

Yüksek Eğitim Kurumlarında Kurum İçi İletişim: Doğu Akdeniz Üniversitesi Örnekleme

Hatice Bekiroğlu

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsüne İletişim ve Medya
Çalışmaları Yüksek Lisans Tezi olarak sunulmuştur.

Doğu Akdeniz Üniversitesi
Eylül 2022
Gazimağusa, Kuzey Kıbrıs

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü onayı

Prof. Dr. Ali Hakan Ulusoy
L.E.Ö.A. Enstitüsü Müdürü

Bu tezin İletişim ve Medya Çalışmaları Yüksek Lisans derecesinin gerekleri doğrultusunda hazırlandığını onaylarım.

Prof. Dr. Senih Çavuşoğlu
İletişim Fakültesi Dekanı

Bu tezi okuyup değerlendirdiğimizi, tezin nitelik bakımından İletişim ve Medya Çalışmaları Yüksek Lisans derecesinin gerekleri doğrultusunda hazırlandığını onaylarız.

Doç. Dr. Dr. Nilüfer Türksoy
Tez Danışmanı

Değerlendirme Komitesi

1. Prof. Dr. Agah Gümüş
2. Doç. Dr. Nilüfer Türksoy
3. Yrd. Doç. Dr. Galip Erzat Erdil

ÖZ

Bu çalışmada Doğu Akdeniz Üniversitesi iç paydaşı olan yönetsel personel algısı dikkate alınarak kurum kültürü, liderlik ve kurum içi iletişimin ölçümlenmesi hedeflenmiştir. Bu çerçevede çalışma evreni, Doğu Akdeniz Üniversitesi Tam Zamanlı Yönetsel personel olarak belirlenmiştir. Doğu Akdeniz Üniversitesi örneği üzerinden kurum kültürü algısının sorgulandığı çalışmaya katılan yönetsel personele Denison'un kurum kültürü modeli çerçevesinde, araştırma anket soruları yöneltilmiş ve sonuçları değerlendirilmiştir. Kolayda örneklem yöntemiyle belirlenen anket çalışması 288 kişiden oluşmaktadır.

Kurum kültürü sabit olmamakla birlikte aktif bir kavramdır ve bu tutum da kuruluşlara ciddi bir üstünlük kazandırmaktadır. Kuruluşların aynı sektörde hizmet verdikleri diğer kuruluşlardan tek başına özel değerlendirilebileceği ve değişiklik yapabilecekleri en başlıca kriter ise kurum kültürüdür.

İletişim memnuniyeti kurum ve kuruluşlarda idareciler ve personel arasındaki iletişimi, dikey ve yatay iletişimi, geri bildirimleri, bölümler arası iletişimi ve iş ile alakalı bilgileri içeren genel bir kavramdır. Bireysel olarak hissedilenin esas alındığı iletişim memnuniyetidir. Aynı şartlarda aynı bölüm/birimde hizmet sunan kişilerin dahi, değişik fikirlere haiz olabileceği görüşü unutulmamalıdır.

Kurumsal bağlılık irdelenmeden bağlılık ele alınmalıdır. Bağlılık konusunda pek çok araştırmacının çalışma yaptığı ve farklı tanımları olduğu bilinmektedir. Memurun görevine hissettiği sadık olma veya sadakat anlamındadır. Kurumsal bağlılık kurumsal çıkar ve amaçları elde edecek biçimde tutum sergilemek ve içselleştirilmiş normatif bağlılıkların tümüdür.

Kurum iletişimi, tasarlanan amaçları elde etmeye yönelik olarak uygulanan genel iletişim etkinlikleridir. Kurum iletişimi; dış ve i iletişimin bilinçli kullanılmak üzere bütün eşitleri ile kuruluşun temas halinde olması öngörülen takımlarla pozitif bir zemin oluşturacak biçimde olanaklar dahilinde de verimli ve etkin bir düzende intibak ettirildiği bir idare aracıdır. Kurumsal iletişim uygulayan kuruluşlar, bütünleşik ve sistematik faaliyetler uygulamaktadır. Kurumsal iletişim merkezinde kuruluş, tasarımı ve amaçlarına ulaşmakta ve bahse konu iletişimi bir bütünleşme olarak kurmaktadır. İletişim, personel tarafından görevlerinin önemli bir kısmını olarak görülmektedir. Bu sebeple iletişim teknolojileri günümüzde daha çok önem kazanmıştır. İ kurumsal iletişim, sunumlar, kurum gazeteleri, toplantılar, stratejik iletişimler, performans değerlendirmeleri, iş yönlendirmeleri gibi türlerden meydana gelmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kurum Kültürü, İletişim Memnuniyeti, Kuruma Bağlılık, Kurum İçi İletişim

ABSTRACT

In this study, it is aimed to measure corporate culture, leadership and internal communication, taking into account the perception of administrative staff, which is the internal stakeholder of Eastern Mediterranean University. In this context, the universe of the study was determined as Eastern Mediterranean University Full-Time Administrative Staff. Within the framework of Denison's corporate culture model, research survey questions were asked to the administrative staff who participated in the study, in which the perception of corporate culture was questioned through the example of Eastern Mediterranean University, and the results were evaluated. The survey study, which was determined by the easy sampling method, consists of 288 people.

Although corporate culture is not fixed, it is an active concept and this attitude gives organizations a serious advantage. The most important criterion by which organizations can be evaluated individually and make changes from other organizations in the same sector is the corporate culture.

Communication satisfaction is a general concept that includes communication between managers and personnel, vertical and horizontal communication, feedback, communication between departments and business-related information in institutions and organizations. It is communication satisfaction based on what is felt individually. It should not be forgotten that even people who provide services in the same department/unit under the same conditions may have different opinions.

Commitment should be addressed without examining institutional commitment. It is known that many researchers work on commitment and have

different definitions. It means the loyalty or loyalty felt by the officer to his duty. Institutional commitment is the whole of internalized normative commitments and exhibiting attitudes to achieve organizational interests and goals.

Corporate communication is the general communication activities applied to achieve the designed objectives. Institutional communication; It is an administrative tool in which all kinds of external and internal communication are adapted in an efficient and effective manner, within the possibilities, in a way to create a positive ground with the teams that are expected to be in contact with the organization, in order to be used consciously. Organizations that practice corporate communication implement integrated and systematic activities. In the corporate communication center, the organization achieves its design and goals and establishes the aforementioned communication as an integration. Communication is seen by staff as an important part of their job. For this reason, communication technologies have gained more importance today. Internal corporate communication consists of types such as presentations, corporate newspapers, meetings, strategic communications, performance evaluations, business referrals.

