânlar olarak tanımlanmaktadır (Zeytinburnu Belediyesi, 2018). Üsküdar Belediyesi internet sitesinde; Başta İstanbul ili olmak üzere Türkiye’nin birkaç ilinde daha faaliyet gösteren Bilgi Evlerinin (Beytü’l-Hikme), yüzyıllara yayılan bir geçmişe sahip olduğu ifade edilmiştir. Geçmişten günümüze, geçen zaman diliminde

İslam Dünyası'nda Beytü'l-Hikme ismiyle anılan Bilgi Evleri, bugün de bu tarihi mirasın yeniden inşası ile genç nesillere bilim yolunda ışık olmaktadır. 11. yüzyılda ilk defa Bağdat yöresinde kurulan Bilgi Evi, Abbasiler dönemi boyunca pek çok bilim ve ilim adamının yetişmesine katkı sağlamıştır (Üsküdar Belediyesi, 2018). Abbasîlerden Selçuklulara ve oradan da Osmanlılara aktarılan ilim ışığı, medrese türü eğitim kurumlarıyla, ülkenin gelişim sürecinde Bilgi Evleri (Beytü'l-Hikme) üzerinden şekillenmiştir. Müslümanlar tarafından, takriben 7. yüzyılda kurulan ve "Bilgelik Evi" olarak tanımlanan Beytü'l-Hikme, birçok farklı dilden tercüme çalışmalarını yaptığı bürolar, astronomik çalışmaların yapıldığı rasathaneler ve zengin bir kütüphaneden oluşan bir araştırma merkezi idi (Şen, 2012: 2394). Emevi devleti tarafından başlatılan ancak dağınık bir şekilde devam eden tercüme çalışmaları Abbasi devleti halifelerinin ciddi çalışmaları ve Beytü'l-Hikme ile bir araya getirilmiştir (Avcı, 2000: 8). Ayrıca Beytü'l-Hikmede pek çok alanda bilim adamı yetişmiştir. Bunlardan bazıları; anatomi, mimarlık, felsefe, coğrafya alanı olarak bilinmektedir. İslam dünyasında ilk astronomi eserini yazan Müeyyed bin Bermek'tir. Bununla birlikte felsefe alanında Nasreddin Tusi, ansiklopedi alanında Zekeriyya Kazvini gibi önemli bilginler Beytü'l-Hikme'de yetiştiği bilinen bilim adamlarıdır (Bağcılar Belediyesi, 2018). Günümüzde de Bilgi Evleri bilimin aydınlığı içinde tarihten aldığı bu kıymetli mirası bugüne, bugünden de yarınlara taşımak amacıyla belediyeler tarafından yeniden hayata geçirilmiştir (Üsküdar Belediyesi, 2018). Dolayısıyla günümüz Bilgi Evi projesinin tarihteki Beytü'l-Hikme bilim ve araştırma merkezine dayandırıldığı düşünülebilir. Yeniden hayata geçirilen Bilgi Evlerinin Türkiye'deki tarihi gelişim süreci, ilk olarak 2005 yılında Bilgi Evleri projesi için pilot bölge olarak seçilen İstanbul ili Zeytinburnu ilçesinde Zeytinburnu Belediyesi bünyesinde hizmete açılmıştır. Zamanla İstanbul'daki belediyelerden Bilgi Evi hizmetini üstlenen belediyelerin sayıları artmaya devam etmiştir. İstanbul dışında da ilk Bilgi Evini, Zeytinburnu Belediyesi danışmanlığında, 2005 yılında Çanakkale Kepez Belediyesi kurmuştur (Kavi ve Koçak, 2010: 568-569). Türkiye'de sosyal devlet anlayışıyla hareket eden yerel yönetimler, istenilen düzeyde olmadığı düşünülse de bireylerin ihmal edilen maddi ve manevi haklarının devlet tarafından karşılanması isteğinde bulunmaları yani öznel kamu hakkına sahip olmaları dolayısıyla, hizmetlerini çeşitlendirmiştir (Efe, 2008: 4-8). Yerel yönetimlerce çeşitlendirilen bu hizmetlerden biri de Bilgi Evleridir. Daha önceleri, öğrencilerin ve gençlerin bilgiye ulaşma ihtiyaçlarını karşılamak üzere Halk Kütüphaneleri

kurulmuştur. İnternet ve teknolojinin yaygınlaşmasıyla da Halk Kütüphaneleri, dünya genelinde var olduğunu göstermek ve işlerliğini sürdürmek için birtakım dönüşüm süreçleri geçirmiştir. Ancak, Türkiye’de dönüşüm noktasında Halk Kütüphaneleri yetersiz kalmış ve sayıları yeteri kadar artmamış, hatta Bilgi Evleriyle rekabet ve yarışma konusunda riske düşmüştür (Karadeniz, 2017: 90-91).

Bilgi Evleri, milli ve manevi değerlerle yetişen, her yönüyle donanımlı genç bir neslin yetişmesi amacıyla, bilgisayar salonu, kütüphane bölümü, okuma ve satranç alanları olan; 3-8. sınıf ‘Bilge Çocuk’ ismini verdikleri, çocuklar için uzman eğitimciler gözetiminde modern teknolojiyi kullanarak faaliyet gösteren binalardır (Yavuz, 2013: 53; Karadeniz, 2017: 92). Bilgi Evleriyle tecrübeli öğretmenler eşliğinde, tam donanımlı sınıflarda öğrencilerin bilgi eksikliklerini ücretsiz olarak tamamlama fırsatının sağlandığı ifade edilmektedir. Oluşturulan bu güvenilir eğitim ortamı ve mekânları sayesinde öğrencilerin kişisel gelişimleri ve sosyalleşmelerinin de sağlandığı ileri sürülmektedir(Kavi ve Koçak, 2010: 568). Bilgi Evi; İlköğretim ve lisede okuyan gençlere kütüphane ortamı hazırlamayı, kitap okuma ve ders çalışma gibi güzel alışkanlıkları kazandırmayı amaç edinen; klasik kütüphane anlayışının ötesinde, internet, bilgisayar ve kitapların bulunduğu mekânlardır. Aynı zamanda, öğrencilerin okul ödevlerini yapabildikleri, ders ve sınavlara yardımcı kurslarıyla gençlere eğitim desteği veren, değişik seminerlerin düzenlendiği ve çeşitli yarışmaların yapıldığı, gençlerin sosyal gelişimlerini besleyen, modern bilgi ve teknoloji merkezidir (Fatih Belediyesi, 2018). Bilgi Evlerine 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, Umdü Topsakal ve Öztuna Kaplan, 2013: 18). İlk, orta ve lise yıllarında öğrencilerin muhatap olduğu yoğun sınav maratonu ve aşırı rekabet ortamı nedeniyle aileler, çocuklarını dershaneler de dâhil olmak üzere özel okul veya temel liselere gönderme ya da özel ders aldırma ihtiyacı duymuştur. Ancak, maddi imkânlar dolayısıyla buna güç yetiremeyen ailelerin sayısının az olmadığı görülmüş ve bu durumun aynı zamanda öğrenciler arasında fırsat eşitsizliğine sebep olduğu gözlenmiştir. Oluşan bu fırsat eşitsizliğini asgariye düşürecek, ders çalışmanın yanı sıra sosyal ve kültürel aktivitelerle çocukların, gençlerin ve öğrencilerin sosyalleşme olanağı bulacağı,

herhangi bir sanat ve spor dalında da kendilerini geliştirme imkânına sahip olacakları mekânlara ihtiyaç duyulmuştur (Kavi ve Koçak, 2010: 568).

## 2.2 Örgütsel İmaj

İmaj kavramını ilk olarak Sidney Levy 1955 yılında ortaya atmıştır. Temelde birey ve grupların belli objelerle ilgili maneviyatlarının, tutumlarının ve gözlemlerinin tamamı şeklinde ifade edilmiştir (Keskin ve Kurtuldu, 2002: 334). Literatürde çeşitli şekillerde sınıflandırılan imaj kavramının, örgütsel (organizational) imaj ve kurum (corporate) imajı olarak iki tür terminolojik temel üzerine yerleştirildiği görülmektedir. Bunlardan birincisi pazarlama, halkla ilişkiler ve iletişim disiplinleri tarafından yoğunlukla kullanılırken diğeri ise örgüt teorisi ve yönetim disiplinleri tarafından incelenir. Bazı araştırmacılar bu iki kavramı birbirine eş kabul ederek ele alırken bazıları ise farklı anlamlara sahip olduklarını vurgulayarak ele alırlar (Karabey, 2005: 52). 21. yy’da kimlik ve imaj, yönetim bilimlerinde çok kullanılan çalışmalardan biri olarak meydana çıkmıştır. Askegaard ve Christensen (2001)’a göre; çağdaş sosyal eleştiriler imaj yönüyle doyuma ermiş bir toplum içerisinde yaşam sürdüğümüzü ifade ederlerken, pazarlama uzmanları toplum içerisinde bulunan sektörler içerisindeki örgütler için imaj oluşturma önemsinmesi gereken ciddi konuların başında geldiğini belirtmektedirler (Cerit, 2006: 344).

İmaj, kişiliktir; yani bireyi veya bir nesneyi diğerklerinden ayrı kılan şeydir. Sözlükte kurum imajı; kişi veya nesnelerin farkına vardırın özellikleridir (Özkan, 2015: 13). Türk Dil Kurumu (TDK) tarafınca “imge” olarak belirlenen imaj kelimesi Fransızca kökenli bir sözcüktür. İmaj, insanın zihnen tasarladığı ve olmasını arzuladığı şey; umumi görüntü ve intiba anlamına gelmektedir (2011). İmaj, hiç olunamadığı kadar veya hiçbir zaman olunamayacak kadar kendini göstermeye veya görünmeye çaba sarf etmek değil, mevcudu etkin bir biçimde göstermektir (Akbulut, 2015: 11). İmaj, İngilizce’de “image” şeklinde ifade edilmekte olup bir kişi ya da objenin görünümsel, çizimsel vb. anlamlarını karşılamaktadır (Özüpek, 2013). İmaj, bilişsel aşamaları etkileyen hususi özelliklere sahip, kullanışlı nitelikleri olan yarı-görsel örneklerdir (Kosslyn, 1980). İmaj; bir kişi ya da kurum/örgüt veya bir nesne hakkında bireyin sahip olduğu görüş ya da ilgili tavırlar, düşünceler, davranışlar, değerler ve maneviyatın tamamı şeklinde ifade edilmiştir (Andreasen ve Kotler, 1996; Hamel ve Prahalad, 1997; Lemmink, Streukens ve Schuijf, 2003; Akt. Cerit,

2006). Avşar (2002)'ın aktardığına göre imaj, araştırmacıların bir bölümünün pozitif, diğer bir bölümünün ise negatif olarak ele aldığı bir kavramdır (Akbulut, 2015: 11). Cerit tarafından yapılan bir araştırmada imaj ve kimlik kavramlarının yönetim bilimleri alanında 21. yy'de ortaya çıkan ve yaygın olarak karşılaşılan bir çalışma alanı olduğu ifade edilmektedir. Aynı zamanda imaj yönüyle duyuma ermiş bir toplumda varlık gösterdiğimizi ifade eden çağdaş sosyal eleştirilerin olduğu ve yine toplumda varlık gösteren örgütler için imaj konusunun dikkat edilmesi gereken konuların başında geldiğini belirten örgüt ve pazarlama uzmanlarının da olduğu ifade edilmektedir. (Cerit, 2006: 344)

İmaj konusunda örgütsel açıdan yapılan literatür incelemelerinde iki temel akıma rastlanmış olup bu iki akımın iki çeşit terminoloji üzerine kurulduğu görülmüştür. Bunlar: kurum imajı ve örgütsel imaj olarak ifade edilmiştir (Karabey, 2005: 51). Kurum imajı, örgüt paydaşlarından birinin örgüt hakkında oluşmuş olan genel algısıdır. Bu algı, biraz kurumun kendi paydaşının kişisel çıkar veya ihtiyaçlarını ne kadar karşıladığına bağlıdır şeklinde ifade edilmektedir. Yine Karabey (2005) tarafından gerçekleştirilen araştırmada örgütün dış imajını cazibeli gören çalışanların örgütle çok daha sıkı bir şekilde özdeşleştiğinin görüldüğü belirtilmiştir. Aynı araştırmada imaj, halkla ilişkiler, pazarlama ve iletişim disiplinleri açısından, örgütün paydaşlarının örgüt hakkındaki genel görünümü olarak ifade edilmiştir (Karabey, 2005: 54).

Duman'a göre imaj, insan aklında canlanan ilk çağrışımlar, zihinlerde oluşan algılar, tutum ve duygular, görüntüler ile bunlar hakkındaki değerlendirmelerin tümü; yani fotoğraf veya resmidir. Kurumsal imaj ise, kurumların halk nezdinde nasıl tanınıp bilindiklerine ve nasıl algılandıklarına yönelik genel yargılarıdır şeklinde ifade edilmiştir (Duman, 2012: 1). Kurum/örgüt imajı kavramı incelendiğinde; Gray ve Balmer'a göre bir kişi bir kurumun logosunu gördüğünde veya adını duyduğunda o kişinin aklına gelenler imaj olarak ifade edilebilir, yani imaj bir kurumun dışarıdan görünen ve gözlemcilerin benimsediği zihinsel resimdir. Dutton ve Dukerich ise örgütsel imajı; örgüt üyelerinin örgüt dışındakilere göre nasıl göründükleri hakkındaki düşünceleri ve fikirleri olarak ifade etmişlerdir (Akt. Karabey, 2005: 54-55). Kurumsal imaj, örgütün/kurumun tüm ürünlerini müşterilerine güven oluşturarak sunan, üretilen yeni ürünler ile hizmetlerin kabulünü zorlaştırmayan, örgütün tutum ve davranış biçimi, örgütün geçmişten gelen anlayışının, örgütün

herhangi bir biçimde kendisini anlatabilmesine konsantre olan bir iletişim halinin oluşmasına sebebiyet verdiğini; dolayısıyla paydaşların ve işçilerin/emek verenlerin, örgütün varlık sebebini, ananelerinin, ilkerinin ve ana unsurlarının/güçlü yanlarının bulunduğu seviyeyle ne kadar uyumlu olduğu konusundaki farkındalıklarını meydana çıkarmaktadır (Özüpek, 2013; Akt. Özkan, 2015: 5). İyi bir imaj, tüm örgütler için faydalı olan bir faktördür; rekabet ortamında, rakiplerinden daha çok gelirin elde edilmesini sağlayabilir; örgüt, özellikli insanların çalışmayı isteyeceği bir kurum olabilir, yatırımcı çeker, mamul kalitesi hakkında özenli müşterilerin ilgisini çeker (Lemmink, Schuijt ve Streukens, 2003; Riordan, Gatewood, ve Bill, 1997). Dolayısıyla, kurum imajı, müşterilerin karar vermelerinde, tutum ve davranışlarında etkilidir (Porter ve Claycomb, 1997; Akt. Cerit, 2006: 345)

Örgüt imajı, örgütün muhataplarının/müşterilerinin örgüt hakkında oluşan fikirlerinde meydana gelen duygu ve inanç değerleridir (Hatch ve Schultz, 1997: 356-365). Örgütsel imaj, bir kurum/örgütün çalışanları ile muhatapları/paydaşlarının gözünde oluşan, örgüte can veren, heyecan kazandıran, örgüte görünür, sumut bir anlam katan bir kavramdır (Karpaz, 1999: 87; Akt. Akbulut, 2015: 17). Örgütsel imaj, herhangi bir örgütün göstermiş olduğu başarı, gerçekleştirmiş olduğu etkinlikler ile uygulamaları hakkında müşterilerinin, paydaşlarının bilgileri, hissiyatları, inançları, değer yargıları ve deneyimlerinin bir neticesidir (Yuen vd., 2000; Fill ve Markwick, 1997; Akt. Cerit, 2006). Örgütsel imaj, değişen ve sürekli gelişen dünyada daha çok kazanma, çok iyi tanınma, daha çok tercih edilme, varlığını, şan ve şöhretini koruma, çevreye duyarsız kalmamaları için bir biriyle yarış halinde olan örgütlerin amaçlarına ulaşmanın anahtarıdır (Akbulut, 2015: 17). Örgütsel imaj, örgütteki üst düzey yöneticilerin örgütü dışardan nasıl gördüğüdür (Whetten ve Mackey, 2002: 393-414).

Örgüt imajı bir rekabet aracı olarak görülebilir. Olumlu bir imaj, paydaşlarının ilgisini kazanmayı kolaylaştırır (Flavian, Guinaliu ve Torres, 2005). Nguyen ve Leblanc (2002); olumlu imajı, örgütün ürün ve hizmetlerini seçmede müşterileri teşvik etmekle birlikte örgüte ilişkin doyum düzeyi ile tutumlarını da geliştirmek için güçlü bir araç şeklinde ifade etmişlerdir. Bu durumda örgütsel başarıyı arttırmanın çeşitli yollarından birisi olumlu bir imaj oluşturmaktır. Mesela, Si ve Hitit (2003)'e göre bir şirketin imajını geliştirerek oluşturduğu yüksek müşteri bağlılığı, şirketin satışlarını arttırabilir. Bundan dolayı, çoğu örgüt güçlü bir imaj yaratmak için

kaynak, zaman ve gayret sarf etmektedirler. Bir güç oluşturmak için mamulleri ve hizmetlerinin ilanı için çok büyük paralar harcamaktadırlar. Bu da sunulan ürün veya hizmetin talebini arttırmakta, yani başarıyı sağlamaktadır (Akt. Cerit, 2006: 345).

Örgütsel imaj, bir kişi ya da belirli bir topluluk, grup veya kitle tarafından örgütle ilgili kabullenilen/kabul görülen nesnel ve diri bir intibadır (Dutton ve Dukerich, 1991: 520). Bir örgütün ismini işittiklerinde bireylerin zihninde oluşan imaj olumlu olursa söz konusu örgüt rekabet avantajına sahip olup amacına ulaşmış olur (Akbulut, 2015: 18). Gioia, Schultz ve Corley (2000: 83-81), çalışmalarında çok sayıda aldatıcı görünüme sahip olmasına rağmen imajın, üye kişilere örgütsel anlamda kendilerini tanımlamalarına kaynaklık teşkil ettiğini, çoğunlukla kimlik üzerinde tahrif edici olduğu ve sıklıkla üye kişilerin kendilerine ait örgütsel tanımlamalarını tekrar düşünmelerini ve yeniden inşa etmelerini mecburi kıldığını ifade etmektedirler. Bu tanımlama sürecini Whetten ve Albert (1985) şu şekilde ifade etmişlerdir: Örgüt üst yöneticileri kendilerine göre bir örgüt tanımlaması geliştirirler; “örgüt olarak biz buyuz” şeklinde ve bunun örgütün iç ve dış çevrelerine yayılmasını sağlarlar. Böylece örgüt üyeleri örgütün dış görünümüyle ilgili geri bildirimler alırlar. Bu tür bildirimlere kişiler çok duyarlıdır lakin bu kişiler örgütte olmakla birlikte dış çevredeki herhangi bir kurum, kuruluş veya grubun da üyesidirler. Dutton, Dukerich ve Harquail (1994) çalışmalarında; bundan dolayı kişiler, üye buldukları örgütün görüşleriyle diğerlerinin görüşlerini karşılaştırır ve diğer örgütlerin görüşlerini de önemserler diye ifade etmişlerdir (Akt. Şahin, 2015: 33).