Keywords: Corporate Culture, Communication Satisfaction, Commitment to the Institution, Internal Communication

İTHAF

Annem ve Babam'a

TEŞEKKÜR

Meslek yaşamım ile akademik çalışmalarımın iç içe geçtiği bu zorlu zaman diliminde beni her fırsatta motive eden, benden desteğini esirgemeyen, yardımcı olan, başta danışman hocam Doç. Dr. Nilüfer TÜRKSOY'a;

Bu konuma gelmemde başından sonuna değin maddi, manevi desteğini her zaman hissettiren başaracağıma olan inançları nedeni ile bu hayattaki en büyük şansım olan aileme babam Ramadan BEKİROĞLU, annem Dinçay BEKİROĞLU'na;

Ayrıca süreç boyunca yaşadığım problemlere çözüm bulan, deneyimlerini paylaşan her konu için bana yardımcı olan ofis arkadaşım Arş. Gör. İlknur KAKICI, Arş. Gör. Yenilmez Ufuk YILMAZ ve Hasan ELÇİN'e, uyguladığım anket sonuçlarının analiz edilmesinde Dr. Saule BAURZHAN ŞARKICI'ya sonsuz teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iii
ABSTRACT	v
İTHAF.....	vii
TEŞEKKÜR	viii
TABLO LİSTESİ.....	xi
ŞEKİL LİSTESİ	xiii
1 GİRİŞ	1
1.1 Problem Tanımı.....	3
1.2 Araştırmanın Amacı	4
1.2.1 Araştırma Soruları.....	6
1.2.2 Varsayımlar	6
1.3 Araştırmanın Önemi	6
1.4 Araştırmanın Sınırlılıkları	7
1.5 Araştırmanın Motivasyonu.....	9
2 KURUM KÜLTÜRÜ VE YENİLİKÇİ KÜLTÜR.....	10
2.1 Kurum Kültürü Tanımı ve Gelişimi	10
2.1.1 Yenilikçi Kültür	15
2.1.2 Yükseköğretim Kültürü ve Akademik Kimlik.....	17
2.1.3 Kurum Kültürünün Akademik Kültürle İlişkisi	18
2.1.4 Yükseköğretim Kültürü ve Kalite Yönetimi	20
2.1.5 Yükseköğretim Kurumlarının ve Yükseköğretim Kültürünün Yönetimi ..	23
2.2 Çevresel Koşulları	24
2.3 Kurumsal Kimlik Kuramları	24

2.4 Kurum İçi İletişim	27
2.5 Kurumsal İletişim Kuramları.....	31
3 METODOLOJİ	36
3.1 Araştırmanın Yöntemi	39
3.1.1 Evren ve Örneklem.....	39
3.2 Veri Toplama ve Değerlendirme Yöntemleri.....	39
3.2.1 Verilerin Değerlendirilmesi.....	41
3.3 Denison'ın Kurum Kültürü Modelini Ölçmek	41
4 BULGULAR.....	44
4.1 Araştırma Bulguları ve Analizi	44
4.1.1 Frekans Analizi.....	44
4.1.2 Çalışmada Yararlanılan Ölçeklerin Güvenirlilik ve Faktör Analizi	55
4.2 Hipotez Testi	63
4.2.1 Hipotez Testi: Denison Kurum Kültürü Anlatımları ve İletişim Memnuniyeti Arasındaki Bağlantının İncelenmesi ve Korelasyon Analizi	63
4.2.2 Kurumsal Bağlılık Anlatımları ve İletişim Memnuniyeti Arasındaki Bağlantının Korelasyon Analizi ve İncelenmesi	65
4.2.3 Kurumsal Bağlılık Faktörlerinin İletişim Memnuniyeti Düzeylerinden Etkilenme durumunu Test Etmek İçin Yapılan Regresyon Modeli.....	68
4.4 Regresyon Analizi	66
5 SONUÇ	72
5.1 Sonuçların Değerlendirmesi	72
5.2 Sonuçlardan Çıkarılabilecek Öneriler	76
KAYNAKLAR	78
EKLER.....	93

Ek 1: Anket Formu.....	94
Ek 2: Anket Kullanma İzin Belgesi	98
Ek 3: Etik Kurul Onayı	99

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Yaş	44
Tablo 2: Cinsiyet	45
Tablo 3: Çalışma Süresi	45
Tablo 4: Eğitim Durumu	46
Tablo 5: Görev Bölümü	46
Tablo 6: Denison’ın Kurum Kültürü Ölçeği	48
Tablo 7: İşinizden Ne Kadar Memnunsunuz? Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı	51
Tablo 8: İletişim Memnuniyeti Ölçeği	52
Tablo 9: ‘İşinizdeki Verimliliğinizi Nasıl Derecelendirirsiniz?’ Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı	53
Tablo 10: Kurumsal Bağlılık Ölçeği	54
Tablo 11: Kurum Kültürü Ölçeği KMO ve Bartlett’s Testi	55
Tablo 12: Kurum Kültürü Ölçeği Faktör Yapısı	56
Tablo 13: Denison Kurum Kültürü Faktörleri Güvenilirlik Oranı	58
Tablo 14: İletişim Memnuniyet Ölçeği KMO ve Bartlett’s Testi	58
Tablo 15: İletişim Memnuniyet Ölçeği Faktör Yapısı	59
Tablo 16: Kurumsal Bağlılık Ölçeği KMO ve Bartlett’s Testi	61
Tablo 17: Kurumsal Bağlılık Ölçeği Faktör Yapısı	61
Tablo 18: Kurumsal Bağlılık Unsurlarının Güvenilirlik Oranı	63
Tablo 19: Kurum Kültürü Anlatımları ve İletişim Memnuniyeti Arasındaki Bağlantının Korelasyon Analiz Sonuçları	64

Tablo 20: Kurumsal Bağlılık Anlatımları ve İletişim Memnuniyeti Arasındaki Bağlantının Korelasyon Analiz Sonuçları.....	65
Tablo 21: Kurum Kültürü Unsurlarından İletişim Memnuniyetinin Etkilenme Boyutunu Test Etmek Amacıyla Uygulanan Regresyon Örneği	66
Tablo 22: Duygusal Bağlılık Unsurunun İletişim Memnuniyeti Seviyelerinden Etkilenme Boyutunu Test Etmek Amacıyla Uygulanan Regresyon Örneği.....	68
Tablo 23: Devam Bağlılığı Unsurunun İletişim Memnuniyeti Seviyelerinden Etkilenme Boyutunu Test Etmek Amacıyla Uygulanan Regresyon Örneği.....	69
Tablo 24: Normatif Bağlılık Unsurunun İletişim Memnuniyeti Seviyelerinden Etkilenme Boyutunu Test Etmek Amacıyla Uygulanan Regresyon Örneği.....	71