Dünyadaki hızlı gelişmelerle birlikte birçok örgütün oluştuğunu ifade eden Akbulut (2015), bu durumun örgütler arası çatışmaları başlattığını ve örgütleri daha güçlü bir şekilde hayatta kalma mücadelesi vermeye zorladığını belirtmiştir. Böylece örgütler arası rekabet başlamıştır. Rekabet ortamında ayakta kalmak, tanınırlığını artırmak, daha çok üretmek, daha çok satmak, daha çok kazanmak, namını yaymak, nüfuz gücünü artırmak, müşterilerinin, iç ve dış çevrenin taleplerine karşılık verebilmek, değişen dünya koşullarına ayak uydurabilmek için örgütler daima bir yarış halindedir. Bu durumda örgütlerin amaç ve hedeflerini gerçekleştirebilmeleri için çevreleri nazarında iyi bir imaj algısına sahip olmaları gerekir (Akbulut, 2015: 17). Gencay (2014), globalleşen dünyada iletişim çağındaki gelişim ve değişimlere paralel olarak her örgütte olabildiği gibi eğitim kurumlarının da dışa dönük bir oluşum ve rekabet ile yüz yüze geldiğini belirterek eğitim örgütlerinin paydaşlarına

kendilerini doğru bir şekilde anlatmaları halinde veli ve öğrencilerin okula ilgilerini arttırdığını ifade etmiştir (Gencay, 2014: 32) Rekabetin hızla devam ettiği günümüzde kurum ve kuruluşların piyasada varlığını sürdürebilmeleri, mal ve hizmet üretimi, pazar payı oluşturma, tanınırlık ve güvenilirlik yönüyle benzeri birçok konuda aynı alanda faaliyet gösteren kuruluşlar arasından sıyrılabilme ve ilgi çekmek için büyük bir yarış halindedir. Bu durumda kurumsal imaj, ilgi çekme veya cazibe oluşturma ve kuruluşun başarısına direkt etki etme yönüyle çok önemlidir (Duman, 2012: 14). Şahin (2015), okulla özdeşleşmenin sağlanabilmesi için okullarda öğretmenler tarafından örgütsel kimlik ile örgütsel imaj konularında pozitif anlamda bir algının oluşturulması yönünde önlemlerin alınması gerektiğini ifade ederek, misyon ve vizyon geliştirme, okula has semboller geliştirme, reklam, başarılı öğrenci çekme çalışmaları, öğrenci ve öğretmenlere değer vermek gibi bir takım yönetsel konuların bu anlamda tedbir alınması gereken konular olduğu belirtilmiştir (Şahin, 2015: 5).

Üniversitelerin tek başına devletin mali kaynaklarıyla varlıklarını sürdüremediğini ifade eden Cerit (2006), kaynak yetersizliğinden dolayı üniversitelerin faaliyetlerini sürdürmekte zorlandıklarını belirtmektedir. Bundan dolayı üniversitelerin yeni kaynak arayışlarında bulunmaları gerekmektedir. Bu kaynaklara ulaşabilmek ise pozitif ve güçlü bir imaj oluşturmakla mümkündür. Güçlü ve iyi bir imajı olan üniversiteler araştırma yapmak amacıyla çeşitli sanayi kuruluşlarından, çeşitli kurum, STK veya vakıflardan yardım destek alarak kaynak oluşturabilirler. Böylece faaliyetlerini sürdürebilme gücünü veya kaynaklarını elde etmiş olurlar (Cerit, 2006: 348). Bu yönüyle Esenler Belediyesi Bilgi Evlerinde benzer bir yol izlendiği söylenebilir.

Örgüt imajı, bir şirketin mamullerinin kalitesinden işçilerinin ilişkilerine, bina yapısından binanın yerine ve görünümüne, yazışma şekline ve yazışmalarda kullandığı kâğıt ve yazı başlıklarına kadar her bir eylemine etki etmektedir (Moizer, Benau, Humphrey, ve Martinez vd., 2004; Akt. Cerit, 2006: 344). Bundan dolayıdır ki kurumsal görünüm, kurumsal iletişim ve örgütsel davranışın bütününde ifade edilen örgütsel imaj, iç ve dış çevre üzerinde inandırıcı olma ve güvenilirlik oluşturmakla birlikte oluşan güven durumunu sürdürebilmek gibi elzem bir görevi de ifa etmektedir (Cerit, 2006: 344). Örgütsel imajı, bireylerin bir örgütle ilgili sahip oldukları deneyim ve izlenimlerinin bir özetidir şeklinde tanımlayan Tutar (2008)

şöyle devam etmektedir: Bir kurumun insanlarda oluşan algıları olan kurumsal imaj, genelde kısa süreli olmayan, uzun süreli başarıları kazanmak için elzemdir. Örgütsel imaj, bireylerin örgütün ne şekilde yönetildiği, izlediği politikaları, beşeri ve ekonomik yapısını nasıl algıladıklarıyla alakalıdır. Örgüt imajı, insanların örgütle ilgili zihinlerinde kurdukları düşünsel imgelerdir, bir örgütün iç ve dış çevresine akseden görünümüdür (Akt. Özkan, 2015: 8-9). Örgütsel imaj, şirket/kurum/firma imajı şeklinde ifade edilebilir. Örgütsel imaj, bir örgütün resminin/fotoğrafının halkın veya muhataplarının algısında nasıl konumlandığını, nasıl şekillendiğini meydana koymaktır (Salar, 2012).

Nguyen ve Leblanc (2002), Örgüt imajını işlevsel ve duygusal olmak üzere iki ana unsur olarak açıklamaktadırlar. İşlevsel unsur, ölçülmesi kolay olan somut niteliklerle alakalı iken; duygusal unsur, bir örgütün duygularının ve tutumlarının açıklandığı psikolojik boyutlarla alakalıdır. Bu duyguların kaynağı, örgüt imajının bir örgüte ilişkin kişisel tecrübeleri ve işlevsel göstergelerine ait özellikleri üzerindeki malumat sürecidir. Bunun için örgüt imajı, çeşitli kurum/örgüt nitelikleriyle ilgili toplum bireylerine ait idrak sürecinin bir sonucudur. Bromley (2001), örgütlerin algılanışlarına etki eden yolları dört faktör ile açıklamaktadır; ilki, örgütte çalışanlardır. Bu, bir örgütü oluşturan üyelerin davranışlarının, örgütün ürünlerini (çıktılarını) ve eylemlerini ciddi bir şekilde etkilediğini gösteren faktördür. Örgütün etrafında olan gruplara ait üyelerin şekillendirdiği bir örgütün çıktıları ve eylemlerine ilişkin intibaları kendi üyelerinin intibalarından farklı olabilir. İkincisi, insanbiçimcilik (anthropomorphism); doğal veya içgüdüsel, beşeri olmayan fenomenlere ilişkin özellikler için, beşeri temayülleri ifade eder. Bu şekildeki insanbiçimcilik, örgütün bireyselleştirme temayülünü destekleyen faktördür. Üçüncüsü, kurallı dil faktörüdür. Bu faktör, zor olamayan, kısa ve teknik olmaktan ziyade iletişimde kolay ve kendi kendini tanımlayan dili açıklamaktadır. Bunun için örgütler şu şekilde tanımlanabilir: “ketum”, “muhafazakâr” ya da “karışıklık içinde.” Dördüncüsü ise görsel kimlik faktörüdür. Bu faktörün örgütsel iletişimde mühim bir yeri vardır. Bir örgüte ait görsel kimlik, örgütün kendini gösterme biçimiyle ilişkili kullanılmaktadır (Akt. Cerit, 2006: 344-345).

Cerit (2006) ise öğrencilerin üniversitelerine yönelik imaj algılarını araştırmak üzere gerçekleştirmiş olduğu araştırmada örgütsel imajı üç alt boyutta açıklamaktadır. Birinci alt boyut; akademik çevredir. Akademik çevre, üniversitelerinin eğitim

kalitesi ile öğretim elemanlarının kalitesi gibi konuları açıklamaktadır. İkinci alt boyut; fiziksel ve sosyal çevredir. Bu boyut, barınma, yemek, kampüsün cazibesi gibi konuları açıklar. Üçüncü alt boyut ise; toplumsal algılamadır. Toplumsal algılama, üniversitelerinin toplum nazarında sahip olduğu ün vb. konuları açıklamaktadır (Cerit, 2006: 355). Bu araştırmada öğrencilerin Bilgi Evlerine ilişkin örgütsel imaj algıları incelenirken akademik çevre alt boyutunda Bilgi Evlerinde verilen ders, kurs ve diğer faaliyetler ile öğretmenlerin kalitesi, fiziksel ve sosyal çevre alt boyutunda Bilgi Evlerinin bina, barınma, yemek ve kafe alanlarının çekiciliği, toplumsal algılama alt boyutunda ise Bilgi Evlerinin öğrencilerin gözündeki ünü, yeri ve önemi göz önünde bulundurulmuştur.

### **2.3 Kurumsal Aidiyet**

Literatür taraması sonucunda “okula aidiyet/okula aidiyet duygusu” ile ilgili değişik ifadelere rastlanmıştır. Bunlardan bazıları, Murray ve Greenberg (2000) okul ile bir olma veya bütünleşmek (school bonding), Meloro (2005) okulla bağ kurma/okula bağlanma (school connectedness), Goodenow, okula üyelik duygusu (sense of school membership), Osterman (2000) cemiyet veya grup duygusu/hissi (sense of community), Voelkl (1997) ile Finn (1989) okula bağlılık (school belonging) şeklinde ifade etmişlerdir (Akt. Doğan, 2015: 13).

Topluluk duygusu, topluluğa bağlılık, okulun veya sınıfın bir parçası olma hissiyatı, destek veya kabul görme yetisi gibi çeşitli tanımlar kullanılarak aidiyet tanımlaması yapılabilir (Osterman 2000, Akt. Özgök, 2013: 11). Aidiyet için başka bir tanım şu şekilde belirtilmiştir: “Bağlılık/sadakat, cemiyet/topluluk duygusu, okul/mektep veya sınıfa üyelik duygusu, destek/yardım ve kabul/onay gibi farklı şekillerde tanımlanan geniş bir kavramdır.” (Osterman, 2000: 323-367). Aidiyet, bir eklenme, çıkarılma veya bütünleşmedir. Aidiyet hissedilen veya ait olunan şeye dair bir olma veya bütünleşme beklentisi ve gayretidir. Eklenme, eklenme, katılma vb. duygularla insan olmanın gereğidir, aidiyet. Dolayısıyla aidiyet, kişiyi kuşatan sosyal çevreyle kurulan direkt veya dolaylı ilişkilerde oluşarak örneklerini sunan duygudur (Alptekin, 2011; Akt. Özkan, 2015: 18). Aidiyet, kişinin başkalarıyla olan ilişki ve etkileşiminde ilk olarak karşılaştığımız kavramlar arasında yer alan bir olgudur. Anlam bakımından, ‘alakalı olmak’, ‘ilgili olmak’, ‘ait olmak’, ‘ilişkin olmak’, ‘mensup olma’ ve ‘ilişkilendirme’ olarak anlandırılabilir. İlişkilendirme şekli

olarak da bir nesneyle, kişi veya toplulukla, etnik bir grup veyahut sosyal bir yapıyla ilişkilendirilebilir. Dolayısıyla aidiyet, kelime anlamı olarak, kişinin kendisini tanımlamak için başvuracağı öğelerin sayısınca anlamlandırılabilir. Kişiler için oluşturulan ve kimliklerinde bulunan öğeler bir yönüyle aidiyetin bir göstergesidir (Alptekin, 2011; Akt. Özkan, 2015: 18).

Aidiyet duygusu, toplumun diğer bireylerince toplum içerisinde bir yerinin olduğunun kabul görüldüğünü hissetmesiyle kişinin kendini daha çok ehemmiyetli ve daha çok kıymetli bulması şeklinde ifade edilmektedir (Uslu, 2012; Akt. Özkan, 2015: 18). Yurtal ve Bilgiç (2009), öğretmenleriyle daha iyi ilişkiler kurabilen, öğretmenlerini rahatlatan, paylaşımcı ve destekleyici olan ve daha çok pozitif sınıf iklimi algısına sahip olan öğrencilerin zorbalığa katılmayan öğrenciler olduğunu belirtmişlerdir (Akt. Özgök, 2013: 13). Doğan, çalışmasında öğrenim hayatını kontrol edememe düşüncesi ile okula ilişkin aidiyet duygularının ortaokul öğrencilerinin ilkesel olmayan davranış ve tutumlarının anlamlı sevide yordadığını göstermiştir. Ayrıca lise türüne göre yapılan analizlerin, öğrenim hayatını kontrol altına alamama inancı, okula ilişkin aidiyet duygusu ve özsaygının öğrencilerin genel kural dışı davranışları ile ilk ve ikinci sıradaki kural dışı davranışlarını farklı düzeylerde yordadıkları görülmüştür (2015: iii).

Booker (2004: 131-143) “okula aidiyet duygusunu”, öğrencilerin kendilerini okulda saygıyla karşılanan veya okulun saygın birer üyesi olduğunu hissetme duygusu olarak ifade ederken, Sarı (2012), okula aidiyet duygusunu, öğrencilerin okulları hakkında sahip olmaları gereken ehemmiyetli niteliklerden olduğunu belirtmektedir. Akar, Vural ve diğerlerinin (2012) çalışmasına göre “okula aidiyet duygusu”, öğrencilerin okul ortamında, sosyal ve fiziksel çevresinde, kişi olarak kabul görülmesi, varlığına saygı duyulması ve desteklenmesidir. Okula aidiyet duygusu, okul ortamında kabul görülmeyen davranışsal, bilişsel ve duyuşsal niteliği olan davranışlar açısından önemli olan bir durumdur (Akt. Özkan, 2015: 20-21). “*Gordon (2010), kendisini okula ait hissetmeyen öğrencilerin akademik anlamda boş vermişlik, düşük düzeyde kendine güven ve olumsuz davranışlar sergileme sorunları yaşadıklarını belirtmektedir*” (Akt. Uslu, 2012: 10). Osterman (2000)’a göre; “aidiyet duygusu”, öğrencilerin okuldaki davranışlarını belirlemede etkin rol alan, öğrencilerin öğretmen ve öğrenci arkadaşlarıyla olan sosyal ilişkiler sonucunda kazanılan, okuldaki sosyal çevrede başkaları tarafından birey olarak kabul görülme ve desteklenme yönüyle

geliştirdikleri bir duygudur (Akt. Doğan, 2015: 3). *“Okulda, diğer öğrenciler tarafından kabul edilen, saygı gösterilen ve desteklenen öğrenciler, kendilerini okullarına bağlı hissetmekte ve daha iyi performans göstermektedirler. Ters durumlarında ise, yani, okulda dışlanan, kendini yabancı hisseden öğrencilerin de performansları ve okula devamlarında düşüş gözlenmektedir”* (Goodenow ve Grady, 1993; Osterman, 2000; Akt. Uslu, 2012: 9).

*“Osterman’a (2000) göre, kabul edilme, dahil edilme ve hoş karşılanma durumu huzur, mutluluk, gurur ve hoşnutluluğu sağlarken, dışlanmışlık, reddedilme ve inkar edilme durumları anksiyete, depresyon, üzüntü, kıskançlık ve yalnızlık gibi olumsuz duygulara neden olmaktadır”* (Akt. Özgök, 2013: 5). Dolayısıyla toplum içerisinde dışlayıcı veya genelleyici söylem ve davranışlarda bulunmanın bireyin aidiyet duygusunun şekillenmesinde etkili olduğu söylenebilir (Uysal, 2014: 201). Aidiyet duygusu ile benlik saygısının arasındaki ilişki durumuna dikkat çeken Hartup (1996), çeşitli sebeplerle benlik saygısı gelişimi düşük olan öğrencilerin okula ait benliklerinin etkileneceğini belirterek aidiyet duygusu gelişmiş kişilerin duygusal olarak okulda olumlu; aidiyet duygusu gelişmeyen ve reddedilmiş kişilerin de okulda öfke ve uyumsuzluk gibi sebeplerle uygun olmayan davranışlarda bulunabileceklerini söylemektedir (Doğan, 2015: 59). *“Raffini (1996), bütün bireylerin bir gruba ait olma isteğine sahip olan sosyal varlıklar olduklarını ve bireyler için en sıkıntılı durumun sosyal ortamdan izole olma, ‘reddedilme’ ve yalnız kalma duygusu olduğunu belirtmektedir”* (Murdock, 1999; Akt. Uslu, 2012: 3).

Goodenow (1993a)’un geliştirdiği ve Sarı (2011)’nın Türkçe’ye uyarladığı “Okula Aidiyet Duygusu Ölçeği (The Psychological Sense of School Membership Scale)”, ortaokul öğrencileri için, *“öğrencilerin okullarının önemli bir parçası olarak hissetme düzeylerini, kabul edilme, değer görme ve gruba dahil olma konusundaki duygularını; okul, öğretmen ve akranlarla bağlantılarını ölçmek amacıyla”* 18 madde olarak geliştirilmiştir. Yapılan uyarlamanın sonucuna göre ölçek maddelerinin iki alt bileşende toplandığı görülmüştür. Bu faktörlerden biri Okula Bağlılık (aidiyet duygusu); diğeri ise Reddedilmişlik Duygusu olarak belirtilmiştir (Sarı ve Özgök, 2014: 483). Bu araştırmada da ölçek aynı alt boyutlarda ve bütün olarak uygulanmıştır.

## 2.4 İlgili Araştırmalar

Bu bölümde tez konusuyla ilgili yapılan araştırmalar incelenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda Bilgi Evleri, imaj/örgütsel imaj ve aidiyet/kuruma aidiyet duygusu ile ilgili yapılan araştırmaların incelenmesine öncelik verilmiştir.

### 2.4.1 Bilgi Evleri İle İlgili Yapılan Araştırmalar

Bu bölümde, Bilgi Evleriyle ilgili yapılan bazı araştırmalar aşağıda sunulmuştur.

Bu alanda yapılan araştırmalardan biri Yavuz (2013) tarafından gerçekleştirilen ‘‘Sosyal Belediyecilik Bağlamında ocuk ve Gençlik Hizmetleri: Adapazarı Belediyesi Bilgi Evi Örneği’’ adlı araştırmadır. Bu araştırmada Bilgi Evleri ile benzeri ocuk ve gençlik merkezlerinin sosyal belediyeciliğin yerel ocuk refahı çalışmalarının örgütsel ve yönetimsel bir kolu olduğu ifade edilmektedir. Yine bu çalışmasında yerel ocuk refah hizmetlerinin yaygınlaşması açısından Bilgi Evlerinin önemini vurgulayan Yavuz (2013) Bilgi Evlerinin, yeni nesillerin yetişmesi ve nesiler arası etkileşimde dayanışma olgusu, sosyalleşme ve sosyal sermayenin oluşması ve toplumsal gelişme gibi birçok fırsatı bünyesinde bulundurduğunu belirtmiştir. Ayrıca, buna benzer güçlü yönleri ve çevresinde oluşturmuş olduğu etkileşim yönüyle Bilgi Evlerinin, bünyesinde pozitif bir psiko-sosyal coşku, heyecan ve dinamizm etkisini barındırdığını ifade etmiştir (Yavuz, 2013: 141). Diğer bir araştırma Kavi ve Koçak (2010)’ın ‘‘İstanbul’daki Bilgi Evlerinin Sosyal İçerme Boyutu Açısından Değerlendirilmesi’’ isimli araştırmadır. Bu araştırma 8. Uluslararası Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi’nde sunulan bir bildiridir. Araştırma sonucunda İstanbul’da belediyeler tarafından kurulan Bilgi Evleriyle eğitim ve öğretim hizmetlerine büyük katkılar sağlandığı ve Bilgi Evlerinin sosyal faaliyet alanlarında birçok açığı kapattığı belirtilmiştir. Çavuş, Topsakal ve Kaplan (2012) tarafından yapılan ‘‘İnformel Öğrenme Ortamlarının evre Bilinci Kazandırmasına İlişkin Öğretmen Görüşleri: Kocaeli Bilgi Evleri Örneği’’ araştırmasında öğretmenlere göre Kocaeli Bilgi Evlerinin gerçekleştirdiği etkinliklerin öğrencilerin evre bilinci ve okuryazarlığı kazanmalarına yardımcı olduğu sonucuna varılmıştır (2012: 23). Özdoğru, Semiz ve Açıkgoz (2017) tarafından gerçekleştirilen ‘‘Bilgi Evine Katılımın Öğrencilerin Gelişimine Etkisi: Bir Pilot alışma’’ adlı araştırmada, Bilgi Evlerinin ocukların gelişim süreçlerini ciddi anlamda etkilediği ortaya konulmaktadır. Okul ve evlerinin dışında vakitlerinin

önemli bir bölümünü Bilgi Evlerinde geçiren öğrencilerin bu mekânlardan oldukça memnun oldukları tespit edilmiştir. Öğrencilere göre Bilgi Evlerini okullardan ayıran en önemli etkenin, Bilgi Evlerinin huzur veren ve öğretici mekânlar olduğu ifade edilirken, öğretmenlerin dersleri eğlenceli bir şekilde anlatmaları, sosyal ve kültürel aktivitelere yer verilmesi, geleneksel oyunların oynatılması vb. çalışmaların yaygın olmasının öğrencilerin Bilgi Evlerine olan ilgisini artırdığı belirtilmiştir. Ayrıca öğretmenlerin görüşlerine göre; Bilgi Evlerinin, öğrencilerin okula devamsızlığını azalttığı, başarı düzeyini yükselttiği, moral ve motivasyonunu destekleyici rol oynadığı ifade edildiği belirlenmiştir. Aynı zamanda araştırmanın bulguları, öğrencilerin yaşamlarının önemli bir bölümünde Bilgi Evlerinin yer edindiğini, gelişim süreçlerini olumlu anlamda etkilediğini, bununla birlikte olumlu duygu ve düşüncelerin oluşumuna katkı sağladığını göstermiştir (Özdoğru, Semiz ve Açıkgöz, 2017).

Yapılan araştırmalar, Bilgi Evlerinin eğlenceli ve öğretici mekânlar olduğunu, Bilgi Evi öğretmenlerinin keyifle ders anlattıklarını, öğrencilerin okula devamsızlıklarını azalttıklarını, daha başarılı olduklarını, morallerini olumlu yönde etkilediğini, yeni nesillerin yetişmesinde rol aldığını ve nesiler arası etkileşimde dayanışma olgusunu oluşturduğunu göstermektedir. Bununla birlikte Bilgi Evlerinde sosyal ve kültürel aktivitelere yer verildiği, geleneksel oyunların oynatıldığı, sosyal sermayenin oluşması ve toplumsal gelişmeye katkı sağlandığının da belirtildiği görülmektedir.

#### **2.4.2 Örgütsel İmaj İle İlgili Yapılan Araştırmalar**

Örgütsel imaj algısına yönelik yapılan araştırmalar neticesinde ulaşılan çalışmalardan bazıları şöyledir:

Perez, Palacio ve Meneses tarafından yapılan bir çalışmada örgütsel imajın, öğrencilerin memnuniyetlerini etkilediği vurgulanarak bu memnuniyetin geliştirilmesi için okulların yönetim politikaları ile iletişim becerilerini iyileştirerek örgütsel imajlarını geliştirmeleri gerektiği belirtilmiştir (2002: 486-505). Cerit, yaptığı Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Örgütsel İmaj Düzeyine İlişkin Algıları isimli çalışmada, üniversitenin örgütsel imajı hakkında öğrencilerin algılarının ne olduğunu belirlemeye çalışmıştır. Araştırmanın sonucunda öğrencilerin, üniversiteye ilişkin orta seviyede pozitif imaj algısına sahip olduğu belirlenmiştir (2006: 355).

Öğrencilerin Okullarının İmajına İlişkin Algıları ve Aidiyet Düzeyleri (İstanbul Eyüp İlçesi Örneği) araştırmasında Özkan (2015), araştırmanın evrenini, İstanbul ili, Eyüp ilçesindeki ortaokullar olarak belirlemiştir. 7. ve 8. Sınıflardan oluşan toplam 428 öğrenci araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırma sonucunda öğrencilerin örgütsel imaj algıları toplamda ve tüm alt boyutlarda orta seviyede bulunmuştur.

Üniversite çevresinde bulunan insanların üniversiteye yönelik örgütsel imaj algılarını incelemek için Kazoleas vd. (2001) tarafından gerçekleştirildikleri araştırmada insanların örgütsel imaj algılarının orta düzeyde pozitif yönde olduğunu belirtmişlerdir (Akt. Cerit, 2006: 355-356).

Örgütsel imaj ile ilgili yapılan araştırmalara bakıldığında, öğrencilerin okullarına yönelik örgütsel imaj algılarının genel olarak olumlu olduğu söylenebilir.

#### **2.4.3 Kurumsal Aidiyet/Okula Aidiyet Duygusu İle İlgili Yapılan Araştırmalar**

Okula aidiyet duygusuna ilişkin yapılan bazı araştırmalar incelendiğinde; aidiyet duygusunun öğrenciler üzerinde birçok yönüyle etkisinin olduğu görülmüş ve bu etkiler araştırılan ilgili araştırmalar kanalıyla aşağıda anlatılmaya çalışılmıştır.

Osterman'a (2000) göre okul ortamında arkadaşları ile öğretmenleri tarafından kabullenildiği ve onay gördüğü hissini taşıyan öğrenciler, okullarına devam etmekten, okul içerisinde gerçekleştirilen faaliyetlerden ve okulda verilen derslerden daha çok zevk almaktadırlar (Akt: Özgök, 2013: 7). Okula aidiyet duygusunu etkileyen önemli katalizörlerden birinin sosyal tanıma ve kabulün olduğunu ifade eden Booker (2004: 131-143), öğrencilerin yaşlıları ve öğretmenleriyle etkileşimleri ve ders harici faaliyetlerde bulunmalarının, okula aidiyet duygularını tesir altında bıraktığı sonucuna varmıştır.

Yapılmış birçok araştırma sonucunda öğrencilerin okullarına yönelik aidiyet duyguları ile okul başarıları arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Goodenow (1992a, 1992b, 1993a), Adelabu (2007), Booker (2006), Anderman (2002), Urdan (1996) Midgley ve Roeser gibi bazı araştırmacılar, çalışmalarında okula aidiyet duygusunun akademik performans/başarı, öz yeterlilik ve gelişmiş motivasyon ile alakalı olduğunu saptamışlardır (Akt. Özgök, 2013: 12). *“Okula aidiyet duygusuyla ilgili yapılan araştırmalarda genel olarak kendini okula daha çok ait hisseden öğrencilerin, akademik başarı, gelecek beklentisi, okula uyum, okuldaki etkinliklere katılım, okula ve öğretmenlere yönelik tutum, özyeterlilik inancı, akran*

*kabulü, vb. bakımından daha olumlu özellikler gösterdiği belirlenmiştir”* (Özgök, 2013: 26). Özgök, sınıf düzeyine göre öğrencilerin okula aidiyet alt boyutunda sahip oldukları aritmetik ortalamaların tüm sınıf düzeylerinde (6. Sınıf 3.82, 7. Sınıf 3.80, 8. sınıf 3.79) düzeyinde olduğunu saptamıştır (2013: 37).

Sarı ve Özgök (2014), Ortaokul Öğrencilerinde Okula Aidiyet Duygusu ve Empatik Sınıf Atmosferi Algısı adlı araştırmalarında okula aidiyet duygusu toplam puanını 3.80 olarak bulmuş ve bu ortalamaya göre öğrencilerin okula aidiyet duygularının orta düzeyin üzerinde olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca bu sonucun yurt dışı ve yurt içinde yapılan araştırma sonuçlarıyla tutarlı olduğunu ifade etmişlerdir (2014: 487-488). Yurt dışında; Israelashvili (1997) tarafından İsrail’de yapılan araştırmada 5-7. sınıf öğrencilerine ait okula aidiyet duygusu puan ortalamaları 3.74, 8-9. sınıf öğrencilerine ait ortalama ise 3.45 şeklinde belirlenmiştir. Adelabu (2007) tarafından gerçekleştirilen Ortaokul Öğrencilerinde Okula Aidiyet Duygusu ve Empatik Sınıf Atmosferi Algısı isimli araştırmada ise Afrika etnik kökeninden olan Amerikalı öğrencilerin okula aidiyet duygusu puan ortalamaları 3.80 olarak saptanmıştır. Yurt içinde; Sarı (2012, 2013) yapılan araştırmada OADÖ puan ortalamalarını 6. – 8. Sınıflar için 3.75, liseli öğrenciler için 3.50 şeklinde bulmuştur. Alaca (2011), Türkçe ana dilli öğrenciler ile iki dil bilen, Türkçe ana dilli olmayan 6., 7. ve 8. sınıf öğrencileri için OADÖ puan ortalamalarını iki dili olan öğrencilere ilişkin 3.53, Türkçe ana dilli öğrencilere ilişkin ise 3.75 olarak saptamıştır (Akt. Sarı ve Özgök, 2014: 487-488).

Goodenow ve Grady (1993), kendilerini okullarının bir bileşeni olduğunu hisseden öğrencilerin, kendilerini sınıfta daha önemli bir gördüklerini ve başarılı olma arzularının daha büyük olduğunu saptamışlardır. (Anderman, 2002; Beyer, 2008; Osteman, 2000), yalnızlık, bunalım, kıskançlık, alkol ve ilaç tüketimi, okula devamsızlık/okulu terk, şiddete meyletme gibi negatif bir takım sonuçların ortaya çıkmasının okula aidiyet duygusundaki eksiklikten kaynaklandığını ortaya koymuştur (Akt. Sarı ve Özgök, 2014: 480). Sarı ve Özgök’ün araştırmasına göre okula yönelik görüşlerinde öğrencilerin genel olarak olumlu duygular taşıdıkları ve pozitif düşüncede oldukları, kendilerini okulda daha rahat hissettikleri ve daha çok güvende hissettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca öğrencilerin okula aidiyet duygusu puan ortalamaları arasındaki fark, cinsiyete ilişkin incelendiğinde, kızların aidiyet duygularına ilişkin ortalamalarının istatistiksel olarak erkek öğrencilerin

ortalamalarına nazaran daha yüksek ve anlamlı olduğu görülmüştür (Sarı ve Özgök, 2014: 488). Uysal çalışmasında bireyin kendi hatıralarının yanı sıra söz konusu yere dair atalarının hatıralarının da bireyin benliğinde yer bulduğunu ve aidiyet duygusuna tesir ettiğini belirtmektedir (2014: 188). Öğrencilerin gündelik hayatın büyük bir bölümünü okulda geçirdiğini belirten Özkan, okula ilişkin gelişmiş bir aidiyet duygusu ile iyi bir kurum imajının öğrencilerin psikolojilerini pozitif yönde etkilediğini, böylece öğrenciler arasında oluşan bağlılığı, öğrencileri okul ortamında mutlu kıldığını, huzur ve güven içerisinde olmalarını sağladığını ifade etmiştir (2015: 2-3).

Aidiyet duygusunu, insan doğasının içkin bir özelliği olduğunu vurgulayan Karakeçili (2015), bu duygunun kişinin temel ihtiyaçlarından olduğunu ve bu duygunun kişinin mekân düşüncesinde somutlaştığını ifade etmektedir. Okullardaki ilişkilerden ve okul ortamlarından alınan doyumun öğrencilerin okullarına ilişkin aidiyet duygularını etkilediğini belirten Cemalcılar (2010); arkadaş ve öğretmenleriyle daha iyi ilişkiler kurduğunu söyleyen öğrenciler ile özsaygılarını daha yüksek oranda geliştiren ve genel anlamda hayatlarından daha çok doyum aldığını belirten öğrencilerin okula aidiyet duygusu yüksek olan öğrenciler olduğunu ifade etmiştir (Akt. Karakeçili, 2015: 3).

Yapılan araştırmalar genel olarak öğrencilerin aidiyet duygularının orta/yüksek düzeyde ve olumlu olduğunu göstermektedir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### YÖNTEM

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

#### 3.1 Araştırma Modeli

Bu 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: 77). Bir tarama modeli olan “ilişkisel tarama modelinde” birden çok değişkenin arasında oluşan değişimin düzeyi incelenip öğrenilmeye çalışılır (Karasar, 2011: 81).

#### 3.2 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. Esenler’de bulunan Bilgi Evleri Tablo 3.1’de yer almaktadır.

**Tablo 3.1: İstanbul İli Esenler İlçesinde Hizmet Veren Bilgi Evleri**

<b>Esenler İlçesindeki Bilgi Evleri (İSTANBUL)</b>	<b>Evren</b>	<b>Örneklem</b>
Cahit Zarifoğlu Gençlik, Bilgi ve Hikmet Evi	429	55
Erdem Beyazıt Gençlik, Bilgi ve Hikmet Evi	520	65
Hacı Lütfiye Gürses Gençlik, Bilgi ve Hikmet Evi	310	40
Mehmet Akif İnan Gençlik, Bilgi ve Hikmet Evi	641	80
Nuri Pakdil Gençlik, Bilgi ve Hikmet Evi	146	20
Rasim Özdenören Gençlik, Bilgi ve Hikmet Evi	235	30
Sezai Karakoç Gençlik, Bilgi ve Hikmet Evi	447	60
<b>Toplam</b>	<b>2728</b>	<b>350</b>

Tablo 3.1’de evreni oluşturan ve örneklemin alındığı Bilgi Evleri ile öğrenci sayıları detaylı bir şekilde gösterilerek toplam sayılar verilmiştir. Araştırmanın örneklemini belirlemede küme örnekleme yöntemi kullanılmış olup örneklem büyüklüğü “Farklı Sapma Miktarları İçin Uygun Örneklem Büyüklükleri (Büyüköztürk vd., 2012: 98)” verilerinden yararlanılarak belirlenmiştir (Tablo 3.2). Küme örnekleme yönteminde evren, kümelere/gruplara ayrılır ve oluşturulan her küme/grup örneklem birimi şeklinde adlandırılır. Rasgele seçilen kümeler bir yerde toplanıp örneklem oluşturulur (Şahin, 2014).

**Tablo 3.2: Farklı Sapma Miktarları İçin Uygun Örneklem Büyüklükleri Tablosu**

N	Sapma Miktarı				
	.01	.02	.03	.04	.05
500					218
1000				375	278
2000			696	462	322
3000		1334	787	500	341
4000		1501	843	522	351
5000		1622	880	536	357
6000		171	906	546	361
8000		1847	942	558	367
10000	4899	1936	964	566	370
20000	6489	2144	1013	583	377
30000	7275	2223	1031	589	379
40000	7745	2265	1039	591	381
50000	8057	2291	1045	593	381
100000	8763	2345	1056	597	383
500000	9423	2390	1065	600	384

(Büyüköztürk vd., 2012: 98)

Tablo 3.2’ye göre 2728 kişilik bir evren için .05’lik sapma miktarında 322-341 sınırlarında kişi sayısına ölçek uygulanmasının yeterli olduğu görülmektedir. Örneklemden öğrenciler seçilirken tamamen gönüllülük esasına göre hareket edilmiştir. 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. Bunun için belirlenen ölçekler 350 kişiye uygulanmıştır. Eksik doldurulan 15 ölçek değerlendirmeye alınmamış olup toplam 335 ölçek değerlendirilmiştir. Ölçeklerin uygulanması için İstanbul ilinin Esenler ilçesindeki Bilgi Evlerine kayıtlı öğrenciler rastgele seçilmiştir. Ayrıca

ölçekler uygulanırken gönüllülük esasına uygun olarak doldurulmuştur. Ölçeklerin samimi ve içtenlikle doldurulduğu düşünülmüştür.

### **3.3 Veri Toplama Araçları**

Bu araştırmada, veri toplama aracı olarak iki farklı ölçek uygulanmıştır. Bunlar; imaj algısını ve aidiyet duygusunu ölçmeyi hedefleyen “Örgütsel İmaj Ölçeği (ÖİA)” ile “Okula Aidiyet Duygusu Ölçeği (OADÖ)”dir. Ölçekler, Esenler Belediyesi başkanlığından gerekli izinler alınarak uygulanmıştır. Bu ölçeklerle birlikte, çalışma örnekleminin demografik bilgilerini tespit üzere bir “*kişisel bilgi formu*” kullanılmıştır.

Ölçekler, araştırmanın evrenini temsil edeceği düşünülen ve örnekleme oluşturacak olan Bilgi Evi öğrencileri küme örnekleme 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 tanımları 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.

#### **3.3.1 Kişisel Bilgi Formu**

Ölçeğin bu kısmında Bilgi Evlerine gelen öğrencilerin genel özelliklerini tespit edip aidiyet duygusu ve imaj algısıyla ilişkilendirmek hedeflenmiştir. Böylece, ölçeği dolduran öğrencinin “Cinsiyet, Yaş Aralığı (6-10, 11-14, 15-18), Eğitim Düzeyi (İlkokul, Ortaokul, Lise), Üyelik Süresi (0-2 yıl, 2-4 yıl, 4-6 yıl) ve Katıldığı Kurs Türü (sanat, spor, kulüp çalışmaları, değerler eğitimi, okul dersleri, etüt, sosyal ve kültürel faaliyetler, izcilik, serbest zaman, kütüphane, rehberlik)” ile ilgili bilgileri elde edilmeye çalışılmıştır.

### 3.3.2 Örgütsel İmaj Ölçeği

Cerit (2006) tarafından geliştirilmiştir. “Örgütsel İmaj Ölçeği” ile ilgili öğrencilerin Bilgi Evlerine ilişkin imaj algılarını belirlemek için gerekli izinler alınıp Bilgi Evlerinde eğitim gören 6-18 yaş aralığındaki 60 öğrenci üzerinde pilot uygulama yapılarak ölçeklerin güvenirlik testi yapılmıştır. 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.) maddelerinden oluşan ilk faktördür. Fiziksel ve sosyal çevre (16., 17., 18., 19. ve 20.) maddelerinden oluşan ikinci faktördür. Toplumsal Algılanma faktörü (7., 8., 9., 14. ve 15.) maddelerinden oluşan üçüncü faktördür. Faktör oranının .45 veya daha yüksek bir oranı göstermesi iyi bir ölçüt olduğunu gösterir (Büyüköztürk, 2013). 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 güvenirlik analizi yapılmıştır; birinci faktörün (Akademik Çevre) alfa ( $\alpha$ ) değeri .85, ikinci faktörün (Fiziksel ve Sosyal Çevre)  $\alpha$  değeri .81, üçüncü faktörün (Toplumsal Algılanma)  $\alpha$  değeri .76 ve toplam ölçeğin  $\alpha$  değeri .90 olduğu saptanmıştır (Cerit, 2006: 351).

Örgütsel imaj ölçeğine ilişkin bu araştırmaya yönelik yapılan pilot uygulama ve araştırmaya ait iç tutarlık analizi sonuçları ile ÖİÖ ait iç tutarlık analizi sonuçları Tablo 3.3’te gösterilmektedir.

**Tablo 3.3: Pilot Uygulama ve Araştırmaya Ait Güvenirlik Testi Sonuçları ile Örgütsel İmaj Ölçeği Güvenirlik Testi Sonuçlarına İlişkin  $\alpha$  Değerleri Tablosu**

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

Tablo 3.3'te görüldüğü üzere yapılan iç tutarlık pilot uygulama sonucunda elde edilen  $\alpha$  değerleri Akademik Çevre faktörü için .80, Fiziksel ve Sosyal Çevre faktörü için .73, Toplumsal Algılanma faktörü için .71 olarak bulunmuş iken araştırma kapsamında gerçekleştirilen çalışmada ise Akademik Çevre faktörüne yönelik iç tutarlılık değeri .82, Fiziksel ve Sosyal Çevre faktörüne yönelik iç tutarlılık değeri .77, Toplumsal Algılanma faktörüne yönelik iç tutarlılık değeri .78 ve ölçeğin tamamına yönelik iç tutarlılık değeri ise .92 olarak 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.

### 3.3.3 Okula/Kurumsal Aidiyet Duygusu Ölçeği

Bu çalışmada, Bilgi Evlerinin öğrencilere yönelik faaliyetlerde bulunan okul dışı eğitim kurumlarından biri olması ve anlam karmaşalarına yol açmamak için “Okula Aidiyet Duygusu Ölçeği”, bundan sonraki aşamalarda “Kurumsal Aidiyet Ölçeği” olarak da ifade edilmektedir.