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Denison'ın Kurum Kültürü Modeli	5
Şekil 2: Van Riel'in Örgütsel İletişim Modeli	34
Şekil 3: Çalışılan Model.....	36
Şekil 4: Yenilik Yönelimli Kurumsal Kültür ve Yönetsel Tutumlar	37
Şekil 5: Yenilik Yönelimli Kurumsal Kültür ve Yönetsel Tutumlar	42

Bölüm 1

GİRİŞ

Kurum kültürü, nesilden nesle devredilen düşünceler, fikirler ve imajlardan meydana gelmektedir. Ailenin evvelden günümüze dek getirdiği bütün pozitif değerleri, düşünceleri, hikayeleri, inançları ve anıları kadar kurum kültürü de kazandığı hikâye, norm ve değerlerden meydana gelmektedir. Benzer şekilde ailenin köklü soyları kadar kurumlar da kendisini devam ettirmektedir. Dayanıklı bir izlenime ehil pek çok kurum senelerdir varlığını güçlü bir biçimde devam ettirebilmektedir. Bunun merkezinde kurumsal kültür, kurumsal kimlik ve kurumsal aidiyet gibi birbirine bağlı kavramların tutarlı bir şekilde var olması yatmaktadır.

Kültürün hâkim olduğu ortamda meydana geliş, aksiyon ve farklılık gibi sayısız düzenleme karşımıza sunulmaktadır. Bir kavram olarak kurum kültürü soyuttur. Elle tutulup, gözle görülemez ama bir kurumun performansını, iş yapış biçimini, yönetim şeklini, çalışanlara karşı tutumu, ödüllendirme veya cezalandırma şekillerini belirlemekte ve etkilemektedir. Kurumların aynı çatı altında toplanmaları veya stratejik hissedarlıkları gibi pozisyonlarda kültürel değişiklikler önem arz etmektedir. Kuruluş zemininin sağlam ve olumlu olup olmadığı, kuralların pürüzlü veya yardımcı olup olmadığı, kuruluş girişimci mi yoksa bürokratik mi olduğu gibi hususlar kurum kültürünün saptayıcı kriterleridir.

Topluluk öz kültürel yapısı, kurumların kültürel yapısına aksetmektedir. Kurumlar, temelde insanoğlu ile görev yaptığından; kurum kültürü de personelin karşılıklı iletişimi neticesinde meydana gelmektedir. Akgöz ve Engin'in 2014'teki

alışmalarında Eren'in 2007'deki çalışmasına atıfta bulunurlar. Yazarlar "Personelin bir araya gelmesi meslek ve işlev özelliklerinden dolayıdır. Birlikteliğın tabii bir neticesi olan, kuruluştan farklı ancak kendi sınırları çerçevesinde ortak değeri ve inançları benimsemişlerdir. Bahse konu paylaşım neticesinde meydana gelen sistem, kuruluş kapsamında değışik düşünce, inanç, tutum ve ahlak düşüncesinin birlikte olmasına zemin oluşturmaktadır ve bu oluşum '*kurum kültürü*' olarak ifade edilmektedir" tezini savunurlar (Akgöz ve Engin 2014, s.61-83).

Kula 2012'deki çalışmasında bir kuruluşun kültürünü "görüntüsel" ve "rasyonel" olarak ikiye ayrıldığını ifade eder. Bu bağlamda rasyonel araçlar sıralandığında kuruluş hedef ve amaçları, organizasyon yapısı, kullanılan teknoloji, prosedür ve politikalar, kontrol ve planlama sistemleri, ödöl, terfi sistemleri, ceza, raporlama ve iletişim sistemleri listelenebilir. Görüntüsel araçlarda ise, değeri verilen tutum kalıpları, kullanılan dil, simge ve semboller, fiziksel zemin ve düzenlemeler, estetik, organizasyon kapsamındaki törenler, önceki başarılarla dönük hikayeler, ders çıkarılan deneyimler ve sloganlar ve giyim-kuşam gösterilebilir. Burada irdelenen her kurumsal kültür öğesi, o kurumun yararlandığı yönetim tekniklerine yansımaktadır.

Mehmeti 2003'teki çalışmasında bir kuruluş, birden fazla kültürden soyut meydana gelebileceğinden söz eder. Kuruluşun kişisel ve ortaklaşa hareketleri, o kurumun kültürünü biçimlendirir. Telefona cevap verme şeklinden, hizmetleri sunma veya ürünleri teslim etme şekline değin her şey, başka insanların fikirlerinde sözü geçen kurumla ilgili bir yargının oluşmasına imkan verir. Her kuruluşun kendine has bir kültürü vardır. Kurumsal seremoniler, cezalandırma ve ödüllendirme törenleri, simgesel eylemler, eğlence ve oyuna özendirme, ve bütün bu etkinliklerle alakalı çevredekilere dengeli mesajlar sunmak, kurumla alakalı insanların sahip olduğu imajı şiddetle etkiler.

Kurum kültürünün temelinde insan yatmaktadır. Kurumların vazgeçilmez ortakları olarak görülen personel kültürün iletişimini sağlarken, personel tatmini, personel güdülenme ve kuruluş sınırları içerisinde iletişim düzeyinin güçlü olması kültürün daha da artmasına zemin oluşturmaktadır.

Yenilikçi bakış açısı ile kurum kültürü temelinde kurumda hizmet veren bireylerin gelişmeyi ne şekilde algıladıkları ile alakalıdır. Toplumla ilgili geleneklerde ilerleme düşüncesine sahipse tabii olarak kurum da ilerleme düşüncesi ile politikalarını şekillendirecektir. Bir topluluktaki işletmeler, bu bakış açısı ile değerlendirildiğinde ilerlemenin hem merkezi hem de aktaranlarıdır. Yalnız çalışanları aracılığı ile bir kurum gelişir. Kurumun gelişmesiyle ilgili mesuliyet, ilerlemeye meyilli bir kültür meydana getirilmesi ve bu ilerlemeye meyilli kültürün tetikleyicileri, idarecinin bu hususa verdiği önemle birebir denktir.

Kültür, toplulukların başlıca yapılarından ve topluluğun özüne has yapısını gözler önüne seren kavram olarak ifade edilmektedir. Kurumlar için de kültür önem arz etmektedir. Kurum kültürü, merkezinde münakaşa edilen ve çalışılan bir kavramdır. Toplulukların sahip oldukları kültürler, bahse konu topluluğun nasıl normlarını, değerlerini, adetlerini, örflerini kapsıyorsa ve topluluktaki kişiler bunu sahipleniyorsa kurum kültürü de personel aracılığıyla algılanıp bu kültür dikkate alınarak düzen elde edilmektedir. Kurum kültürü, nesilden nesle devredilen düşünceler, fikirler ve imajlardan meydana gelmektedir. Dayanıklı bir izlenime sahip pek çok kurum senelerdir varlığını bir biçimde devam ettirebilmektedir.

1.1 Problem Tanımı

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin Gazimağusa şehrinde adanın ilk devlet üniversitesinde yürütülen bu çalışmada; anket ve sayısal veri toplama yöntemleri kullanılarak; mevcut kurum kültürü irdelenmiştir. Çalışmada kurum kültürü ve

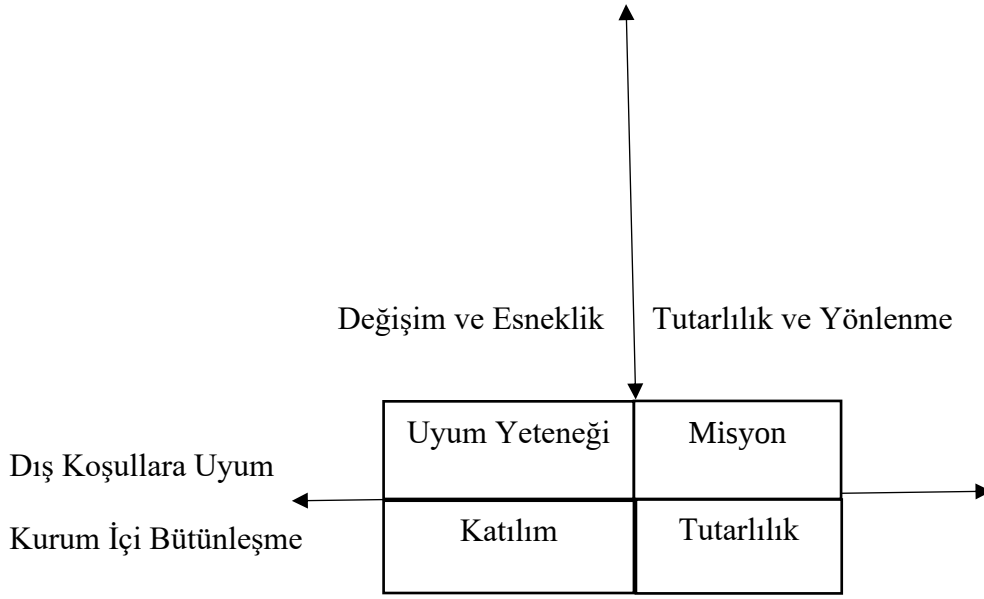
kurumsal iletişim hakkında genel bir kuramsal çerçeve çizildikten sonra Klimann'ın Kurum Kültürü Modeli dikkate alınarak yenilikçi kültür üzerinde durulacaktır. Bu bağlamda Doğu Akdeniz Üniversitesi'nde (DAÜ) kadrolu yönetsel personelinin kurum kültürünü algılayış şekilleri ve kurum içi iletişim yetkinlikleri analiz edilecektir.

1.2 Araştırmanın Amacı

Bu tezin amacı Denison'ın kurum kültürü modelini merkeze alarak, DAÜ yönetsel personelin iletişim memnuniyetini saptamak, bahse konu memnuniyetin kurumsal bağlılığa nasıl bir etkisi olduğunu tespit etmektir. Kurum kültürü, antropoloji alanından sahiplenilen bir terimdir. Kurumsal davranış bilim dalı kapsamında akademisyen kesimin özenle üstünde uğraştıkları ve bilhassa son 25 yıllık sürede farklı iktisadi konjonktür ve teknolojik gelişimlere tutkunlukla artan rekabet dünyasında etkinlik sunduğu hizmet sektöründe, idareciler için de önemli bir konu haline gelmiştir.

Yahyagil 2004'teki çalışmasında; Denison ve Mishra'nın 1995 yılında yaptıkları çalışmalarına atıfta bulunur ve kurum kültürü kavramına ölçülebilir vasıf kazanmasını sağlamak hedefiyle ilk olarak iki temel çizgi tanımlanır.

1. Bir kuruluşun kontrolünde olmayan dış (çevresel) şartlara (müşterilerin farklılaşan vasıfları, arzuları, teknolojik yenilikler ve uygulamalar vs.) düzen kurabilme seviyesidir.
2. Dış şartlara mutabakatı sağlayabilmek amacıyla, kuruluşun kendi yapısında gerekli fonksiyonel ve yapısal farklılıkları meydana getirme yetisidir. Bahse konu iki temel eksen de özü kapsamında ikiye bölünerek kurum kültürüne ait dört esas nasyonel durum meydana gelmiştir.



Şekil 1: Denison'ın Kurum Kültürü Modeli

Meydana gelen dört ana kavramsal niteliğin her birine ilişkilendirilen üçer alt-kavramsal nitelik mevcuttur. Bunlar sırası ile;

Katılım: Beceri geliştirme, Yetkilendirme, Ekip çalışması

Tutarlılık: Koordinasyon, Temel değerler, Uzlaşma

Uyarılma: Kurumsal öğrenme, Değişim, Müşteri odaklılık

Misyon: Vizyon, Stratejik yönetim, Kurum hedefleri

Sorular 5'li likert sistem olarak tasarlanmıştır. Ölçeğin güvenirlik ve geçerlik testleri Denison ve Jae Cho (2000) ve Mishra (1995) aracılığıyla yapılarak, istatistiksel anlamda ikna edici neticelere varılmıştır. Denison'ın kurum kültürü modelini uygulanan anketle ölçmek hedeflenerek, 1'den 5'e sorulan sorular katılım, 6'dan 9'a sorulan sorular tutarlılık, 10'dan 14'e sorulan sorular uyum ve 15'ten 20'ye sorulan sorular misyon hususlarını anlatır niteliktedir.

Bu düşünce ile, ilk önce seçilen kurumun, Denison'ın kurum kültürü modeli merkezinde kültür yapısı değerlendirilecek akabinde ise iletişim memnuniyetine olan ilişkisi saptanacaktır. Bahse konu saptamalar ışığında, kurum idarecileri ile personelin

algıladıkları “kurum kültürü” ve “iletişim memnuniyeti” arasındaki bağlantıyı kurmamıza zemin oluşturulacaktır.

1.2.1 Araştırma Soruları

Araştırma kapsamında aşağıda belirtilen araştırma sorularına cevap aranmaktadır.

AS. 1: DAÜ personeli kurum kültürünü ne şekilde değerlendirmektedir?

AS. 2: DAÜ personelinin iletişim yetkinlikleri ne düzeydedir?

AS. 3: DAÜ personelinin kurum kültürü ve iletişim kavramlarına ilişkin arada bulunan ilişki; yaş, eğitim durumu, cinsiyet durumları nedir?