Bu ölçek ile Bilgi Evlerine gelen öğrencilerin kurumsal aidiyet duygularını araştırmak hedeflenmiştir. Bunun için “Goodenow (1993) tarafından geliştirilen ve 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 (2011) tarafından Türkçeye uyarlanan ölçekte, örnekleme ilköğretim ikinci kademe öğrencileri oluşturmaktadır. Bu ölçek; öğrencilerin okula aidiyet seviyelerini, değer görme hissini ve bir sınıfa ait olma duygusunu ölçmeye yönelik 18 madde içeren Likert tipi bir araçtır. Yanıtlar 5’li likert tipi ölçek ile (1.Hiç doğru değil, 2.Doğru Değil, 3.Kararsızım, 4.Doğru, 5.Tamamen doğru)” toplanmıştır. Sarı (2011) tarafından uyarlanan ölçekte maddelerin 13’ünün olumlu ve 5’inin olumsuz ifade etrafında “Aidiyet Duygusu” ve “Reddedilmişlik Duygusu” olmak üzere iki bileşende toplandığı görülmektedir. Aynı ölçek, bu araştırma için de Bilgi Evi öğrencilerine uygulanmak üzere olumlu ifade içeren olumlu ifade içeren 13 madde “Aidiyet Duygusu” ve olumsuz ifade içeren 5 madde ise “Reddedilmişlik Duygusu” faktörü olarak değerlendirilmiştir. Ölçekteki 5 olumsuz madde bu çalışmada da (3., 6., 9., 12. ile 16. maddelerden oluşan 5 madde) olumsuz ifade olarak belirlenmiş ve

değerlendirmede bu maddeler ters madde olarak kodlanmıştır. Ayrıca ölçek, Bilgi Evi öğrencilerine uygulandığı için ölçekteki okul kavramı yerine Bilgi Evi kavramı kullanılmıştır.

Sarı (2011)'nin uyarlamış olduğu çalışmada, “Okula/kuruma Bağlılık” ile “Reddedilmişlik Duygusu” faktörleri toplam varyansın %38,49'unu açıklamışken alt ölçeklere ilişkin “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 öğrenci üzerinde pilot uygulama yapılmıştır. Pilot uygulama yapılırken ölçek sorularında yer alan okul kavramı yerine Bilgi Evi kavramı kullanılmıştır. Pilot uygulama sonucunda elde edilen iç tutarlık analizinin uygunluğu göz önünde bulundurularak asıl uygulama yapılmıştır. Ayrıca araştırma için de iç tutarlık analizi tekrarlanmıştır. Pilot uygulama ve araştırmaya ait iç tutarlık sonuçları ile Kurumsal Aidiyet duygusu Ölçeğine ilişkin iç tutarlık analiz sonuçlarına Tablo 3.4'te yer verilmektedir.

**Tablo 3.4: Pilot Uygulama ve Araştırmaya Ait Güvenirlik Testi Sonuçları ile Kurumsal Aidiyet Duygusu Ölçeği Güvenirlik Testi Sonuçlarına İlişkin  $\alpha$  Değerleri Tablosu**

	Sarı (2011)		Pilot Uygulama		Araştırma	
	N	$\alpha$	N	$\alpha$	N	$\alpha$
Aidiyet Duygusu	602	<b>.84</b>	60	<b>.84</b>	335	<b>.86</b>
Reddedilmişlik Duygusu	602	<b>.78</b>	60	<b>.62</b>	335	<b>.64</b>
<b>Kurumsal Aidiyet Duygusu</b>	602	<b>.84</b>	60	<b>.83</b>	335	<b>.85</b>

Tablo 3.4'da güvenilirlik analizi yapılan pilot uygulama sonucunda “Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı” kurumsal aidiyet toplam puanı .83, aidiyet duygu düzeyi alt ölçeğine ilişkin puan .84 ve reddedilmişlik duygusu alt ölçeğine ilişkin puan .62 olarak belirlenmiş iken araştırmaya ilişkin yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ise “Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı” kurumsal aidiyet toplam puanı .85, aidiyet duygusu alt ölçeğine ilişkin puan .86 ve reddedilmişlik duygusu alt ölçeğine ilişkin puan .64 şeklinde belirlenmiştir.

Yukarıdaki veriler doğrultusunda, ölçeğin asıl puanları ile pilot uygulama ve araştırma sırasında elde edilen puanları arasında tutarlık olduğu söylenebilir.

### 3.4 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 yani standart sapma (SS), aritmetik ortalama ( $\bar{x}$ ) değeri gibi veriler elde edilmiştir. Elde edilen verilerin değerlendirilmesinde belirli ölçütler kullanılmıştır. Bu ölçütler, uzman kişilerin görüşleri doğrultusunda 5'li Likert tipi ölçekte yer alan puan aralıkları esas alınarak belirlenmiş olup tablo 3.7'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 3.5'te verilmiştir.

**Tablo 3.5: 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

Özkan (2015: 32-33)

Normallik testinde çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1 ile -1 arasında olması ölçekler ile alt boyutlarının normal dağıldığını göstermektedir (Büyüköztürk, Çokluk ve Köklü, 2011). Toplanan verilerin normallik incelemesini yapmak üzere hesaplanan çarpıklık ve basıklık değerleri Tablo 3.6'da yer almaktadır.

**Tablo 3.6: 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
<b>Örgütsel İmaj Algısı</b>	-0,569	-0,359
Aidiyet Duygusu	-0,459	-0,559
Reddedilmişlik Duygusu	-0,649	-0,242
<b>Kurumsal Aidiyet</b>	-0,458	-0,359

Veri analizi yapılırken doğrusallık ve normallik sayıltıları incelendiğinde, uygulanan ölçeklerin çarpıklık ile basıklık katsayılarının Tablo 3.6'da görüldüğü üzere +1 ile -1 değerleri arasında normal dağıldığı görülmüştür. Veriler normal dağıldığı için verilerin analizinde parametrik testler kullanılmıştır. Bu çerçevede bulguları

yorumlamak için; bağımsız iki grup ortalama değerinin karşılaştırılmasında “*t-testi*”, ikiden çok olan grupların ortalama değerinin karşılaştırılmasında “*tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA)*”, varyans analizindeki farkların kaynağını tespit için “*Scheffe F ve LSD analizi*”, ölçekler arası ilişkiyi belirlemek için “*korelasyon testi (Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayısı)*” istatistiksel teknikler kullanılmış ve Cronbach Alfa güvenilirlik analizi yapılmıştır.

Korelasyon katsayısının hangi değerlerde, neyi ifade ettiğine ilişkin bilgiler Büyüköztürk vd. (2012) çalışmasından yararlanılarak tablo 3.7’de verilmiştir.

**Tablo 3.7: Korelasyon Katsayı Değerlerini Yorumlamaya İlişkin Değer Aralıkları Tablosu**

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

Büyüköztürk vd. (2012)

Tablo 3.7’de 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 vd., 2012: 185).

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **ARAŞTIRMA BULGULARI VE YORUMLAR**

Bu bölümde araştırma kapsamında uygulanan ölçeklere ait bulgulara ve örnekleme ait demografik bilgilere yer verilmiştir. Toplanan veriler analiz edilerek sonuçları ilgili başlıklar altında verilmiştir.

#### **4.1 Demografik Bulgular**

Ölçeğin bu kısmında Bilgi Evlerine kayıtlı öğrencilerin genel özelliklerini tespit edip kurumsal aidiyet duygusu ve örgütsel imaj algısıyla ilişkilendirmek hedeflenmiştir. Böylece ölçeği dolduran öğrencinin “Cinsiyet, Yaş Aralığı (6-10, 11-14, 15-18), Eğitim Düzeyi (İlkokul, Ortaokul, Lise), Üyelik Süresi (0-2 yıl, 2-4 yıl, 4-6 yıl) ve Katıldığı Kurs Türü (sanat, spor, kulüp çalışmaları, değerler eğitimi, okul dersleri, etüt, sosyal ve kültürel faaliyetler, izcilik, serbest zaman, kütüphane, rehberlik)” ile ilgili bilgileri öğrenilmeye çalışılmıştır.

Araştırma kapsamında ölçeklerin uygulandığı örnekleme ait cinsiyet, yaş aralığı, eğitim düzeyi, üyelik süresi ve katıldığı kurs türü gibi demografik bulgular Tablo 4.1’de gösterilmektedir.

**Tablo 4.1: Ölçeklerin Uygulandığı Bilgi Evi Öğrencilerinin Demografik Bilgileri Tablosu**

	<b>Gruplar</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Cinsiyet	Kız	183	54.6
	Erkek	152	45.4
Yaş Aralığı	6-10 yaş	113	33.7
	11-14 yaş	204	60.9
	15-18 yaş	18	5.4
Eğitim Düzeyi	İlkokul	104	31.0
	Ortaokul	212	63.3
	Lise	19	5.7
Üyelik Süresi	0-2 yıl	246	73.4
	2-4 yıl	65	19.4
	4-6 yıl	24	7.2
Katıldığı Kurs Türü	Sanat	100	29.9
	Spor	70	20.9
	Kulüp	68	20.3
	Değerler Eğitimi	140	41.8
	Okul Dersleri	250	74.6
	Etüt	162	48.4
	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	116	34.6
	İzcilik	21	6.3
	Serbest Zaman	71	21.2
	Kütüphane	82	24.5
	Rehberlik	63	19.7
<b>Toplam</b>		<b>335</b>	<b>100</b>

Tablo 4.1 incelendiğinde *cinsiyete göre* öğrencilerin %54.6'sı kız iken %45.54'ü erkek olduğu görülmektedir.

*Yaş aralığı olarak* 11-14 yaş aralığındaki öğrenciler %60.9'lık bir oranla çoğunluğu oluştururken 6-10 yaş aralığındaki öğrenciler %33.7 oranıyla ikincil yoğunluğu oluşturmaktadır. 15-18 yaş aralığındaki öğrenciler ise %5.4 oranıyla azınlığı temsil etmektedir.

Yine öğrencilerin okul *eğitim durumlarına* bağlı olarak eğitim düzeyi puanlarının %63.3 oranında ortaokul öğrencilerine yönelik dağıldığı gözlenmiştir. Öğrencilerin *üyelik süresine* bakıldığında ise 0-2 yıl süreyle Bilgi Evi kurs türlerine devam eden öğrencilerin %73.4 oranla çoğunluğu temsil ettiği görülmektedir. Öğrencilerin katıldığı *kurs türü* göz önüne alındığında ise %74.6 oranıyla “Okul Dersleri” en çok katılım alan kurs türü iken bunu %48.4 oranı ile “Etüt” ve %41.8 oranı ile “Değerler Eğitimi” takip etmektedir. Bu verilere göre en az öğrenci katılım alan kurs türünün ise %6.3 ile “İzcilik” olduğu gözlenmiştir.

Demografik bulgular incelendiğinde *cinsiyet alt boyutunda* kız öğrencilerin, *yaş aralığı alt boyutunda* 11-14 yaş aralığındaki öğrencilerin, *eğitim düzeyi alt boyutunda* ortaokul öğrencilerinin, *üyelik süresi alt boyutunda* 0-2 yıl süresince devam eden öğrencilerin ve *katıldığı kurs türü alt boyutunda* ise okul dersleri kursunun oranlarının yüksek olduğu belirlenmiştir.

## 4.2 Araştırma Sorularına İlişkin Bulgular

### 4.2.1 Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları

Bu bölümde, Örgütsel İmaj Ölçeği (ÖİA)'nin bu soru bağlamında incelenmesi için betimleyici istatistikler incelenmiş olup elde edilen bulgular, konu başlıkları şeklinde irdelenmiştir.

Öğrencilerin, Bilgi Evlerinin örgütsel imaj algısına ilişkin betimleyici istatistiksel değerler Tablo 4.2'de verilmektedir.

**Tablo 4.2: Öğrencilerin Bilgi Evlerinin Örgütsel İmajına Yönelik Algılarına 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
<b>Örgütsel İmaj Algısı</b>	335	4.09	.68

Tablo 4.2'ye göre Bilgi Evi öğrencilerinin örgütsel imaj algılarına ilişkin aritmetik ortalamaları; Akademik Çevre ( $\bar{x}=4.20$ ,  $SS=.69$ ) alt boyutunda en yüksek değerleri almış iken en düşük değerlerin Fiziksel ve Sosyal Çevre ( $\bar{x}=3.94$ ,  $SS=.84$ ) alt boyutunda olduğu görülmüştür.

Araştırma bulguları; öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algılarının toplam puan bazında yüksek, akademik çevre alt boyutunda yüksek düzey üst sınırında, toplumsal algılanma ile fiziksel ve sosyal çevre alt boyutlarında ise yüksek düzeyde olduğunu gösterdiği söylenebilir. Bu durumda, öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algılarının yüksek düzeyde olduğu düşünülebilir.

### 4.2.2 Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik kurumsal aidiyet duyguları

Bu bölümde öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik kurumsal aidiyet duygu düzeyleri ölçülmeye çalışılmıştır. Verilerinin analizi yapılırken reddedilmişlik duygusu

faktörüne yönelik sonuçlar ters puanlanarak değerlendirme yapılmıştır. Öğrencilerin Bilgi Evlerine ilişkin kurumsal aidiyet duygularına ilişkin betimleyici istatistiksel değerleri Tablo 4.3'te yer almaktadır.

**Tablo 4.3: Öğrencilerin Kurumsal Aidiyet Duygularına İlişkin Betimleyici İstatistiksel Değerleri Tablosu**

Boyutlar	N	$\bar{x}$	SS
Aidiyet Duygusu	335	4.11	.66
Reddedilmişlik Duygusu	335	4.13	.77
<b>Kurumsal Aidiyet Duygusu</b>	335	4.12	.60

Tablo 4.3'te kurumsal aidiyet toplam puanları ile alt boyut aritmetik ortalamaları birbirine çok yakın bulunmuştur. Uygulanan ölçekle elde edilen bulgulara göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik kurumsal aidiyet duygularının yüksek düzeyde olduğu söylenebilir.

#### 4.2.3 Demografik değişkenlere göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları ve kurumsal aidiyet duyguları arasındaki farklılık durumunun incelenmesi

##### a) Cinsiyete göre Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algılarına ilişkin bulgular

Cinsiyete göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algılarına ilişkin puan ortalamalarına ait “bağımsız gruplar t-testi” uygulanmış ve sonuçlar Tablo 4.4'te verilmiştir.

**Tablo 4.4: Öğrencilerin cinsiyete Göre Bilgi Evlerinin Örgütsel İmaj Algılarına İlişkin Puanlarına Ait Bağımsız Gruplar t-Testi Tablosu**

Cinsiyet	Kız N=183)		Erkek (N=152)		t	p
	Ölçek	$\bar{x}$	SS	$\bar{x}$		
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
<b>Örgütsel İmaj Algısı</b>	4.12	.67	4.03	.70	1.55	.12

Tablo 4.4'te Örgütsel imaj algılarına ilişkin bulgulara ait t-testi verileri incelendiğinde bütün olarak ve alt boyutlar bazında cinsiyete göre anlamlı fark olmadığı görülmüştür ( $p > .05$ ). En yüksek puanlar ise Akademik Çevre (Kız öğrenciler için,  $\bar{x} = 4.26$ ,  $SS = .66$ ; erkek öğrenciler için,  $\bar{x} = 4.12$ ,  $SS = .71$ ) alt boyutlarında olduğu tespit edilmiştir.

*b) Cinsiyete göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik kurumsal aidiyet duygularına ilişkin bulgular*

Cinsiyete dair öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik kurumsal aidiyet duygularına ilişkin puanların ortalamaları arasında anlamlı farkın ne yönde olduğunu öğrenmek için “bağımsız gruplar t-testi” uygulanmış olup ulaşılan sonuçlar Tablo 4.5’te verilmiştir.

**Tablo 4.5: Cinsiyete Göre Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Kurumsal Aidiyet Duygularına Ait Bağımsız Gruplar t-Testi Tablosu**

Cinsiyet	Kız (N=183)		Erkek (N=152)		t	p
	Ölçek	$\bar{x}$	SS	$\bar{x}$		
Aidiyet Duygusu	4.19	.59	4.02	.72	2.32	.02
Reddedilmişlik Duygusu	4.24	.72	4.00	.82	2.69	.00
<b>Kurumsal Aidiyet Duygusu</b>	4.20	.53	4.02	.66	2.79	.00

Tablo 4.5’teki Aidiyet Duygusu alt boyutu ve Reddedilmişlik Duygusu alt boyutlarında t-testi verileri incelendiğinde cinsiyete göre istatistiksel olarak ortalamalar ( $\bar{x}$ ) arasında kız öğrencilere yönelik anlamlı fark olduğu saptanmıştır ( $p<.05$ ). Kurumsal aidiyet duygusuna ilişkin t-testi verileri incelendiğinde cinsiyete göre, toplam puan bazında ortalamalar ( $\bar{x}$ ) arasında yine kız öğrencilere yönelik anlamlı fark görülmüştür ( $p<.05$ ).

*c) Yaş aralığına göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algılarına ilişkin bulgular*

Yaş aralığına göre Bilgi Evi öğrencilerinin örgütsel imaj algıları puanlarına ( $\bar{x}$ ) ilişkin ortalamalar arasında anlamlı farkın olup olmadığını incelemek için “tek yönlü varyans analizi” yapılmış olup farkların kaynağı Scheffe testiyle tespit edilmiştir. Ulaşılan sonuçlar Tablo 4.6’da yer almaktadır.

**Tablo 4.6: Yaş Aralığına Göre Bilgi Evi Öğrencilerinin Örgütsel İmaj Algularına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu**

Değişken	Yaş Aralığı	N	$\bar{x}$	SS	sd	F	p	Anlamlı Fark (Scheffe)
Akademik Çevre	6-10 Yaş	113	4.46	.47				
	11-14 Yaş	204	4.04	.70	2	15.367	.00	6-10 Yaş > 11-14 Yaş
	15-18 Yaş	18	4.36	.55				15-18 Yaş > 11-14 Yaş
Toplumsal Algılanma	6-10 Yaş	113	4.30	.57				
	11-14 Yaş	204	3.92	.80	2	10.232	.00	6-10 Yaş > 11-14 Yaş
	15-18 Yaş	18	4.11	.60				
Fiziksel ve Sosyal Çevre	6-10 Yaş	113	4.17	.78				
	11-14 Yaş	204	3.80	.85	2	7.460	.00	6-10 Yaş > 11-14 Yaş
	15-18 Yaş	18	4.06	.78				
Örgütsel İmaj Algısı	6-10 Yaş	113	4.33	.50				
	11-14 Yaş	204	3.94	.74	2	12.705	.00	6-10 Yaş > 11-14 Yaş
	15-18 Yaş	18	4.24	.59				15-18 Yaş > 11-14 Yaş

Tablo 4.6 incelendiğinde Örgütsel İmaj algıları toplam puan, akademik çevre, toplumsal algılanma ve fiziksel ve sosyal çevre alt boyutunda yaş aralığına göre gruplar arası ortalamalar ( $\bar{x}$ ) arasındaki farkların anlamlı olduğu görülmüştür ( $p < .05$ ). Öğrencilerin örgütsel imaj algıları; 6-10 yaş ile 11-14 yaş aralığı ve 15-18 yaş ile 11-14 yaş aralığında; akademik çevre alt boyutunda 6-10 yaş ile 11-14 yaş aralığı ve 15-18 yaş ile 11-14 yaş aralığında; fiziksel ve sosyal çevre ve toplumsal algılanma alt boyutunda ise 6-10 yaş ile 11-14 yaş aralığında anlamlı farkın olduğu belirlenmiştir ( $p < .05$ ).

Grupların ortalama değerleri arasındaki anlamlı farkın neden kaynaklandığını öğrenmek için uygulanan “Scheffe testinde” örgütsel imaj algısı ve akademik çevre alt boyutu puanlarına ilişkin ortalamalar ( $\bar{x}$ ) arasında 6-10 yaş ile 11-14 yaş arasında 6-10 yaş aralığına yönelik ve 15-18 yaş ile 11-14 yaş arasında 15-18 yaş aralığına yönelik anlamlı fark görülmüştür.

Fiziksel ve sosyal çevre ve toplumsal algılanma alt boyutu puanlarına ait ortalamalar ( $\bar{x}$ ) arasında 6-10 yaş ile 11-14 yaş arasında 6-10 yaş aralığına yönelik anlamlı fark bulunmuştur ( $p < .05$ ).

d) *Yaş aralığına göre öğrencilerin Bilgi Evlerinin kurumsal aidiyet duygularına ilişkin bulgular*

Yaş aralığına göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik kurumsal aidiyet duygularına ait puan ortalamaları ( $\bar{x}$ ) arasındaki anlamlı farkın nereden kaynaklandığını görmek

üzere “tek yönlü varyans analizi” yapılmıştır. Farkların kaynağı LSD analiziyle tespit edilerek ulaşılan sonuçlar Tablo 4.7’de gösterilmiştir.

**Tablo 4.7: Yaş Aralığına Göre Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Kurumsal Aidiyet Duygularına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu**

Değişken	Yaş Aralığı	N	$\bar{x}$	SS	sd	F	p	Anlamlı Fark (LSD)
Aidiyet Duygusu	6-10 Yaş	113	4.22	.57				
	11-14 Yaş	204	4.04	.70	2	3.053	.04	6-10 Yaş > 11-14 Yaş
	15-18 Yaş	18	4.26	.57				
Reddedilmişlik Duygusu	6-10 Yaş	113	4.13	.74				
	11-14 Yaş	204	4.10	.80	2	2.405	.09	-
	15-18 Yaş	18	4.52	.56				
Kurumsal Aidiyet Duygusu	6-10 Yaş	113	4.19	.49				
	11-14 Yaş	204	4.06	.65	2	3.030	.05	-
	15-18 Yaş	18	4.33	.49				

Tablo 4.7 incelendiğinde yaş aralığına göre, aidiyet duygusu alt boyutunda gruplar arası ortalamalar ( $\bar{x}$ ) arasında ( $p < .05$ ) ölçütünde istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu görülürken reddedilmişlik duygusu alt boyutu ve bütün olarak puanların ortalama ( $\bar{x}$ ) değerleri arasında anlamlı fark olmadığı belirlenmiştir ( $p > .05$ ).

Aidiyet duygusu alt boyutu için yaş aralığı ortalamaları ( $\bar{x}$ ) arasında anlamlı farkların neden kaynaklandığını incelemek için yapılan LSD analizinde 6-10 Yaş ile 11-14 Yaş arasında 6-10 yaş aralığına yönelik anlamlı fark saptanmıştır.

*e) Eğitim düzeyine göre öğrencilerin Bilgi Evlerinin örgütsel imaj algılarına ilişkin bulgular*

Eğitim düzeyine göre Bilgi Evi öğrencilerinin ÖİA puanlarına ait ortalamaları ( $\bar{x}$ ) arasındaki farkın ne yönde olduğunu öğrenmek için “tek yönlü varyans analizi” uygulanmış olup farkların kaynağı LSD analizi ile tespit edilerek sonuçlar Tablo 4.8’de verilmiştir.

**Tablo 4.8: Eğitim Düzeylerine Göre Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Örgütsel İmaj Algısı Puanlarına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)**

Değişken	Eğitim Düzeyi	N	$\bar{x}$	SS	sd	F	p	Anlamlı Fark (LSD)
Akademik Çevre	İlkokul	104	4.48	.45				
	Ortaokul	212	4.05	.75	2	15.145	.00	İlkokul > Ortaokul
	Lise	19	4.34	.56				Lise > Ortaokul
Toplumsal Algılanma	İlkokul	104	4.29	.58				
	Ortaokul	212	3.94	.80	2	8.056	.00	İlkokul > Ortaokul
	Lise	19	4.17	.58				Lise > Ortaokul
Fiziksel ve Sosyal Çevre	İlkokul	104	4.16	.78				
	Ortaokul	212	3.82	.86	2	5.742	.00	İlkokul > Ortaokul
	Lise	19	4.01	.74				
Örgütsel İmaj Algısı	İlkokul	104	4.33	.49				
	Ortaokul	212	3.96	.74	2	10.866	.00	İlkokul > Ortaokul
	Lise	19	4.21	.57				Lise > Ortaokul

Tablo 4.8 incelendiğinde örgütsel imaj ölçeğinde; toplumsal algılanma, fiziksel ve sosyal çevre ve akademik çevre alt boyutlarında eğitim düzeyine göre gruplar arası ortalamalar ( $\bar{x}$ ) arasındaki farkların anlamlı olduğu görülmüştür ( $p<.05$ ).

ÖİA, akademik çevre alt boyutu ve toplumsal algılanma alt boyutuyla ilgili ortaokul ile ilkokul, lise ile ortaokul düzeyleri arasında; fiziksel ve sosyal çevre alt boyutunda ise ilkokul ile ortaokul düzeyi arasındaki farkların istatistiksel olarak ( $p<.05$ ) ölçütüne göre anlamlı olduğu belirlenmiştir.

Grup ortalamaları arasında anlamlı farkın neden kaynaklandığını öğrenmek için uygulanan “LSD” analizinde örgütsel imaj ölçeğine ait akademik çevre alt boyutu ile toplumsal algılanma alt boyutu puanlarına ait aritmetik ortalamalar incelenmiştir. Buna göre ilkokul ile ortaokul arasındaki farkın ilkokul düzeyinde daha yüksek, ortaokul ile lise düzeyleri arasındaki farkın ise lise düzeyinde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Fiziksel ve sosyal çevre alt boyutu puanlarına ait aritmetik ortalamalara bakıldığında ise ilkokul ile ortaokul düzeyleri arasında ilkokul düzeyinde anlamlı fark bulunmuştur ( $p<.05$ ).

*f) Eğitim düzeyine göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik kurumsal aidiyet duygularına ilişkin bulgular*

Eğitim Düzeyine göre Bilgi Evi öğrencilerinin kurumsal aidiyet duygularına ilişkin puan ortalamaları ( $\bar{x}$ ) arasında anlamlı farkın olup olmadığını bulmak üzere “tek

yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA)” yapılmış olup ulaşılan sonuçlar Tablo 4.9’da gösterilmiştir.

**Tablo 4.9: Eğitim Düzeyine Göre Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Kurumsal Aidiyet Duygularına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (One-Way ANOVA)**

Değişken	Eğitim Düzeyi	N	$\bar{x}$	SS	sd	F	p
Aidiyet Duygusu	İlkokul	104	4.22	.57			
	Ortaokul	212	4.05	.70	2	2.922	.05
	Lise	19	4.26	.56			
Reddedilmişlik Duygusu	İlkokul	104	4.12	.75			
	Ortaokul	212	4.10	.80	2	2.183	.11
	Lise	19	4.49	.56			
<b>Kurumsal Aidiyet Duygusu</b>	İlkokul	104	4.19	.49			
	Ortaokul	212	4.06	.65	2	2.843	.06
	Lise	19	4.32	.48			

Tablo 4.9 incelendiğinde eğitim düzeyine göre, OADÖ toplam, aidiyet duygusu alt boyutu ile Reddedilmişlik Duygusu alt boyutunda istatistiksel olarak gruplar arasında anlamlı fark görülmemiştir ( $p>.05$ ).

*g) Üyelik süresine göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algılarına ilişkin bulgular*

Üyelik süresine göre Bilgi Evi öğrencilerinin ÖİA puanlarına ait ortalama değerler arasında anlamlı farkın ne yönde olduğunu saptamak üzere “tek yönlü varyans analizi” uygulanmış olup sonuçlar Tablo 4.10’da verilmiştir.

**Tablo 4.10: Üyelik Süresine Göre Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Örgütsel İmaj Algısı Puanlarına Ait Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu**

Değişken	Devamlılık Süresi	N	$\bar{x}$	SS	sd	F	p
Akademik Çevre	0-2 yıl	246	4.19	.69			
	2-4 yıl	65	4.25	.64	2	.182	.83
	4-6 yıl	24	4.20	.74			
Toplumsal Algılanma	0-2 yıl	246	4.03	.76			
	2-4 yıl	65	4.19	.67	2	1.067	.34
	4-6 yıl	24	4.05	.78			
Fiziksel ve Sosyal Çevre	0-2 yıl	246	3.96	.88			
	2-4 yıl	65	4.01	.69	2	.321	.72
	4-6 yıl	24	3.96	.86			
<b>Örgütsel İmaj Algısı</b>	0-2 yıl	246	4.07	.69			
	2-4 yıl	65	4.18	.62	2	.690	.50
	4-6 yıl	24	4.09	.78			

Tablo 4.10 incelendiğinde ÖİA ölçeği ve akademik çevre alt boyutu, fiziksel ve sosyal çevre alt boyutu ve toplumsal algılanma alt boyutlarında tek yönlü varyans analizi incelendiğinde devam/üyelik süresine göre gruplar arası farklar incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ( $p>.05$ ).

*a) Üyelik süresine göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik kurumsal aidiyet duygularına ilişkin bulgular*

Üyelik süresine göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik kurumsal aidiyet duygusu puanlarına ilişkin ortalamalar ( $\bar{x}$ ) arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını belirlemek için “tek yönlü varyans analizi” yapılmış olup ulaşılan sonuçlar Tablo 4.11’de yer almaktadır.

**Tablo 4.11: Üyelik Süresine Göre Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Kurumsal Aidiyet Duygusuna İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (One-Way ANOVA)**

Değişken	Devamlılık Süresi	N	$\bar{x}$	SS	sd	F	p
Aidiyet Duygusu	0-2 yıl	246	4.08	.65	2	1.749	.17
	2-4 yıl	65	4.25	.67			
	4-6 yıl	24	4.09	.70			
Reddedilmişlik Duygusu	0-2 yıl	246	4.08	.80	2	2.165	.11
	2-4 yıl	65	4.29	.72			
	4-6 yıl	24	4.24	.54			
<b>Kurumsal Aidiyet Duygusu</b>	0-2 yıl	246	4.08	.58	2	2.388	.09
	2-4 yıl	65	4.26	.63			
	4-6 yıl	24	4.12	.62			

Tablo 4.11 incelendiğinde kurumsal aidiyet duygusu toplam puan, aidiyet duygusu alt boyutu ve reddedilmişlik duygusu alt boyutunda üyelik süresine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark görülmemiştir ( $p>.05$ ).

*b) Katıldığı kurs türüne göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algılarına ilişkin bulgular*

Bu bölümde Bilgi Evi öğrencilerinin katıldığı 11 farklı kurs türüne göre örgütsel imaj algılarının düzeyi incelenmiş olup standart sapma ile aritmetik ortalama değerleri hesaplanmış ve uygulanan “bağımsız gruplar t-testi” ile ulaşılan sonuçlar Tablo 4.12’de gösterilmiştir.

**Tablo 4.12: Katıldıkları Kurs Türüne Göre Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Örgütsel İmaj Algılarına Ait Bağımsız Gruplar t-Testi Tablosu**

Kurs Türü		Akademik Çevre				Toplumsal Algılanma				Fiziksel ve Sosyal Çevre				Örgütsel İmaj Algısı			
		$\bar{x}$	SS	t	p	$\bar{x}$	SS	t	p	$\bar{x}$	SS	t	p	$\bar{x}$	SS	t	p
Sanat	Katılan =100	4.40	.65	3.458	<b>.00</b>	4.25	.70	3.009	<b>.00</b>	4.10	.84	2.336	<b>.02</b>	4.28	.65	3.300	<b>.00</b>
	Katılmayan =235	4.12	.69			3.98	.75			3.87	.83			4.01	.68		
Spor	Katılan =70	4.18	.71	.196	.84	4.05	.76	.187	.85	4.09	.73	1.649	.10	4.14	.64	.607	.54
	Katılmayan =265	4.20	.68			4.07	.74			3.90	.87			4.08	.69		
Kulüp	Katılan =68	4.41	.67	2.828	<b>.00</b>	4.30	.73	2.986	<b>.00</b>	4.20	.73	2.984	<b>.00</b>	4.32	.66	3.150	<b>.00</b>
	Katılmayan =267	4.15	.68			4.00	.74			3.87	.86			4.03	.68		
Değerler Eğitimi	Katılan =140	4.31	.67	2.392	<b>.01</b>	4.20	.67	2.852	<b>.00</b>	3.96	.82	.436	.66	4.18	.64	2.124	<b>.03</b>
	Katılmayan =195	4.12	.69			3.97	.78			3.92	.86			4.02	.71		
Okul Dersleri	Katılan =250	4.20	.71	.167	.86	4.07	.76	.182	.85	3.91	.88	1.159	.24	4.08	.71	.580	.56
	Katılmayan =85	4.21	.63			4.05	.70			4.03	.72			4.13	.59		
Etüt	Katılan =162	4.25	.66	1.228	.22	4.14	.68	1.811	.07	3.93	.83	.208	.83	4.13	.64	.941	.34
	Katılmayan =173	4.15	.71			3.99	.80			3.95	.86			4.06	.72		
Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Katılan =116	4.23	.67	.524	.60	4.15	.71	1.437	.15	3.99	.81	.756	.45	4.16	.66	1.264	.20
	Katılmayan =219	4.18	.70			4.02	.76			3.91	.86			4.06	.69		
İzcilik	Katılan =21	4.20	1.02	.001	.99	4.18	.79	.704	.48	4.05	.74	.635	.52	4.19	.81	.652	.51
	Katılmayan =314	4.20	.66			4.06	.74			3.93	.85			4.08	.68		
Serbest Zaman	Katılan =71	4.31	.72	1.479	.14	4.19	.82	1.623	.10	4.12	.86	2.033	<b>.04</b>	4.24	.71	2.082	<b>.03</b>
	Katılmayan =264	4.17	.68			4.03	.72			3.89	.83			4.05	.67		
Kütüphane	Katılan =82	4.45	.65	3.794	<b>.00</b>	4.28	.66	3.075	<b>.00</b>	4.07	.81	1.661	.09	4.30	.62	3.175	<b>.00</b>
	Katılmayan =253	4.12	.68			3.99	.76			3.89	.85			4.02	.69		
Rehberlik	Katılan =66	4.39	.65	2.476	<b>.01</b>	4.29	.71	2.705	<b>.00</b>	3.97	.87	.379	.70	4.25	.64	2.044	<b>.04</b>
	Katılmayan =269	4.15	.69			4.01	.74			3.93	.84			4.05	.69		

Tablo 4.12'deki akademik çevre ile toplumsal algılanma alt boyutlarına bakıldığında; sanat, kulüp, değerler eğitimi, kütüphane ve rehberlik kurslarına katılan öğrenciler ile katılmayanlar arasında, istatistiksel olarak, bu kurslara katılan öğrencilere yönelik anlamlı fark olduğu görülmüştür ( $p < .05$ ). Diğer kurslara katılanlar ve katılmayanlar arasında ise akademik çevre alt boyutunda anlamlı bir fark görülmemiştir ( $p > .05$ ).

Fiziksel ve sosyal çevre alt boyutu incelendiğinde; sanat, kulüp ve serbest zaman kurslarına katılan öğrenciler ile katılmayanlar arasında istatistiksel olarak bu kurslara katılan öğrencilere yönelik anlamlı bir fark görülmüştür ( $p < .05$ ). Diğer kurslara katılanlar ve katılmayanlar arasında ise fiziksel ve sosyal çevre alt boyutunda anlamlı bir fark görülmemiştir ( $p > .05$ ).

ÖİA toplam ölçek boyutu göz önünde bulundurulduğunda ise; sanat, kulüp, değerler eğitimi, serbest zaman, kütüphane ve rehberlik kurslarına katılan öğrenciler ile katılmayanlar arasında istatistiksel olarak bu kurslara katılan öğrencilerin lehine anlamlı bir fark olduğu görülmüştür ( $p < .05$ ). Diğer kurslara katılanlar ve katılmayanlar arasında ise ÖİA toplam ölçek boyutunda anlamlı bir fark görülmemiştir ( $p > .05$ ).

*c) Katıldığı kurs türüne göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik kurumsal aidiyet duygularına ilişkin bulgular*

Bilgi Evi öğrencilerinin katıldığı 11 farklı kurs türü bulunmaktadır. Bilgi Evi öğrencilerinin kurs türüne göre aidiyet duygularına yönelik “bağımsız gruplar t-testi” sonuçları Tablo 4.13'te verilmiştir.

**Tablo 4.13: Katıldıkları Kurs Türüne Göre Öğrencilerin Bilgi Evlerine Yönelik Kurumsal Aidiyet Düzeyine Ait Bağımsız Gruplar t-Testi Tablosu**

Kurs Türü		Aidiyet Duygusu				Reddedilmişlik Duygusu				Kurumsal Aidiyet Duygusu			
		$\bar{x}$	SS	t	p	$\bar{x}$	SS	t	p	$\bar{x}$	SS	t	p
Sanat	Katılan =100	4.33	.65	3.983	<b>.00</b>	4.17	.80	.619	.53	4.29	.60	3.353	<b>.00</b>
	Katılmayan =235	4.02	.64			4.11	.77			4.05	.59		
Spor	Katılan =70	4.07	.64	.731	.46	3.95	.79	2.235	<b>.02</b>	4.03	.56	1.377	.17
	Katılmayan =265	4.13	.66			4.18	.77			4.14	.61		
Kulüp	Katılan =68	4.31	.71	2.668	<b>.00</b>	4.00	.94	1.645	.10	4.22	.67	1.505	.13
	Katılmayan =267	4.06	.63			4.11	.73			4.09	.58		
Değerler Eğitimi	Katılan =140	4.24	.65	2.966	<b>.00</b>	4.14	.80	.250	.86	4.22	.59	.944	<b>.01</b>
	Katılmayan =195	4.02	.66			4.13	.77			4.05	.60		
Okul Dersleri	Katılan =250	4.14	.68	.989	.32	4.17	.70	1.569	.11	4.15	.62	.301	.15
	Katılmayan =85	4.05	.60			4.02	.87			4.04	.54		
Etüt	Katılan =162	4.18	.65	1.811	.07	4.13	.76	.162	.87	4.17	.58	1.371	.17
	Katılmayan =173	4.05	.66			4.14	.84			4.07	.62		
Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Katılan =116	4.19	.62	1.541	.12	4.05	.82	1.434	.15	4.15	.56	.701	.48
	Katılmayan =219	4.07	.67			4.17	.78			4.10	.62		
İzcilik	Katılan =21	4.13	.93	.104	.91	3.84	.82	1.812	.07	4.05	.81	.565	.57
	Katılmayan =314	4.11	.64			4.15	.77			4.12	.58		
Serbest Zaman	Katılan =71	4.18	.67	.960	.33	4.00	.86	1.655	.09	4.13	.58	.167	.86
	Katılmayan =264	4.09	.66			4.17	.76			4.12	.61		
Kütüphane	Katılan =82	4.33	.59	3.378	<b>.00</b>	4.14	.81	.079	.93	4.28	.55	2.682	<b>.00</b>
	Katılmayan =253	4.04	.66			4.13	.75			4.07	.61		
Rehberlik	Katılan =66	4.42	.54	4.267	<b>.00</b>	4.24	.81	1.174	.24	4.37	.50	3.783	<b>.00</b>
	Katılmayan =269	4.04	.66			4.11	.77			4.06	.61		

Tablo 4.13'te aidiyet duygusu alt boyutuna bakıldığında; sanat, kulüp, değerler eğitimi, kütüphane ve rehberlik kurslarına katılan öğrenciler ile katılmayanlar arasında, istatistiksel olarak, bu kurslara katılan öğrencilere yönelik anlamlı fark olduğu görülmüştür ( $p < .05$ ). Diğer kurslara katılanlar ve katılmayanlar arasında ( $p > .05$ ) ölçütünde anlamlı fark görülmemiştir.

Reddedilmişlik duygusu alt boyutu incelendiğinde sadece spor kursuna katılan öğrenciler ile katılmayanlar arasında, bu kurslara katılan öğrencilere yönelik ( $p < .05$ ) ölçütünde anlamlı fark olduğu görülmüştür. Diğer kurslara katılan öğrenciler ve katılmayan öğrenciler arasında anlamlı fark görülmemiştir ( $p > .05$ ).

Kurumsal aidiyet toplam puanları göz önünde bulundurulduğunda ise; sanat, değerler eğitimi, kütüphane ve rehberlik kurslarına katılan öğrenciler ile katılmayanlar arasında istatistiksel olarak bu kurslara katılan öğrencilere yönelik anlamlı bir fark görülmüştür ( $p < .05$ ). Diğer kurslara katılanlar ve katılmayanlar arasında ise kurumsal aidiyet toplam puan bazında anlamlı bir fark görülmemiştir ( $p > .05$ ).