1.2.2 Varsayımlar

“Yüksek Eğitim Kurumlarında Kurum İçi İletişim: Doğu Akdeniz Üniversitesi Örnekleme” başlıklı araştırma konusundaki varsayımlar aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

H₁: İletişim memnuniyetine Denison kurum kültürü modelinin etkisi vardır.

H₂: İletişim memnuniyetinin kurumsal bağlılığa etkisi vardır.

1.3 Araştırmanın Önemi

Doğu Akdeniz Üniversitesi’nin kurum kültürünü inceleyen bu çalışma;

- ✓ Kültür yönetimi kavramının literatürde halen incelenen güncel bir mevzu olması;
- ✓ Kurum kültürüne kavramsal bir çerçeve belirlenmesi ve kurum kültürünün etkilediği kurum iletişimiyle kurumsal bağlılığın açıklanması,
- ✓ Kurum kültürü yönetiminin açıklanması ve bu kavramı bir süreç olarak ele alması,

William S. Neal ve Daniel Denison 25 yıldan fazla zamandır uyguladıkları ve kurumsal kültürle kalite, satış yükseltme, inovasyon, yatırım geri-dönüşleri ve personel memnuniyetine kadar sonuç performans ölçümleri kapsamındaki bağlantıyı çıkardıkları faaliyetlerinde günümüze dek 5000’den fazla kuruluş aracılığıyla değerlendirilmiş bulunan iki bütünleyici anket çalışılmıştır. Neal ve Denison’ın

alışmalarını yaptıkları bu anketler “Liderlik Geliştirme Anketi” ve “Kurumsal Kültür Anketi”dir (Denison Consulting, 2013).

Araştırma çerçevesinde söz konusu değişkenler arası ilişkilerin tespiti ve bir çıkarım yapılabilmesinin literatürde niversite kültürü merkezinde çalışma yapan uygulamacı ve araştırmacılara sınırlı da olsa önemli bir katkı koyacağı düşünülmektedir.

Rastgele bir kuruluşla alakalı genel inanç ve düşünceler, sunulan hizmetin alıcısı tarafından kuruluş hakkında verdiği kararlarda belirleyici konumdadır. Kuruluşlarda kültür yönetme ve oluşturma yrtmleri personel için ne denli önemli olduğu hakkındaki bu çalışma ile ulaşılabilecek sonuç, yükseköğretim sektördeki kuruluşlara öneri niteliğinde olacaktır.

1.4 Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma dikkate alındığında sonuçları, kurum kültürü modelleri ‘Denison Kurum Kültürü’ modeline paraleldir. Buna istinaden araştırmanın konusu, kurumsal kültür modellerinden birini izah etmeye hizmet eder. Bulgular, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde Gazimağusa şehrinde bulunan Doğu Akdeniz niversitesi’nin kadrolu yönetsel yönetici ve personelinin görüşlerinden meydana gelmektedir. Araştırmada yararlanılan bireyler, tüm Doğu Akdeniz niversitesi yönetici ve personeli değil, sadece Kadrolu Yönetsel yönetici ve personelinden oluşmuştur. Çalışmada kolayda örneklem yöntemi tercih edildiğinden sonuçlar özellikle tercih edilen örneklem merkeze konularak değerlendirilmelidir.

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nin (KKTC) tek devlet niversitesi olan Doğu Akdeniz niversitesi, 1979 yılında eğitim hayatına başlamış olup tüm programları T.C. YK tarafından onaylanmıştır. İnşaat, Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Makine Mühendisliği ve Elektrik bölümleri toplamı 105 ğrenci ile, üç sene devam edecek

eğitim programı ile sektöre girmiştir. Bu adımla amaçlanan, teknisyen ve mühendis arası oluşan ara eleman problemine mesleki vasıflara haiz bireyler eğitmek ve başarı gösteren öğrencilere “teknisyen-mühendis” diploması kazandırmaktı. 1984 yılında Elektrik, Makine ve İnşaat Mühendisliği bölümleri eğitimi dört yıllık program olarak devam ettirdi. 1985 yılında ise Türkiye Cumhuriyeti (TC) ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) hükümetlerince KKTC’de adı "DAÜ" olarak geçecek bir üniversite yapılması hususunda ortak karara varıldı. Bahse konu düşünce doğrultusunda adaya ziyaret gerçekleştiren T.C. Yükseköğretim Kurulu (YÖK) heyeti yaptığı inceleme ile Yüksek Teknoloji Enstitüsü’nü üniversiteye dönüştürmek amacıyla çalışmalarını başlattı. KKTC Meclisi tarafından 1986 yılında kabul edilen, 18/86 sayılı Kuzey Kıbrıs Eğitim Vakfı ve DAÜ Kuruluş Yasası merkezinde DAÜ adını Yüksek Teknoloji Enstitüsü’ne vererek bir devlet üniversitesine dönüştürülmesi için zemin oluşturulmuştur. İşletme ve Ekonomi Fakültesi, Mühendislik Fakültesi, Bilgisayar ve Teknoloji Yüksek Okulu ile Fen ve Edebiyat Fakültesi kuruldu. 1990 yılında Turizm ve Otelcilik Yüksek Okulu ve Mimarlık Fakültesi eğitim vermeye başlamıştır. Akabinde ise 1996 yılında Hukuk Fakültesi Eğitim camiasında yerini aldı. 1997 yılında İletişim Fakültesi eğitim vermeye başlamıştır. 1999 yılında Eğitim Fakültesi kurulmuştur. DAÜ 2005 yılında ise, Uluslararası Üniversiteler Birliği (IUA) ve Avrupa Üniversiteler Birliği (European University Association)’nin tam üyesi olmuştur. İşletme ve Finans Yüksekokulu (eski ismiyle İşletme ve Finans Yüksekokulu) 2007 yılında kurulmuş eğitim vermeye başlamıştır. 2010 yılında Adalet Meslek Yüksek Okulu ve Sağlık Bilimleri Fakültesi kurulmuş eğitim vermeye başlamıştır. Eczacılık Fakültesi ise 2011 yılında kurulmuştur. 2012 yılında Sağlık Hizmetleri Yüksekokulu, Turizm Fakültesi ve Tıp Fakültesi eğitim vermeye başlamıştır. Diş Hekimliği Fakültesi ise 2019 yılında eğitim vermeye başlamıştır.

DAÜ’de 12 Fakülte; Diş Hekimliği, Eczacılık, Eğitim, Fen ve Edebiyat, Hukuk, İletişim, İşletme ve Ekonomi, Mimarlık, Mühendislik, Sağlık Bilimleri, Tıp, Turizm ve 4 Yüksekokulda; Adalet Meslek, Bilgisayar ve Teknoloji, Sağlık Hizmetleri, Turizm ve Otelcilik ve Yabancı Diller ve İngilizce Hazırlık Okulu ile birlikte toplam, 107 lisans ve ön lisans, 103 doktora ve yüksek lisans programı mevcuttur. Dünyanın 106 değişik ülkesinden gelen öğrencileri ile çok kültürlü ve uluslararası bir yapıda bulunmaktadır. Öğrenci sayısının 17000 civarında olduğu bu süreçte pek çok farklı ülkelerden öğrencilere eğitim öğretim hizmeti sunulmaktadır.