#### **4.2.4 Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasındaki ilişki durumu**

Araştırma kapsamında öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasında ilişkinin olup olmadığını bulmak amacıyla “korelasyon testi” yapılmıştır.

Öğrencilerin örgütsel imaj algıları ve kurumsal aidiyet duyguları arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı ile bu ilişkinin ne yönde ve nasıl bir etkiye sahip olduğunu tespit etmek için yapılan “Pearson korelasyon analizi” ile ulaşılan “ $r$ ” ve “aritmetik ortalama ( $\bar{x}$ )” değerleri Tablo 4.14'te gösterilmektedir.

**Tablo 4.14: Örgütsel İmaj ve Kurumsal Aidiyet Duygusuna Ait Toplam Puan ve Alt Boyutları Arası İkili Korelasyon Matrisi**

Ölçek	Aidiyet Duygusu	Reddedilmişlik Duygusu	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	<b>.01</b>
Reddedilmişlik Duygusu	.435	-					4.13	.77	<b>.01</b>
<b>Kurumsal Aidiyet</b>	.946	.703	-				4.12	.60	<b>.01</b>
Akademik Çevre	.725	.326	.690	-			4.20	.69	<b>.01</b>
Toplumsal Algılanma	.695	.292	.654	.787	-		4.06	.74	<b>.01</b>
Fiziksel ve Sosyal Çevre	.505	.166	.459	.720	.718	-	3.94	.84	<b>.01</b>
<b>Örgütsel İmaj Algısı</b>	.717	.298	.674	.924	.903	.886	4.09	.68	<b>.01</b>

Tablo 4.14’te, örgütsel imaj 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 imaj algıları ve kurumsal aidiyet duyguları arasındaki korelasyon orta seviye üst sınırında (Tablo 3.7’ye göre), pozitif yönde ve anlamlı şekilde bulunmuştur ( $r = .674$ ,  $p = .01$ ). İki değişken arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlılık düzeyi .01 seviyesindedir. Ayrıca öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları ile reddedilmişlik duygusu arasında düşük düzey üst sınırında ( $r = .298 < 0.30$ ), aidiyet duygusu ile yüksek düzeyde ( $r > 0.70$ ) pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin olduğu saptanmıştır. Kurumsal aidiyet duygusu alt boyutlarından aidiyet duygusu ile örgütsel imaj 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 imaj algıları toplam puanları ile tüm alt boyutları arasında ve örgütsel imaj 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 tespit edilmiştir. Kurumsal aidiyet duygusu ile örgütsel imaj algısı alt boyutlarının tümü arasında ise orta düzeyde bir ilişkinin

olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla, öğrencilerin örgütsel imaj 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.

Öğrencilerin örgütsel imaj algıları ve kurumsal aidiyet duyguları arasındaki cinsiyete göre açıklamak için yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 4.15'teki ikili korelasyon matrisinde verilmiştir.

**Tablo 4.15: Cinsiyete göre Öğrencilerin Örgütsel İmaj Algısı ve Kurumsal Aidiyet Duygusuna Ait Toplam Puanları Arası İkili Korelasyon Matrisi**

Cinsiyet	Ölçek	Kurumsal Aidiyet Duygusu	$\bar{x}$	SS	p
		r			
Kız	Kurumsal Aidiyet Duygusu	-	4.21	.52	<b>.01</b>
	Örgütsel İmaj Algısı	.600	4.16	.65	<b>.01</b>
Erkek	Kurumsal Aidiyet Duygusu	-	4.03	.64	<b>.01</b>
	Örgütsel İmaj Algısı	.701	4.04	.68	<b>.01</b>

Tablo 4.15'teki r değerleri incelendiğinde; kız öğrencilerin örgütsel imaj algısının kurumsal aidiyet duygusuyla orta seviyede pozitif yönde ( $r = .600$ ;  $0.30 - 0.70$ ); erkek öğrencilerin örgütsel imaj algısının kurumsal aidiyet duygusuyla yüksek seviyede pozitif yönde ( $r = .701 > 0.70$ ) bir ilişki olduğu görülmektedir. Buradan hareketle erkek öğrencilerin örgütsel imaj algıları ve kurumsal aidiyet duyguları arasındaki ilişkinin kız öğrencilere göre daha güçlü olduğu söylenebilir.

Kurslara katılan öğrencilerin örgütsel imaj algısı ve kurumsal aidiyet duygusu arasındaki ilişkiyi incelemek için yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 4.16'daki ikili korelasyon matrisinde verilmiştir.

**Tablo 4.16: Kurslara Katılan Öğrencilerin Örgütsel İmaj Algısı ve Kurumsal Aidiyet Duygusu Toplam Puanları Arası İkili Korelasyon Matrisi**

Kurs Türü	Ölçek	Kurumsal Aidiyet Duygusu	$\bar{x}$	SS	$p$
			<b>r</b>		
Sanat Katılan = 100	Kurumsal Aidiyet Duygusu	-	4.28	.60	<b>.01</b>
	Örgütsel İmaj Algısı	.751	4.28	.65	<b>.01</b>
Spor Katılan = 70	Kurumsal Aidiyet Duygusu	-	4.05	.53	<b>.01</b>
	Örgütsel İmaj Algısı	.537	4.17	.58	<b>.01</b>
Kulüp Katılan = 68	Kurumsal Aidiyet Duygusu	-	4.25	.59	<b>.01</b>
	Örgütsel İmaj Algısı	.732	4.36	.59	<b>.01</b>
Değerler Eğitimi Katılan = 140	Kurumsal Aidiyet Duygusu	-	4.22	.58	<b>.01</b>
	Örgütsel İmaj Algısı	.622	4.20	.61	<b>.01</b>
Okul Dersleri Katılan = 250	Kurumsal Aidiyet Duygusu	-	4.16	.59	<b>.01</b>
	Örgütsel İmaj Algısı	.659	4.10	.69	<b>.01</b>
Etüt Katılan = 162	Kurumsal Aidiyet Duygusu	-	4.17	.57	<b>.01</b>
	Örgütsel İmaj Algısı	.679	4.14	.62	<b>.01</b>
Sosyal ve Kültürel Faaliyetler Katılan = 116	Kurumsal Aidiyet Duygusu	-	4.16	.54	<b>.01</b>
	Örgütsel İmaj Algısı	.720	4.18	.63	<b>.01</b>
İzcilik Katılan = 21	Kurumsal Aidiyet Duygusu	-	4.11	.76	<b>.01</b>
	Örgütsel İmaj Algısı	.891	4.31	.61	<b>.01</b>
Serbest Zaman Katılan = 71	Kurumsal Aidiyet Duygusu	-	4.15	.55	<b>.01</b>
	Örgütsel İmaj Algısı	.697	4.28	.65	<b>.01</b>
Kütüphane Katılan = 82	Kurumsal Aidiyet Duygusu	-	4.29	.52	<b>.01</b>
	Örgütsel İmaj Algısı	.595	4.32	.56	<b>.01</b>
Rehberlik Katılan = 66	Kurumsal Aidiyet Duygusu	-	4.39	.45	<b>.01</b>
	Örgütsel İmaj Algısı	.571	4.28	.57	<b>.01</b>

Tablo 4.16'daki r değerleri incelendiğinde; Bilgi Evlerinde verilen spor, değerler eğitimi, okul dersleri, etüt, serbest zaman, kütüphane ve rehberlik kurslarına katılan öğrencilerin örgütsel imaj algısının kurumsal aidiyet duygusuyla orta seviyede pozitif yönde ( $0.30 < r < 0.70$ ); sanat, kulüp, sosyal ve kültürel faaliyetler ve izcilik kurslarına katılan öğrencilerin ise örgütsel imaj algısının kurumsal aidiyet duygusuyla yüksek seviyede pozitif yönde ( $r > 0.70$ ) bir ilişki olduğu görülmektedir.

Sanat, kulüp, sosyal ve kültürel faaliyetler ve izcilik kurslarına katılan öğrencilerin örgütsel imaj algısı ile kurumsal aidiyet duygusu arasındaki ilişkinin katılım oranı %74.6 gibi yüksek olan okul dersleri kursuna katılan öğrencilerin ilişkisinden daha

yüksek seviyede olması bu dört kurs türünün okul derslerine kıyasla daha çok beceri, hobi eğlence vb. içeriğe sahip olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Öğrencilerin örgütsel imaj algısı ve kurumsal aidiyet duygusu arasındaki ilişkiyi üyelik süresine göre açıklamak için yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 4.17'deki ikili korelasyon matrisinde verilmiştir.

**Tablo 4.17: Üyelik Süresine göre Öğrencilerin Örgütsel İmaj Algısı ve Kurumsal Aidiyet Duygusuna Ait Toplam Puanları Arası İkili Korelasyon Matrisi**

Üyelik Süresi	Ölçek	Kurumsal Aidiyet Duygusu	$\bar{x}$	SS	p
		r			
0-2 yıl	Kurumsal Aidiyet Duygusu	-	4.09	.56	<b>.01</b>
	Örgütsel İmaj Algısı	.590	4.09	.66	<b>.01</b>
2-4 yıl	Kurumsal Aidiyet Duygusu	-	4.26	.63	<b>.01</b>
	Örgütsel İmaj Algısı	.815	4.18	.62	<b>.01</b>
4-6 yıl	Kurumsal Aidiyet Duygusu	-	4.13	.62	<b>.01</b>
	Örgütsel İmaj Algısı	.812	4.09	.78	<b>.01</b>

Tablo 4.17'deki r değerleri incelendiğinde; Bilgi Evlerine 0-2 yıl devam eden öğrencilerin örgütsel imaj algısının kurumsal aidiyet duygusuyla orta seviyede pozitif yönde ( $r = .590$ ;  $0.30 - 0.70$ ); 2-4 yıl ve 4-6 yıl devam eden öğrencilerin ise örgütsel imaj algısının kurumsal aidiyet duygusuyla yüksek seviyede ve pozitif yönde ( $r_{2-4yıl} = .815$  ve  $r_{4-6yıl} = .812 > 0.70$ ) bir ilişki olduğu görülmektedir. Buradan hareketle daha uzun süre üyeliği olan öğrencilerin örgütsel imaj algısı ve kurumsal aidiyet duygusu arasındaki ilişkinin daha az süreli üyeliği olan öğrencilere göre daha güçlü olduğu söylenebilir.

#### 4.2.5 Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algılarının kurumsal aidiyet duygularını yordama durumu

“Regresyon analizi; bağımsız değişkenle bağımlı değişken arasındaki ilişkinin niteliğini ve yönünü belirleyen bir analiz tekniğidir” (İslamoğlu, 2003: 187). Kurumsal aidiyet duygusunun örgütsel imaj algısı tarafından yordayıcı etkisini incelemek üzere “basit doğrusal regresyon analizi” yapılmıştır. Regresyon analizi

yapılırken “Kurumsal Aidiyet Duygusu” bağımlı değişken, “Örgütsel İmaj Algısı” bağımsız değişken olarak ele alınmıştır. Bu analizle bulunan sonuçlar Tablo 4.18’de yer almaktadır.

**Tablo 4.18: Örgütsel İmaj Algısı ile Kurumsal Aidiyet Duygusu arasındaki Doğrusal Regresyon Analizi Tablosu**

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

Tablo 4.18’deki regresyon analizi katsayılarının anlamlılığına ilişkin t değerleri göz önüne alındığında örgütsel imaj algısının kurumsal aidiyet duygusunun anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmektedir. Örgütsel imaj 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 imaj anlamında yapılacak olan düzenlemelerin kurumsal aidiyet düzeyini olumlu yönde etkileyeceği ifade edilebilir.

## BEŞİNCİ BÖLÜM

### SONUÇ TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu bölümde, araştırmaya ait bulgulara ilişkin tartışma ve değerlendirmelerde bulunulmuştur. Bu değerlendirmeler ışığında sonuçlar ortaya çıkarılmış ve öneriler yazılmıştır.

#### 5.1 Sonuç ve Tartışma

Örgütsel imaj; akademik, fiziksel ve sosyal çevre ile toplumsal algılanma olmak üzere üç alt boyutta ve bütün olarak incelenmiştir. Kurumsal aidiyet duygusu; aidiyet duygusu ile reddedilmişlik duygusu olmak üzere iki alt boyutta ve bütün olarak incelenmiştir.

##### 5.1.1 Öğrencilerin Demografik Bulgularına Yönelik Sonuçlar

*Cinsiyete göre*, araştırmaya katılan kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha çok olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özkan (2015) “Öğrencilerin Okullarının İmajına İlişkin Algıları ve Aidiyet Düzeyleri (İstanbul Eyüp İlçesi Örneği)” adlı çalışmasında araştırmaya katılan öğrencilerin 0.52’sini kız öğrencilerin oluşturduğu belirtilmiştir. Bunun için kız öğrencilerin erkeklere göre Bilgi Evlerine yönelik daha ilgili oldukları düşünülmektedir.

*Yaş aralığına göre*, 11-14 yaş aralığındaki öğrencilerin, *eğitim düzeyine göre* ortaokul öğrencilerinin, *üyelik süresine göre* 0-2 yıl süresince Bilgi Evlerine devam eden öğrencilerin ve *kurs türlerine göre* okul dersleri, etüt, değerler eğitimi ve sosyal ve kültürel faaliyetler kurs türlerine katılan öğrencilerin çoğunluğu oluşturduğu görülmüştür. Bu durum, genel anlamda 11-14 yaş aralığında, ortaokul öğrencileri ve okul dersleri, etüt, değerler eğitimi ile sosyal ve kültürel faaliyetler kurs türlerine katılan öğrencilerin Bilgi Evlerine daha çok ilgili olduklarını ve yöneldiklerini göstermektedir.

### 5.1.2 Araştırma Sorularına İlişkin Sonuçlar

a) *Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları hangi düzeydedir?*

Araştırmanın bulgularına göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları toplam puan bazında yüksek, akademik çevre alt boyutunda yüksek düzey üst sınırında, toplumsal algılanma ile fiziksel ve sosyal çevre alt boyutlarında yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Bu durumda, öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algılarının yüksek düzeyde olduğu düşünülmektedir. Bu sonuçların, Bilgi Evlerinin hem ders hem de faaliyet içerikleri yönüyle zengin olduğunu, öğrenciler tarafından ilgiyle karşılandığını, toplum nezdinde kabul görmüş bir üne sahip olduğunu gösterdiği söylenebilir. Özdoğru vd. (2017) tarafından yapılan bir çalışmada öğrencilerin Bilgi Evlerinden çok memnun oldukları ve bu mekânlara ilgi duydukları belirtilerek bunun Bilgi Evlerinde derslerin eğlenceli bir şekilde anlatılması, sosyal ve kültürel faaliyetler ile geleneksel oyunlar vb. çalışmaların yaygın olmasından kaynaklandığı ifade edilmiştir. Cerit (2006), Özkan (2015) öğrencilerin örgütsel imaj algılarının orta düzeyde olduğunu ifade etmişlerdir. Kazoleas vd. (2001) de yaptıkları çalışmada, bilgi edindikleri kaynaklar farklı olmakla beraber, insanların üniversiteyle ilgili örgütsel imaj algılarının orta seviyede olduğunu bulmuşlardır.

b) *Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik kurumsal aidiyet duyguları hangi düzeydedir?*

Araştırma bulguları, İstanbul İli 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 ve 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, 2013), Alaca (2011) ve yurt dışında Israelashvili (1997), Adelabu (2007) tarafından gerçekleştirilen araştırmalar (Akt. Sarı ve Özgök, 2014: 487-488). Bu çalışmalardan hareketle, farklı örneklem

gruplarına yönelik olmasına rağmen yapılan araştırmaların sonuçlarına göre öğrencilerin kurumsal aidiyet duygularının genellikle olumlu olduğu görölmektedir.

*c) Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları ve kurumsal aidiyet duygularına ilişkin görüşleri arasında; cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, üyelik süresi ve katıldıkları kurs türlerine göre anlamlı farklılık var mıdır?*

Bu sorunun bulguları göz önünde bulundurularak cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, üyelik süresi ve katıldıkları kurs türüne göre sonuçlar maddeler halinde listelenmiştir.

*i) Cinsiyete göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algılarına ilişkin sonuçlar*

Örgütsel imaj ve alt boyutlarında *cinsiyete göre*, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark görülmemiştir. Bu durum Cerit (2006) ve Özkan (2015) tarafından gerçekleştirilen araştırmaların bulgularıyla paralellik göstermektedir. Bununla birlikte Erkek öğrenciler için tüm boyutlarda yüksek, kız öğrenciler için ise akademik çevre alt boyutunda çok yüksek, bunun dışındaki boyutlarda yüksek düzeyde olduğu görölmüştür.

*ii) Cinsiyete göre öğrencilerin Bilgi Evlerinin kurumsal aidiyet duygusu düzeylerine ilişkin Sonuçlar*

Cinsiyete göre, aidiyet duygusu alt boyutu ile reddedilmişlik duygusu alt boyutunda kız öğrencilerin erkeklere nispeten daha yüksek aritmetik ortalamalara sahip oldukları görölmüş ve gruplar arasında kızlara yönelik anlamlı fark olduğu sonucu bulunmuştur.

Kurumsal aidiyet duygusu toplam puan bazında da aritmetik ortalamalar arasında istatistiksel olarak kız öğrencilere yönelik anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla kız öğrencilerin alt boyutlarda ve bütün olarak erkek öğrencilere göre daha çok kendilerini Bilgi Evlerine ait hissettikleri görölmektedir. Bu sonuç, Sarı ve Özgök (2014: 488) ve Özkan (2015)'ın yaptıkları çalışmada elde ettikleri sonuçlarla paralellik göstermektedir.

*iii) Yaş aralığına göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algılarına ilişkin sonuçlar*

Yaş aralığına göre; Örgütsel İmaj toplam puanı ve alt boyutlarında gruplar arası ortalamalar arasındaki farkların anlamlı olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte

örgütsel imaj puan ortalamalarına bütün olarak bakıldığında 6-10 yaş aralığı ve 15-18 yaş aralığındaki öğrencilerin puan ortalamalarının çok yüksek düzeyde olduğu, 11-14 yaş aralığındaki öğrencilerin puan ortalamalarının ise yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

6-10 Yaş ile 11-14 yaş aralığı arasında tüm alt boyutlarda ve bütün olarak 6-10 yaş aralığı lehinde, 15-18 yaş ile 11-14 yaş aralığı arasında ise Akademik Çevre alt boyutu ve bütün ölçek puanında 15-18 yaş aralığına yönelik anlamlı farkın mevcut olduğu tespit edilmiştir.

Fiziksel ve Sosyal Çevre alt boyutunda, 6-10 yaş aralığında öğrencilerin diğer yaş aralıklarındaki öğrencilere göre daha iyi bir örgütsel imaj algısına sahip olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla, 6-10 yaş aralığındaki öğrencilerin Bilgi Evlerini yeme, içme, barınma ve bina yapısı gibi imkânları yönüyle iyi düzeyde algıladıkları sonucu ortaya çıkmaktadır.

Bulgular sonucunda, tüm boyutlarda 6-10 yaş aralığındaki öğrencilerin 11-14 yaş aralığındaki öğrencilere göre daha yüksek bir örgütsel imaj algısı taşıdıkları, dolayısıyla da yaş aralığına göre öğrencilerin örgütsel imaj algılarının 6-10 yaş aralığındaki öğrenciler ile 11-14 yaş aralığındaki öğrenci grupları arasında olduğu belirlenmiştir. Bu durum, belirtilen yaş aralığındaki öğrencilerin, Bilgi Evlerinin sunmuş olduğu ders, etüt, değerler eğitimi, sanat, akademik çalışmalar, yeme ve barınma olanaklarını, yapılan sosyal etkinlikleri ve Bilgi Evlerinin toplumdaki yerini ve ününü yeterli düzeyde gördükleri sonucunu ortaya koymaktadır.