1.5 Araştırmanın Motivasyonu

KKTC’nin ilk devlet üniversitesi olan Doğu Akdeniz Üniversitesi’nin rakipler düşünüldüğünde daha üst seviyelere getirilmesi ve eğitim camiasında elde ettiği marka imajını ve reputasyonunu yükseltmesi.İletişim memnuniyeti ve kurum kültürü ile alakalı kaynaklarda pek çok araştırma mevcuttur. Şu var ki, bahsedilen konuların birbirlerine olan ilişkisi ile bu bağlantının kurumsal bağlılığa etkisi irdelendiğinde sayı beklenenden azdır. Neticelerin müdürlüklere, kurum idarecilerine, kurum personeline, yönetim danışmanlarına ve bu sahada bilmsel çalışma yürüten akademisyenlere faydalı olabileceği ve sonraki çalışmalarına tatbik edilebileceği tasarlanmaktadır.

Bölüm 2

KURUM KÜLTÜRÜ VE YENİLİKÇİ KÜLTÜR

2.1 Kurum Kültürü Tanımı ve Gelişimi

Kültür kavramı, temeli Latince “ekin” manasına gelen “cultura” kelimesinden türemektedir. En yaygın anlamı ile insanoğlunun tabiatla farklılık yaparak meydana getirdiği, her çeşit düşünsel ve fiziksel tecrübeyi kapsamaktadır. Tüm tanımlamalar dikkate alındığında kültürün ortak yönü olarak topluluk organlarının bölüşülmesi, öğrenilmiş tutumlar toplumu olması, farklılaşabilmesi, insanın psikolojik ve biyolojik tamamlayıcı bir eğilim ve gereksinim içinde olması ve üstlenmesi yer alır (Çeçen, 1985; Akıncı, 1998).

Kuh ve Whitt 1988'deki çalışmalarında; kurum kültürünü, üniversite ve fakültelerde, kişi ve grupların tutumlarını şekillendiren; değer, norm sistemleri, uygulama, hipotez ve inançlar olarak tarif etmekte ve kurum kültürünün kampüs kapsamında ve haricinde, eylem ve olayların asıl manasının yorumlanabilmesi amacıyla bir kaynakça çerçevesi oluşturduğunu savunmaktadırlar.

Cameron ve Freeman'ın 1991'deki çalışmalarına göre; üniversitenin belirleyiciliği ancak tesir altına alabilmesi ile mümkün kılınırken diğer taraftan da kuvvetli bir kurum kültürüne sahip olması savunulur. Bu dikkate alındığında kökten bir kurum kültürünün, üniversite veya bölümlerin başarıları ile doğrudan bağlantısı olduğu yorumlanabilir.

Becerikli (2000) çalışmasında kurum kültürünün aktarılabilir, öğrenilebilir ve paylaşılabılır bir durum olduğunun altını çizmiştir. Yazar yeni yönetim şekilleri ve

örgütlenme meydana getirmenin önemli boyutta kültürel bir farklılık yapmak manasına geldiğini gözler önüne sermektedir. Becerikli (2000) yeni oluşturulan kurum kültürü sıfırdan hayat şekli ve bu hayat şeklinin kurumun bütün ünitelerince benimsenmesi manasını taşıdığı tezini savunur.

Özkalp ve Kirel (2001) ise çalışmalarında tüm kurumların aralarında farklılık gösterdiği, işleyiş, kural ve değer tarzlarının tümü kurum kültürü başlığı altında incelemektedir. Okay, 2003'teki çalışmasında, kurum kültürü personelin kurumla özdeşleşmelerini basitleştirir tezini savunur. Personele belli tutum biçimleri arz ederek, personeli koordine eder ve yönlendirir tanımını yapar. Diğer taraftan kurumun, personeli motive ettiğini ve duygularında farklılık yarattığını ifade eder. Scholz'un kurum kültürünü üç işlevde ele almasına da değinir. Bunlar koordinasyon, motivasyon ve bütünleştirmedir.

Kurt, 2016'da yaptığı çalışmada kurumların, yöneticisi, çalışanı, paydaşı veya müşterisi konumunda bulunalım, kendine özgü, kendisiyle alakalı bizlere bir şeyler aktaran yapısı bulunduğunu savunur. Herhangi bir mekâna gittiğinizde bekleme alanına konumlandırılan mobilyalardan, personele, ofisine konuk olduğunuz bireyin sizinle tokalaşmasından, ofisindeki eşyaların konumlandırılmasına ve renklerine dair her detay, bahse konu kurumla ilgili bizlere ipuçları vermektedir. Tüm bu ipuçları bize kurum kültürü hakkında bilgiler vermektedir. Belirli bir kurum dikkate alındığında zihnimizde beliren bütün imajların temeli kurum kültürüne dayanır.

Ginevicius ve Vaitkūnaite (2006) çalışmalarında kurum kültürü niteliklerini: iletişim, karar alma, yönetim biçimi, özendirme sistemi ve ödüllendirme, amaçlar ve strateji, dayanışma ve işbirliği, bütünleşme ve koordinasyon, adaptasyon, inovasyon, öğrenme, değerler ve kurallar, normlar, organizasyon oluşumu, dış çevresi ile alakalı konularda sergilediği tutum, kontrol mekanizması, örgütsel iklim, bilgi paylaşımı,

uzlaşma, çalışanlara ilgi, çalışanların özgürlük ve sorumluluk dereceleri, çalışanları seçme sistemi, çalışanları güçlendirme, misyon, vizyon ve politik mevduatlar olarak tanımlar.

Morrison, Brown ve Smit 2006’da yaptığı çalışma ile kurum kültürü literatürü için çok katmanlı ve geniş boyutlu kültür niteliklerinin var olduğunu vurgular. Tanımlamalar geniş ve derin bir kültürü yansıtsa bile genel çoğunluk organizasyonel etkinliklerle örtüşmektedir. Ravasi ve Schultz ise (2006) kurum kültürünü, anlam üretme, ortak bir kimlik oluşturma, değişimi yönetme ve çalışanları etki altına alma süreci kapsamında önemli bir araç olduğunu ifade ederler. İncelemeler için kurum kültürünün personelin karar verme, günlük uygulama ve iletişimlerini algılamak ve yönlendirmek amacıyla merkezi bir konuma haiz bulunduğunu savunurlar.

Akyar, 2007’deki çalışmasında topluluklarda olduğu gibi kurum ve kuruluşlarda da kişiler bir toplum şeklinde yaşam sürdüklerini ve kişiler arası karşılıklı teması ön planda tuttıklarını savunur. Bireyler hayatlarında arzuladıkları istikrar ve uyumu hizmet sundukları kuruluştaki da arar durumdadırlar. Amaçlarını gerçekleştirme sürecindeki işletmeler bahse konu uyumu da sağlamalıdır. Kurum içi uygulamalar, personelin ortaklaşa hareket ederken bunu düzen kapsamında sunmalarına imkân tanımaktadır. Kurum içi yürütüm esası birey ilişkileri ve bireydir. Bir kuruluşun güvenilir olması, personelin hizmet sunma sürecinde düzenli bir çalışma ortamında, karşılıklı anlayışla sergilemesi ile mümkündür. Bahse konu zeminin oluşumu kurum içi uygulanan iki olgu ile mümkündür. Bu olgular dayanışma ve sosyalleşmedir.

Özdemir 2011’deki çalışmasında, kültürlerarası iletişim” konusunda, iki temel nosyon çerçevesinde biçimlenmektedir tezini savunur. “Kültür” ve “İletişim”. Kültür, bir topluluğun her çeşit simgesel ve maddi kuruluşları ile bu kuruluşların sahaları kapsamındaki bağlantılar, şekiller, pratikler ve örüntülerdir. Kültür ilk önce bir yaşam

şeklidir ve gündelik hayat zarfındaki yürütümleri ve bir takım insanoğlunu ötekilerinden değişik kılan alışkanlıkları ve gelenekleri kapsar. Kültür, kişinin topluluğun bir ferdi olarak, iletişim sağlamasına, belli vaka ve tutumları değerlendirmesine ve yorumlamasına yardımcı olan değerler, sembol ve düşünceler dizisidir. İletişim de “insanoğlunun ortaklaşa hareket ile topluma ilişkin gerçekliği yaratıp sıraladıkları süreçtir” (Özdemir, 2011, s. 29-38).

Kula 2012’deki çalışmasında kuruluşlar değişik değer ve inançlara haiz bireyleri, tanımlanmış hedef dikkate alınarak ortak kültürel zeminde buluşturan alanlardır görüşünü paylaşır. Değişik değer ve inançtaki bireyler, kurum kültürünün yaşatıldığı bir ortamda kendilerini temsil etme olanağına sahip olurlar. Kuruluş personeli, kuruluşların mali ve fiziksel kriterleriyle beraber ortak bir hedef uğruna bir araya gelerek, kurumsal sistemi meydana getirirler. Kurumsal sistem, kuruluş kapsamında değer, farklı inanç, tutum, fikir, davranış, ahlak düşüncesinin birlikte konumlandırıldığı ve bütün bahse konu değerlerin ortak adı olarak ifade edildiği “kurum kültürü” aracılığıyla temsil edilir.

Akgöz ve Engin (2014) çalışmalarında kurum kültürünü, kurumların “çeşitli kültür özelliklerine haiz kişilerden meydana gelir” (s.135) diye tanımlar. Kurum kültürü niteliksel olarak düşünüldüğünde ayırt edici ve fark yaratması en vazgeçilmez özellikleri olarak tanımlanabilir. Grup bireyleri arasında kurum kültürünün başka bir önemli farklılığı ise, yazılı olmayan ve paylaşılan inançlardan ve ortak değerden ortaya çıkmasıdır. Kurum kültürü kendi iç dinamikleri dikkate alınarak geleneklerden, yönetim şekline, kurum etrafı ile mevcut ilişkilerine, değerlere ve inançlara varıncaya kadar fazla mevzuyu çevreleyen bir nosyondur. Bu sebeple, kurum yapısı mercek altına alındığında, kurumla alakalı her konu dikkate alınmalıdır.

Becerikli (2014)'deki araştırmasında örgüt içi iletişim kanallarının devamlı olarak aktif bir şekilde işletilmesi ve açık tutulmasının, örgüte henüz gelen çalışanların; örgüt içi iletişim yöntemiyle örgüte ilişkin haberdar olmalarının sağlandığını, çalışanların örgütteki iş arkadaşlarına ve görevlerine intibak etmelerini sağlayacağını, örgütün kültürel inanç ve değerlerinin çalışanlara iletilmesinin, örgütün kültürel değerlerinin kabullenilmesini basitleştirmekte olduğu görüşünü paylaşır.

Sarak, 2015'teki çalışmasında bazı araştırmacıların kültür ile ilgili tanımlamalarına değinir; "bilginin, sanatın, ahlâkın, inancın, hukukun, örf ve adetlerin ve topluluğun bir ferdi olarak bireyler tarafından kazanılmış alışkanlık ve diğer yeteneklerin karmaşık bir bütünü" olarak tanımlanır.

Karadoğan Doruk ve Savaş, 2017'daki çalışmasında kurum kültürünün meydana gelişinde iç etkenler kadar dış etkenlerin de önem arz ettiği düşüncesindedirler. Rekabet ortamında dış çevre etkisine dikkat çekerek kurumun kültürünü, diğer bir anlatımla özellikle kişiliğini etki altına alabilmektedir. Rekabet dünyasında fazlaca kurum bulunması ve bahse konu kurumların pazara hakimiyet oranları, kurumların kişiliklerini gerçekten etki altına alan kriterler arasında incelenebilir. Tehdit altında olduğu düşüncesi ile kurumlar güç yönelimli ve geleneksel kültürler oluşturarak kendi varlıklarını koruma yolunda önlem alabiliyorlar. Benzer tutumla rekabet ortamına daha sonra dahil olan kurumlar doğrudan rekabet ortamı kapsamında doğduklarından daha saldırgan aksiyonlara teşvik tutumu içerisinde kültürler meydana getirebilmektedirler.

Vural ve Erkan (2018) çalışmasında kültürü, toplumun kendine has düzen ve en birincil yapılarını meydana getiren kavram olarak tanımlamaktadırlar. Kurumlar için de kültür çok önem taşımaktadır. Kurum kültürü kavramı üzerinde çok tartışma ve çalışma mevcuttur. Toplumlara has olan kültürler, o toplumun ne şekilde

değerlerini, örf, normlarını, adetlerini kapsıyorsa ve toplumdaki fertler bunu kabulleniyorsa, kurum kültürü de çalışanlar düşünüldüğünde anlaşılıp bahse konu kültür kapsamında düzen oluşturmaktadır. Bir ailenin ırkını anımsatan kurum kültürüdür. Kuşaktan kuşağa iletilen düşünceler, fikirler ve imajlardan meydana gelen kurum kültürüdür. Ailenin dünden bugüne dek üstlendiği bütün pozitif değerleri, düşünceleri, inançları, anıları ve hikayeleri kadar kurum kültürü de kazandığı norm, değer ve hikayelerle meydana gelmektedir. Bir ailenin kökenleri kadar kendisini de sürdürmekte olan kurumlardır. Kurum kültürü ve gelişimi sonrasında Yenilikçi Kültürü irdelemek ve yapılan tanımlamalara değinmek yerinde olur.