*iv) Yaş aralığına göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik kurumsal aidiyet duygularına ilişkin sonuçlar*

Yaş aralığına göre, aidiyet duygusu alt boyutunda gruplar arası ortalamalar arasındaki farklar istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ancak reddedilmişlik alt boyutu ve kurumsal aidiyet duygusu düzeyi toplam puanlarının ortalamaları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Aidiyet duygusu alt boyutunda ise yaşa göre 6-10 yaş ile 11-14 yaş aralığı arasında, 6-10 yaş aralığındaki öğrencilere yönelik anlamlı fark olduğu belirlenmiştir.

Yaşa göre, öğrencilerin puan ortalamalarının aidiyet duygusu alt boyutunda 15-18 ve 6-10 yaş aralığındaki öğrenciler için çok yüksek düzeyde, 11-14 yaş aralığı için yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Reddedilmişlik duygusu alt boyutunda 15-18

yaş aralığı için çok yüksek düzeyde, 6-10 ve 11-14 yaş aralıkları için yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Ölçek bütününde ise 15-18 yaş aralığındaki öğrenciler için çok yüksek düzeyde, 6-10 yaş aralığındaki öğrenciler için yüksek düzeyde, 11-14 yaş aralığı aralığındaki öğrenciler için ise yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Benzer bir çalışma yapan Özgök (2013: 37), sınıf düzeyine göre öğrencilerin okula aidiyet alt boyutunda sahip oldukları aritmetik ortalamanın tüm sınıf düzeylerinde (6., 7. ve 8. sınıf) yüksek düzeyde olduğunu saptamıştır. Buna göre Bilgi Evi öğrencilerinin genel anlamda kendilerini Bilgi Evlerine ait hissettikleri, Bilgi Evleri ortamını, öğretmen ve idarecilerini sıcak bulduklarını ve herhangi bir dışlanmışlık hissetmedikleri sonucuna varılmıştır.

*v) Eğitim düzeyine göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algılarına ilişkin sonuçlar*

Eğitim düzeyine göre; örgütsel imaj algısı toplam puanı, akademik çevre alt boyutu ve toplumsal algılanma alt boyutlarına bakıldığında, ortaokul ile ilkokul ve lise ile ortaokul seviyeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır. Fiziksel ve sosyal çevre alt boyutunda ise ilkokul ile ortaokul düzeyi arasındaki farkların istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır.

Puan ortalamaları göz önünde bulundurulduğunda; ilkokul düzeyinin fiziksel ve sosyal çevre alt boyutunda yüksek seviyede iken diğer alt boyutlar ve bütünde çok yüksek seviyeye tekabül ettiği görülmüştür. Ortaokul düzeyinin tüm alt boyutlarda ve bütünde yüksek seviyede olduğu görülürken, lise düzeyinin akademik çevre ve bütünde çok yüksek, diğer alt boyutlarda ise yüksek seviyelerde olduğu belirlenmiştir. Bu durum, eğitim düzeyine göre öğrencilerin tüm alt boyutlarda, Bilgi Evlerinde verilen eğitimlerin ve öğretmenlerin kaliteli, yeme, barınma ve sosyal etkinlik olanaklarının iyi ve Bilgi Evlerinin toplumda iyi bir üne sahip olduğu algısına sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

Grupların aritmetik ortalamaları arasında anlamlı farkın ilkokul ile ortaokul arasında ilkokul düzeyinde ve ortaokul ile lise düzeyleri arasında ise lise düzeyinde olduğu belirlenmiştir.

*vi) Eğitim düzeyine göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik kurumsal aidiyet duygusu düzeylerine ilişkin sonuçlar*

Eğitim seviyesine göre bütünde ve alt boyutlarda istatistiksel olarak gruplar arasında anlamlı fark görülmemiştir. Bununla birlikte ilkokul seviyesinin, aidiyet duygusu alt boyutunda çok yüksek, reddedilmişlik duygusu ve bütünde yüksek düzeyde; ortaokul seviyesinin tüm alt boyutlarda ve bütünde yüksek ve lise seviyesinin ise tüm alt boyutlarda ve bütünde çok yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. zkan (2015), Sarı (2012) ve zgk (2013), okudukları sınıf düzeyine ilişkin öğrencilerin kuruma aidiyet duyguları arasında anlamlı fark olmadığını bulmuştur. Dolayısıyla bulunan sonucun bu araştırma sonuçlarıyla tutarlı olduğu grlmektedir.

*vii) yelik süresine göre ğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algılarına ilişkin sonuçlar*

yelik süresine göre örgütsel imaj algısı için bütünde ve alt boyutlarda istatistiksel olarak gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bununla birlikte 0-2 yıl, tüm alt boyutlarda ve bütünde yüksek; 2-4 yıl, akademik evre alt boyutunda çok yüksek, diğer boyutlarda yüksek; 4-6 yıl ise tüm alt boyutlarda ve bütünde yüksek düzeyde olduğu sonucu elde edilmiştir. Cerit (2006) yaptığı araştırmada birinci ve dördüncü sınıfta okuyan öğrencilerin üniversitelerine ilişkin örgütsel imaj algıları arasında anlamlı fark olduğu sonucunu bulmuştur.

*viii) yelik süresine göre ğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik kurumsal aidiyet duygusu düzeylerine ilişkin sonuçlar*

Btnde ve alt boyutlarda istatistiksel olarak gruplar arasında anlamlı fark bulunmamıştır. Bununla birlikte 0-2 yıl tüm alt boyutlarda ve bütünde yüksek; 2-4 yıl tüm alt boyutlarda ve bütünde çok yüksek; 4-6 yıl ise aidiyet duygusu alt boyutu ve bütünde yüksek, reddedilmişlik duygusu alt boyutunda ise çok yüksek düzeyde olduğu bulunmuştur.

*ix) Katıldığı kurs trine göre ğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algılarına ilişkin sonuçlar*

Kurs türlerine göre akademik evre ile toplumsal algılanma alt boyutlarında; sanat, kulüp, değerler eğitimi, kütüphane ve rehberlik kurslarına katılan öğrenciler ile katılmayanlar arasında, istatistiksel olarak, bu kurslara katılan öğrencilere yönelik anlamlı fark olduğu bulunmuştur. Diğer kurs türleri için ise akademik evre alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Fiziksel ve sosyal çevre alt boyutunda; sanat, kulüp ve serbest zaman kurslarına katılan öğrenciler ile katılmayanlar arasında istatistiksel olarak bu kurslara katılan öğrencilere yönelik anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer kurslara katılanlar ve katılmayanlar arasında ise anlamlı fark bulunmamıştır.

Öğrencilerin örgütsel imaj bütününde ise; sanat, kulüp, değerler eğitimi, serbest zaman, kütüphane ve rehberlik kurslarına katılan öğrenciler ile katılmayanlar arasında istatistiksel olarak bu kurslara katılan öğrencilere yönelik anlamlı fark bulunmuştur. Diğer kurslar için ise anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Bilgi Evi kurs türlerinden sanat, kulüp, değerler eğitimi, serbest zaman, kütüphane ve rehberlik kurslarına katılan öğrencilerin örgütsel imaj algılarının bu kurslara katılmayan öğrencilerin örgütsel imaj algılarından daha iyi olduğu görülmüştür. Dolayısıyla genel olarak öğrencilerin Bilgi Evlerine daha çok bu kurs türleri için devam ettikleri düşünülmektedir. Sonuç olarak kurs türlerine göre öğrencilerin örgütsel imaj algılarının anlamlı ve yüksek/çok yüksek düzeylerinde olduğu belirlenmiştir.

Özkan (2015), gerçekleştirmiş olduğu bir çalışmada, öğrencilerin okullarının kurumsal imajına yönelik algılarına ilişkin ortalamalarının likert ölçeğindeki karşılığının “bazen” derecesiyle uyduğunu belirterek öğrencilerin algıladıkları kurumsal imaj puanının “orta” düzeyde olduğunu vurgulamıştır. Bu çalışmada elde edilen bulgular ise yukarıda anlamlı farkın görüldüğü kurslara katılan öğrencilerin Bilgi Evlerinin imajına yönelik algılarının hem toplam hem de alt boyutlarda yüksek veya çok yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir.

Torlak (2001) gerçekleştirdiği çalışmada, hizmet kalitesine ilişkin öğrencilerin algılarını etkileyen önemli özelliklerinden bazıları üniversitenin barınma, fiziksel çevre ve ulaşım imkânları gibi öğeler olduğunu belirtmiştir. Arpan ve arkadaşları (2003), üniversitenin fiziksel çevresi ile sosyal yaşam ortamının üniversitenin/kurumun imajını belirlemede etkin rol oynadığını ve dikkate alınması gerektiğini vurgulamışlardır. Bu çalışmadaki 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 imaj algısını olumlu olarak etkilediğini göstermektedir.

Kazoleas ve arkadaşları (2001), gerçekleştirdikleri bir çalışmada, üniversite çevresinde yerleşik bulunan insanların üniversiteyle ilgili orta seviyede pozitif bir örgütsel imaj algısı taşıdıklarını ifade etmişlerdir. Dolayısıyla, Bilgi Evlerinin de çevrelerince olumsuz bir şekilde algılanmaması, pozitif bir algı ve görünüm oluşturabilmesi için çevreleriyle 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.

*x) Katıldığı kurs türüne göre öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik kurumsal aidiyet duygusu düzeylerine ilişkin sonuçlar*

Aidiyet duygusu alt boyutuna göre; sanat, kulüp, değerler eğitimi, kütüphane ve rehberlik kurslarına katılan öğrenciler ile katılmayanlar arasında, istatistiksel olarak, bu kurslara katılan öğrencilere yönelik anlamlı farklılık göstermektedir. Diğer kurslara katılanlar ve katılmayanlar arasında anlamlı fark görülmemiştir.

Reddedilmişlik alt boyutunda ise sadece spora katılan öğrenciler ile katılmayanlar arasında, katılanlara yönelik anlamlı fark bulunmuştur. Diğer kurslar için anlamlı fark bulunmamıştır.

Kurumsal aidiyet duygusu bütününde ise; sanat, değerler eğitimi, kütüphane ve rehberlik kurslarına katılan öğrenciler ile katılmayanlar arasında istatistiksel olarak bu kurslara katılan öğrencilere ilişkin anlamlı fark vardır. Diğer kurslar için anlamlı fark yoktur. Anlamlı fark bulunan kurslar için kurumsal aidiyet bütününde puan ortalamaları çok yüksek düzeyde bulunmuştur. Bu durum, bu kurslara katılan öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik aidiyet duygularının olumlu yönde olduğunu göstermektedir. Diğer bir ifadeyle bu kurs türlerine katılan öğrencilerin kendilerini Bilgi Evlerine daha ait hissettikleri düşünülmektedir.

*d) Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasında toplam puanlara, cinsiyete, üyelik süresine ve kurs türüne göre bir ilişki var mıdır?*

Öğrencilerin örgütsel imaj algıları ve kurumsal aidiyet duyguları arasında orta düzeyde, pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları ile reddedilmişlik duyguları arasında düşük düzeyde, aidiyet duygusu ile yüksek düzeyde pozitif yönde olumlu bir ilişki olduğu saptanmıştır. Aidiyet duygusu ile örgütsel imaj alt boyutu akademik çevre arasında yüksek düzeyde, toplumsal algılanma ve fiziksel ve sosyal çevre arasında ise orta düzeyde bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Reddedilmişlik duygusu ile akademik çevre arasında orta, toplumsal algılanma ve fiziksel ve sosyal çevre arasında ise düşük düzeyde olumlu bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla, öğrencilerin örgütsel imaj 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 imaj algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasındaki ilişkinin orta seviye, pozitif yönde ve anlamlı olduğunu bulmuştur. Örgütsel imaj toplam puan ile kurumsal aidiyet alt boyutlarından reddedilmişlik arasında düşük, aidiyet duygusu arasında ise orta seviyede anlamlı ilişki olduğunu bulmuştur. Kurumsal aidiyet duygusu alt boyutlarından aidiyet duygusu ile örgütsel imaj alt boyutlarından tüm alt boyutlarıyla olumlu, reddedilmişlik ile fiziksel ve sosyal çevre arasında anlamlı olmayan, akademik çevre ve toplumsal algılanma ile düşük seviye olumlu ilişkinin olduğu bulunmuştur.

Cinsiyet bağlamında korelasyon analiz sonuçlarına göre kız öğrencilerin örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasında orta seviyede; erkek öğrencilerin ise yüksek seviyede ve olumlu bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla erkek öğrencilerin kızlara göre örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasında daha güçlü bir ilişki olduğu görülmektedir.

Üyelik süresine göre korelasyon analizleri incelendiğinde, 0-2 yıl aralığında Bilgi Evlerine devam eden öğrencilerin örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasında orta seviyede; 2-4 yıl ve 4-6 yıl aralığında devam eden öğrencilerin ise yüksek seviyede, olumlu bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun için üyelik süresi daha uzun olan öğrencilerin örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasında daha güçlü bir ilişkinin olduğu sonucu çıkarılmaktadır.

Kurslara katılan öğrenciler bağlamında yapılan korelasyona göre sanat, kulüp, sosyal ve kültürel faaliyetler ve izcilik kurslarına katılan öğrencilerin örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasında yüksek seviye pozitif yönde bir ilişki olduğu saptanmıştır. Ayrıca spor, değerler eğitimi, okul dersleri, etüt, serbest zaman, kütüphane ve rehberlik kurslarına katılan öğrencilerin örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasında ise orta seviyede pozitif yönde bir ilişkinin olduğu saptanmıştır. Bu durum sanat, kulüp, sosyal ve kültürel faaliyetler ve izcilik gibi daha çok etkinlik ağırlıklı olan kursların öğrencilerin örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasındaki ilişkiyi belirlemede daha güçlü bir rol aldığını göstermektedir.

e) *Öğrencilerin Bilgi Evlerine yönelik örgütsel imaj algıları kurumsal aidiyet duygularını yordamakta mıdır?*

Araştırma bulguları öğrencilerin örgütsel imaj algılarının kurumsal aidiyet duygusunun anlamlı bir yordayıcısı olduğunu göstermektedir. Bu durum, örgütsel imaj 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 imaj algıları ile kurumsal aidiyet duyguları arasındaki ilişkinin incelendiği bu çalışmada, öğrencilerin örgütsel imaj algıları ve kurumsal aidiyet duyguları arasında orta düzeyde, pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin olduğu ve örgütsel imaj algısının kurumsal aidiyet duygusunun anlamlı bir yordayıcısı olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte araştırmaya *demografik* anlamda nispeten kız öğrencilerin daha çok katıldığı, öğrencilerin örgütsel imaj algıları ile kurumsal aidiyet duygularının yüksek düzeyde ve olumlu olduğu sonucuna varılmıştır. *Cinsiyete göre* örgütsel imaj ve alt boyutlarında gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farkın olmadığı, kurumsal aidiyet duygusu toplam puan bazında ise ortalamalar arasında istatistiksel olarak kızlara yönelik anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. *Yaş aralığına göre* örgütsel imaj toplam puanı ve alt boyutlarında gruplar arasında anlamlı fark olduğu bulunmuş iken okula aidiyet duygusu bütününde puan ortalamaları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. *Eğitim seviyesine göre* örgütsel imaj bütününde ve alt boyutlarda gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmış iken kurumsal aidiyet bütününde ve alt boyutlarında anlamlı fark saptanmamıştır. *Üyelik süresine göre* örgütsel imaj algısı ve kurumsal aidiyet duygusu için bütünde ve alt boyutlarda

istatistiksel olarak gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. *Kur türlerine göre* öğrencilerin örgütsel imaj bütününde; sanat, kulüp, değerler eğitimi, serbest zaman, kütüphane ve rehberlik kurslarına katılan öğrencilere ilişkin anlamlı fark bulunmuş iken kurumsal aidiyet duygusu bütününde ise; sanat, değerler eğitimi, kütüphane ve rehberlik kurslarına katılan öğrenciler lehinde anlamlı fark bulunmuştur.

## 5.2 Öneriler

Bu bölümde bulgulardan elde edilen sonuçlar ile yapılan tartışma ve değerlendirmeler sonucunda oluşan kanaatler ve yapılmasında fayda görülen öneriler 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.

## KAYNAKÇA

- Akbulut, B. (2015). Ortaöğretim Kurumlarında Görev Yapan Öğretmenlerin Örgütsel İmaj Algıları İle İş Doyumu Düzeyleri Arasındaki İlişki. *Doktora Tezi*, 17. Hacettepe Üniversite.
- Akçay, H. (2015, Şubat 7). 1071'den 2071'e Bir Misyon ve Vizyon Projesi Olarak Bilgi Evleri. *Açık Görüş*, s. 5. [16 Ocak 2018].
- Alptekin, D. (2011). Toplumsal Aidiyet ve Gençlik: Gençliğin Aidiyeti Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma. *Doktora Tezi*. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Arpan, L. M., Roney, A. A., & Zivnuska, S. (2003). A Cognitive Approach To Understanding University Image. *Communications: An International Journal*, 8(2): 97-113.
- Avcı, N. (2000). İslam Dünyasında Kütüphaneciliğin Doğuşu ve İlk Örnekleri (Beytü'l-Hikme'den Daru'l-Hikme'ye). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1): 5-14. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/ogusb/article/view/5000080738/5000074776> [10 Mayıs 2018].
- Bakioğlu, B. (2017). 5. Sınıf Vücudumuz Bilmecesini Çözelim Ünitesinin Okul Dışı Öğrenme Ortamı Destekli Öğretiminin Etkililiği . *Yüksek Lisans Tezi*. Amasya: Amasya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Matematik ve Fen Eğitimi Anabilim Dalı Fen Bilgisi Eğitimi Bilim Dalı .
- Bilgi Evleri Projesi*. (2015). Bağcılar Belediyesi İnternet Sitesi: <http://www.bagcilar.bel.tr/icerik/862/102/bilgi-evleri-projesi.aspx> [16 Nisan 2018]
- Bilgi Evleri Tarihçesi*. (2017). Bağcılar Belediyesi İnternet Sitesi: <http://www.bagcilar.bel.tr/icerik/864/106/bilgi-evleri-tarihcesi.aspx> [16 Nisan 2018].

- Booker, K. C. (2004). Exploring School Belonging And Academic Achievement In African American Adolescents. *Curriculum and Teaching Dialogue*, 6(2): 131-143.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Büyüköztürk, Ş., Çokluk, Ö., Köklü, N.(2011). Sosyal Bilimlerde İstatistik. Ankara: Pegem Akademi.
- Capps, M. A. (2003). Characteristics Of A Sense Of Belonging And Its Relationship To Academic Achievement Of Students In Selected Middle Schools In Region IV And VI Educational Service Centers. *Unpublished doctoral dissertation*.
- Cerit, Y. (2006). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Üniversitenin Örgütsel İmaj Düzeyine İlişkin Algıları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 12(47): 343-365.
- Çavuş, R., Umdü Topsakal, Ü., & Öztuna Kaplan, A. (2013). İnfomal Öğrenme Ortamlarının Çevre Okuryazarlığı Kazandırmasına İlişkin Öğretmen Görüşleri: Kocaeli Bilgi Evleri Örneği. 21. *Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi*, (s. 18). İstanbul.
- Çobanoğlu, A. (2011). Resmi Ve Özel İlköğretim Okullarının Okul İmajının Öğretmen Ve Veli Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Marmara Üniversitesi.
- Doğan, A. (2015). Ortaöğretim Öğrencilerinin Kural Dışı Davranış Göstermelerinde Öğrenim Hayatlarını Denetleyememe İnancı, Özsaygı Ve Okula Aidiyet Duygularının Rolü. *Yüksek Lisans Tezi*, 13. Mersin: Mersin Üniversitesi.
- Duman, Ş. (2012). İlköğretim Okullarında Kurumsal İmaj Ve İmaj Yönetimi. *Yüksek Lisans Tezi*. Elazığ: Fırat Üniversitesi.
- Dutton, J. E., & Dukerich, J. M. (1991). Keeping an Eye on the Mirror: Image and Indentitiy in Organizational Adaption. *Academy of Management Journal*, 34(3): 517-554.
- Efe, F. (2008). *Uygulamalı Sosyal Belediyecilik: E-kent Modeli*. İstanbul: Metropol Yayıncılık.

- Esenler Belediyesi Gençlik ve Bilgi Evleri (ESGEV)*. (2013, 10 23). Esenler Belediyesi: <https://www.esenler.bel.tr/tr/icerik/12/1621/esenler-genclik-ve-bilgi-evleri.aspx> [16 Nisan 2018].
- Fatih Belediyesi Bilgi Evleri*. (2012, 01 03). Fatih Belediyesi: <http://www.fatih.bel.tr/icerik/3397/> [16 Nisan 2018].
- Fatt, J. P., Wei, M., Yuen, S., & Suan, W. (2000). Enhancing Corporate Image. *Management Research News*, 23(7): 28-54.
- Gencay, A. (2014). Öğretmenlerin Görüşlerine Göre Okul Yöneticilerinin Liderlik Stilleri ve Okul İmajı. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .
- Gioia, D. A., Schultz, M., & Corley, K. G. (2000). Organizational Identity, Image, and Adaptive Instability. *The Academy of Management Review*, 25(1): 63-81.
- Goodenow, C. (1992a, Nisan). School Motivation, Engagement, And Sense Of Belonging Among Urban Adolescent Students. *Annual Meeting of the American Educational Research Association*. San Francisco, CA.
- Goodenow, C. (1992b). *Strengthening The Links Between Educational Psychology And The Study Of Social Contexts* (Cilt 27).
- Goodenow, C. (1993). The Psychological Sense Of School Membership Among Adolescents: Scale Development And Educational Correlates. *Psychology in the Schools*, 30(1): 79-90.
- Goodenow, C., & Grady, K. E. (1993). The Relationship Of School Belonging And Friends' Values To Academic Motivation Among Urban Students. *The Journal of Experimental Education*, 67(1): s. 60-71.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (1997). Relations Between Organizational Culture, Identity and Image. *European Journal of Marketing*, 31(5): 356-365.
- Kim, H.-Y. (2013). Statistical notes for clinical researchers: assessing normal distribution (2) using skewness and kurtosis. *Restorative Dentistry & Endodontics*, 52-54. doi:<http://dx.doi.org/10.5395/rde.2013.38.1.52>
- İslamoğlu, H. A. (2003). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Beta Yayınları.

- Karabey, C. N. (2005). Örgütsel Özdeşleşme, Örgütsel İmaj ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi: Bir Uygulama. s. 51-53.
- 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 Bedenin Mekânsızlığı. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Karasar, N. (1999). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kavi, E., ve Koçak, O. (2010). İstanbul'daki Bilgi Evlerinin Sosyal İçerme Boyutu Açısından Değerlendirilmesi. *Uluslararası 8. Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiriler Kitabı* (s. 568-578). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi.
- Kazoleas, D., Kim, Y., & Maffitt, M. (2001). Institutional Image: A Case Study. *Corporate Communications: An International Journal*, 6(4): 205-216.
- Kosslyn, S. M. (1980). *Image and Mind*. Cambridge: Harvard University Press.
- Kotler, P., & Andreasen, A. (1996). *Positioning The Organisation: Strategic Marketig For Non Profit Organisation*. Toronto: Prentice-Hall.
- Kurtuldu, H., ve Keskin, H. D. (2002). Değişen Sosyo-kültürel Faktörlerin Kurum İmajına Etkileri. *7. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildirileri*, (s. 334). Afyon.
- Lemmink, J., Schuijf, A., & Streukens, S. (2003). The Role Of Corporate Image And Company Employment Image In Explaining Application Intentions. *Journal of Economic Psychology*, 24(1): 1-15.
- Markwick, N., & Fill, C. (1997). Towards A Framework For Managing Corporate Identity. *European Journal of Marketing*, 31(5): 396-409.
- Okay, A. (2000). *Kurum Kimliği*. Ankara, Pelin Ofset: MediaCat Kitapları.
- Osterman, F. K. (2000). Students' Need For Belonging İn The School Community. *Review of Educational Research*, 70(3): 323-367.
- Özdoğru, A. A., Semiz, H., & Açıkgöz, Ö. (2017). Bilgi Evine Katılımın Öğrencilerin Gelişimine Etkisi: Bir Pilot Çalışma. *İstanbul Şehir Üniversitesi Sosyal Politikalar Çalıştayı*. İstanbul: İstanbul Şehir Üniversitesi.

- Özgök, A. (2013). Ortaokul Öğrencilerinde Okula Aidiyet Duygusu ve Empatik Sınıf Atmosferi Algısı. *Yüksek Lisans Tezi*, 11.
- Özkan, F. (2015). Öğrencilerin Okullarının İmajına İlişkin Algıları Ve Aidiyet Düzeyleri (İstanbul Eyüp İlçesi Örneği). *Yüksek Lisans Tezi*, 30-31. İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi.
- Özüpek, M. N. (2013). *Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk* (2 b.). Eğitim Yayınevi.
- Palacio, A. B., Meneses, G. D., & Perez, P. J. (2002). The Configuration Of The University Image And Its Relationship With The Satisfaction Of Students. *Journal of Educational Administration*, 40(5): 486-505.
- Prahalad, C., & Hamel, G. (1997). The Core Competence Of The Corporation. *Harvard Business Review*, 68(3): 79-81.
- Salar, M. (2012). *Örgütsel İmaj Açısından Sosyal Sorumluluk Projelerinin Önemi Ve Yapılan Uygulamalara İlişkin Değerlendirmeler*. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Sarı, M. (2011). Adaptation Of The Psychological Sense Of School Membership Scale To Turkish. *Çukurova Üniversitesi*.
- Sarı, M. (2012). Sense Of School Belonging Among Elementary School Students. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 41(1): 1-11.
- 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> [25 Mayıs 2018].
- Şahin, E. (2015). *Ortaöğretim Kurumlarında Örgütsel Kimlik, Örgütsel İmaj, Örgütsel Özdeşleşme Ve Örgütsel Adalet (Bursa Örneği)*. İzmir: Ege Üniversitesi.
- Şen, M. E. (2012). VIII. Yüzyılda Türklerin İlmî Durumunun Tespitine Farklı Bir Bakış: Basra, Mâverâünnehir Örneği. *Turkish Studies; International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 7(3): 2393-2407. [http://turkishstudies.net/files/turkishstudies/10245851\\_30\\_133%C5%9Een%20Mehmet%20Emin\\_S-2393-2407.pdf](http://turkishstudies.net/files/turkishstudies/10245851_30_133%C5%9Een%20Mehmet%20Emin_S-2393-2407.pdf) [5 Şubat 2019]
- 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> [3 Nisan 2019].

Türk Dil Kurumu. (2011). *Türkçe Sözlük* (11 b.). Ankara: Türk Dil Kurumu.

Uslu, F. (2012). İlköğretim Okulu Öğrencilerinin Okula Yönelik Aidiyeti: Öğretmen-Öğrenci İlişkisi, Akran İlişkisi Ve Aile Katılımının Rolü. *Yüksek Lisans Tezi*. Mersin: Mersin Üniversitesi.

Uysal, A. (2014). Londra'da Türk Varlığı ve Aidiyet. *Doktora Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.

*Üsküdar Belediyesi Bilgi Evleri*. (tarih yok). Üsküdar Belediyesi:  
<http://www.uskudar.bel.tr/tr/main/pages/tarihte-bilgi-evleri/93> [16 Nisan 2018].

Whetten, D., & Mackey, A. (2002). A Social Actor Conception Of Organizational Identity And Its Implications For The Study Of Organizational Reputation. *Business and Society*, 41(4): 393-414.

Yavuz, İ. (2013). *Sosyal Belediyecilik Bağlamında Çocuk Ve Gençlik Hizmetleri: Adapazarı Belediyesi Bilgi Evi Örneği*. Yalova Üniversitesi. Yalova: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

*Zeytinburnu Belediyesi Bilgi Evleri*. (2005). Bigi Evi Sitesi:  
<http://www.bilgievi.org.tr/Sayfalar/56/Merak-Ettikleriniz.aspx> [16 Nisan 2018].

## EKLER

### EK A: İzinler

#### i) Esenler Belediyesi İzin Belge Onayı

29.12.2017

#### ESENLER BELEDİYESİ

#### KADIN VE AİLE HİZMETLERİ MÜDÜRLÜĞÜNE

İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Eğitim Yönetimi ve Denetimi Tezli Yüksek Lisans programı öğrencisiyim. **Öğrencilerin Bilgi Evlerinin İmajına Yönelik Algıları ve Aidiyet Düzeyleri** konulu tez çalışmam için anket uygulaması yapmak istiyorum. Bu konuda bilgi evlerinize bir çalışma başlatmak için izninizi talep ediyorum.

**Adres:** Turgut Reis Mah. 506. Sok. No:32/4

Esenler/İSTANBUL

**Ek 1:** İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Tez  
Konsu/Anket Uygulama Onayı

**Ek 2:** Uygulanacak Anket

Mehmet Orman

0536 597 04 32

"OLUR..."

Cemal BOLAT  
Kadın ve Aile Hizmetleri Müdürü

**ii) Anket İzinlerine dair E-postalar**

Rica;

Gelen Kutusu x

**Mehmet Orman** <morman02@gmail.com>

2 May  
2017  
12:17

Alıcı: cerit\_y

Merhaba Hocam

İnşallah iyisiniz?

Hocam, Prof. Dr. Hasan Basri Gündüz Hocamızın danışmanlığında yürüttüğümüz "Öğrencilerin Bilgi Evlerinin İmajına Yönelik Algıları ve Aidiyet Düzeyleri" konulu tez çalışmamda kullanacağım ölçekler konusunda yardımcı olabilir misiniz?

Okul/örgüt imajı ile varsa aidiyet/aidiyet duygusunun ölçülmesine yönelik anket/ölçekleri gönderebilir misiniz?

Hayırlı çalışmalar dileğiyle

**Yusuf CERİT** <cerit\_y@ibu.edu.tr>

3 May  
2017  
11:10

Alıcı: ben

Mehmet Bey

Anketi ekli dosya olarak gönderiyorum. Başarılar

**Kimden:** "Mehmet Orman" <morman02@gmail.com>

**Kime:** "cerit y" <cerit\_y@ibu.edu.tr>

**Gönderilenler:** 2 Mayıs Salı 2017 12:17:45

**Konu:** Rica;

Ek alanı

Rica;

Gelen Kutusu x

**Mehmet Orman <morman02@gmail.com>**

10 Kas 2017 Cum 15:01

Alıcı: msari@cu.edu.tr

Merhaba Hocam,

Öncelikle kıymetli zamanınızı ayıracağınız için teşekkürlerimi sunmak isterim.

Sabahattin Zaim Üniversitesinde Eğitim Yönetimi ve Denetimi Alanında yüksek lisans öğrencisiyim.

Danışman Hocam Prof. Dr. Hasan Basri Gündüz Hocamızın önerisiyle tezim için kullanacağım aidiyet duygusu ölçeği konusunda yardımlarınızı rica ediyorum.

Tez konum “Öğrencilerin Bilgi Evi İmajına Yönelik Algıları ve Aidiyet Duyguları” olarak belirlendi. Bu konudaki ölçeği yönlendirmeniz mümkün müdür?

Saygı ve hürmetlerimle

**Mediha Sari <msari@cu.edu.tr>**

10 Kas 2017 Cum 18:44

Alıcı: ben

Mehmet Hocam merhaba,

Aidiyet Duygusu Ölçeğini ekte yolluyorum. Kullanmanızda hiçbir sakınca yoktur. Aksine çalışmalarına gösterdiğiniz ilgiye teşekkür eder, başarılar dilerim.

Hasan Basri Hocama da Selamlar, saygılar.

Mediha SARI

Doç. Dr. Mediha SARI  
Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi  
Eğitim Programları ve Öğretim Ana Bilim Dalı

Ek alanı

## EK B: Kişisel Bilgi Formu

- Cinsiyet** :  Kız  Erkek
- Yaş** :  6-10  11-14  15-18
- Eğitim Durumu** :  İlkokul  Ortaokul  Lise
- Üyelik Süresi** :  0-2  2-4  4-6
- Katıldığınız Kurs Türü** :  Sanat  Spor  Kulüp
- Değerler Eğitimi  Okul Dersleri  Etüt
- Sosyal ve Kültürel Faaliyetler  İzcilik
- Serbest Zaman  Kütüphane  Rehberlik

### EK C: Örgütsel İmaj Ölçeği

		1. Hiç	2. Az	3. Orta	4. Çok	5. Tam
1	Üniversiteniz ne derece yeterli teknolojik donanıma sahiptir					
2	Üniversiteniz ne derece öğretim elemanlarının kalitelidir					
3	Üniversitenizde ne derece öğrencilere karşı olumlu davranılır					
4	Üniversitenizde ne derece olumlu sınıf atmosferi vardır					
5	Üniversitenizde ne derece öğretim elemanı-öğrenci iletişimi vardır					
6	Üniversitenizde sınıf mevcutları ne düzeyde iyidir					
7	Üniversiteniz ne derece sizin iyi bir iş bulmanıza olanak sağlar					
8	Üniversitenizde okumanız sizi ne düzeyde diğer öğrencilerden farklılaştırır					
9	Üniversitenizde olanaklar ne derece yeterlidir					
10	Üniversitenizde ne derece kampüs atmosferi canlı ve çekicidir					
11	Üniversitenizde çalışmak istediğiniz zaman üniversitenin olanaklarından ne düzeyde kolaylıkla yararlanabilirsiniz					
12	Üniversitenizde ne derece kaliteli eğitim yapılmaktadır					
13	Üniversitenizde ne derece öğrencilerle yakından ilgilenilmektedir					
14	Üniversitenizin toplumda sahip olduğu ünün düzeyi nedir					
15	Üniversitenizin diğer üniversiteler arasında iyi bir üne sahip olma düzeyi nedir					
16	Üniversitenizin kütüphanesinin yeterli olma düzeyi nedir					
17	Üniversitenizin sosyal etkinliklerinin yeterli olma düzeyi nedir					
18	Üniversitenizin barınma olanaklarının yeterli olma düzeyi nedir					
19	Üniversitenizde öğrencilerin fikirlerinden yararlanılma düzeyi nedir					
20	Üniversitenizin yemek olanaklarının yeterli olma düzeyi nedir					

## EK D: Okula Aidiyet Duygusu Ölçeği

Sevgili arkadaşlar, aşağıdaki ifadeler, okulunuz ve öğretmenleriniz hakkındaki duygu ve düşüncelerinizle ilgilidir. Ölçekte, yanıtlanması yaklaşık 10 dakika süren 18 madde bulunmaktadır. Lütfen ifadeleri dikkatle okuduktan sonra, (1) Hiç doğru değil, (2) Doğru değil, (3) Kararsızım, (4) Doğru ve (5) Tamamen doğru seçeneklerinden size en uygun olanı (X) ile işaretleyiniz.		1. Hiç doğru değil	2. Doğru değil	3. Kararsızım	4. Doğru	5. Tamamen doğru
1	Kendimi okulumun gerçek bir parçası olarak hissediyorum.					
2	Buradaki öğretmenler bir şeyi iyi yaptığımda bunu fark etmektedirler.					
3	Benim gibi insanların burada kabul görmesi çok zordur.					
4	Okulumdaki öğrenciler, benim fikirlerimi önemsemektedirler.					
5	Okulumdaki öğretmenlerin çoğu benimle ilgilenmektedirler.					
6	Bazen kendimi sanki bu okula ait değilmişim gibi hissediyorum.					
7	Bir problemim olduğunda bu okulda konuşabileceğim en az bir öğretmen ya da başka bir yetişkin vardır.					
8	Bu okuldaki insanlar bana arkadaşça davranmaktadırlar.					
9	Buradaki öğretmenler benim gibi insanlarla ilgilenmezler.					
10	Okulumdaki sosyal etkinliklerin çoğuna ben de dahil ediliyorum.					
11	Bu okulda bana da diğer öğrenciler kadar saygıyla davranılmaktadır.					
12	Kendimi okulumdaki diğer öğrencilerden çok farklı hissediyorum.					
13	Bu okulda gerçekten kendim olabiliyorum.					
14	Buradaki öğretmenler bana saygı duymaktadırlar.					
15	Bu okuldaki insanlar, benim iyi şeyler yapabileceğimi bilmektedirler.					
16	Keşke başka bir okulda okuyorsa idim.					
17	Bu okula ait olmaktan gurur duyuyorum.					
18	Buradaki diğer öğrenciler beni olduğum gibi beğenmektedirler.					

**Katkılarınız için teşekkür ederim.**

## ÖZGEÇMİŞ

**Mehmet Orman**

**Cep Tel:** 05365970432

**E-posta:** morman02@gmail.com

**Adres:** Turgut Reis Mah. Karaosmanoğlu Cd. 506. Sk.

No:32/4 Esenler, İstanbul



### A. Eğitim

#### **Lisansüstü**

- Eğitim Yönetimi Ve Denetimi  
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi  
Marmara Üniversitesi Ortak Yüksek Lisans  
Programı (Devam ediyor)

#### **Lisans:**

- İşletme, İşletmecilik Bölümü  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi  
Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya / 2004 – 2008

#### **Ortaokul-Lise:**

- Anadolu Lisesi Fen Bilimleri, Kâhta / 1995 - 2002

### B. Mesleki Deneyim

#### **Esenler Belediyesi:**

- Mehmet Akif İnan Gençlik Bilgi ve Hikmet  
Evi idari İşler Müdürlüğü 2014 – 2019  
(Devam ediyor)
- Uluslararası Şehir ve Sivil Toplum  
Kuruluşları Zirvesi Yürütme Kurulu Üyeliği  
(2017)
- Eğitim Planlama ve Uygulama Yönetimi 2012  
– 2014

#### **Özel Kâhta Tam Başarı Dershanesi:**

- Kurucu Genel Müdür / 2009 – 2012

#### **Kütahya Evani Çini (Marmara Çini):**

- Üretim, Pazarlama ve Satış Yetkilisi / 2008 –  
2009

#### **Dumlupınar Üniversitesi Kütüphanesi:**

- Kütüphane Sorumlusu / 2006 - 2008

### C. Projeler

- 2018 - Esenler Belediyesi Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Zirvesi  
Yürütme Kurulu Üyeliği
- 2014-2017 İSTKA Hayata Bir Adım Projesi Koordinatörlüğü

#### **D. Beceri Sertifika ve Belgeler**

- Yabancı Dil:**
- İngilizce; Orta seviye
- Bilgisayar:**
- MS-Office programları ve diğer ofis ekipmanlarını kullanabilir.
- Sertifika ve Belgeler:**
- M. E. B. Onaylı Bilgisayar Operatörlüğü Sertifikası
  - Etkili Konuşma ve Diksiyon Sertifikası
  - Takım Çalışması ve Yönetim Becerileri Sertifikası
  - Stres ve Zaman Yönetimi Sertifikası
  - İş Sağlığı ve Güvenliği Sertifikası
  - Çevre Yönetim Sistemi Sertifikası
  - Bireysel Koçluk Sertifikası
  - Etkili İletişim, Beden Dili ve İmaj Yönetimi Sertifikası
  - Anlayarak Hızlı Okuma Katılım Belgesi
  - Zekâ/Akıl oyunları Sertifikası

#### **E. Eğitim Kültür ve Sosyal faaliyetler & Hobiler**

- Eğitimle Diriliş Dergisi Yayın Kurulu Üyeliği ve İstanbul Temsilciliği
- Esenler Belediyesi Esen Çocuk Dergisi Yayın Kurulu Üyeliği
- İlköğretim yıllarında İzcilik Kulübü aktif üyeliği, okul dergisi (lise) *Selen*'de ve gazetesi *Özgün Panorama*'da yayın kurulu üyeliği
- Dumlupınar Ünv. İletişim & Haberleşme Kulübü Kariyer & Gelişim Zirvesi
- Dumlupınar Ünv. Serm. Piyasası, Borsalar & Aracı Kuruluşlar Konulu Panel
- Üniversite yıllarında Akut vb. sosyal & kültürel aktivitelerde aktif olarak görev yapmak
- Kitap-Okuma, Gezi, Seyahat, Müzik Dinleme, Film İzleme (Tarihi)