2.1.1 Yenilikçi Kültür

Akkoç, Turunç ve Çalışkan, 2011 yılındaki çalışmalarında, Osterloh ve Frey'in (2000) çalışmalarına atıfta bulunurlar. Yenilik senelerce türlü tanımlamaları kapsayacak biçimde mana kazanarak kesimsel, yöresel, proje ve işletme seviyelerinde ve değişik şekillerde araştırılarak değerlendirilmiştir. Yenilikçilik; etkinlik, verimlilik ve örgütsel rekabetin temin edilmesinde işletmeler düşünüldüğünde epey önemli bir kavramdır.

Çalışkan, 2013'teki çalışmasında kabul görmüş bir kültür olarak tanımlar ve yeni düşüncelere açık bulunmayı, esnekliği ilke edinen yenilikçilik yaklaşımı, sorunların çözümlemesi amacıyla yeni fikirlerin oluşturulması, yeni kazanımlar edinilecek şekilde yeni düşüncelerin, yeni yapıt ya da sürecin, yeni bir kurumsal veya yönetsel yöntemin tatbik edilmesi olarak söz ederler.

Özyer ve Gözükar, 2016 yılındaki çalışmalarında; Dombrowski, Kim, Desouza, Braganza, Papagari, Baloh ve Jha'n (2007) çalışmalarına atıfta bulunur. Kültür bölümlerinden biri olarak gördüğü Yenilikçi kültürü benimseyerek Dombrowski ve diğerleri, örgütsel yenilikçi kültürü sekiz kategoride inceler: (1)

Liderlik, (2) Esneklik, (3) Güvenli Alanlar, (4) Süre Kısıtı, (5) Demokratik İletişim, (6) İş birliği, (7) Yenilikçi Misyon ve Vizyon İfadeleri ve (8) Dürtü.

Özyer ve Gözükar, 2016'daki çalışmalarında yenilikçi kültürün meydana gelmesinde personelin yeniliğe razı olması ve uyum sağlamaları ne denli önemli ise örgütsel yaratıcılık öğrenme arzularının kurum kapsamında meydana getirdiği kültür zeminini de o denli güçlü kılmaktadır tezini savunurlar. Tam da buradan hareketle, kurumların örgütsel yaratıcılık öğrenme isteklerinin, örgütsel yeniliği koalamaları güdülemenin azımsanamayacak derece de tesiri olduğu düşüncesindedirler.

Yavuz Konokman, Yokuş ve Yanpar Yelken ise, 2016'daki çalışmalarında Elçi'nin 2011 yılında hazırladığı çalışmaya atıfta bulunurlar. Tekrardan yapılandırılan eğitim sisteminin yenilik, yaratıcılık ve girişimcilik kültürünün kişilere genç yaşlarda verilmesi ve bütün eğitim dönemleri üzerinde durulması, irdelenmesi gerektiği savunulur. Bu yazarlar eğitim sisteminin bu sebepleri dikkate alınarak, yenilikçi kişilerin yetiştirilmesini öngörecektel şekilde yapılandırılması, tasarı yorumlama faaliyetlerinin yenilikçilik niteliklerine önem arz etmesi ve öngörülen öğretim çalışmalarının yenilikçiliği geliştirmeyi merkeze koymanın önemini vurgularlar.

Oyman ve Göksel, 2019'daki çalışmalarında; Erol'un 2018'deki çalışmasına atıfta bulur. Kurumların yenilikçi bir kültüre haiz olmasının ancak, yeni düşüncelerin sunulması, benimsenmesi ve hayata geçirilmesine imkân tanıyan bir ortamın oluşturulması ile mümkün olabileceği savunurlar. Bu ortamın oluşturulması öncelikle lider konumundaki kişilerin personeli yeniliğe yüreklendirmesi, akabinde ise personelin yeni düşüncelere karşı istekli, ilgili davranmaları durumunda olabileceği görüşündedirler.

Çalışkan, Akkoç ve Turunç, 2019'daki çalışmasında PerdomoOrtiz ve diğerlerinin (2006) yaptığı tanımlamaya atıfta bulunurlar: "Kurumlar, çalışmalarını

düzenli iyileştirmek ve geliştirmek amacıyla, ne olursa olsun dinamik ve stratejik bir rekabet üstünlüğü olan yenilikçi kültür kapasitesini sağlamak ve onu iyi yönetmek zorundadırlar” (s.94-111) tanımını yaparlar.

Özay, 2020’deki çalışmasında Demirel’in 2008’deki çalışmasına atıfta bulunur. Bilgi paylaşmayı yaygınlaştırmanın Yenilikçi örgütsel kültürü oluşturmadaki en önemli adım ve artı değer olduğu görüşünü savunurlar. Yöneticinin ana sorumluluğu olarak bilgi kültürünü meydana getirmek, bilgi yönetiminin temel yapısını oluşturmak ve ekonomik yönden faydaya dönüştürülmesinin sağlanmasını irdelerler.

Cerit, Aytur Özen ve Ekici, 2021’deki çalışmalarında İspir’in 2018’deki çalışmasına atıfta bulunurlar. Çalışan performanslarının artması Yenilikçi bir örgüt kültürü ile sağlanabilir tezini savunurlar. Bu yazarlara göre personel performansını yükseltmek amacıyla, kurumsal hedefler kapsamında personelin ifa ettikleri işle alakalı iş doyumu sahip olunmalı, görevlerinde onların yenilikçi tutumlarını beslemek ve yenilikçi tutumlarını geliştirebilecek zemin oluşturulmalı, sonrasında ise onlarda arzulanan performans aranmalıdır. Bahse konu zeminde; kendini ifa ettiği iş merkezinde yenileyen, yenilikleri kabul eden, yeni düşünce ve fikirleri uygulayan personel konumunda görünecek ve onların başarısı yükselebilecektir. Tüm bunlar dikkate alındığı zaman kurumun performansı da pozitif yönde bir ivme kazanmış olacaktır.

2.1.2 Yükseköğretim Kültürü ve Akademik Kimlik

Tierney, 1988’deki çalışmasında politika yapımcıların ve yöneticilerin öz bağlamları kapsamında, etkisi yüksek stratejiler yürütebilmeleri amacıyla kültürün bileşen ve yapılarını idrak etmeleri ve öz kültürlerini çözümleyerek sistem ve kurum

dahilinde performansı yüksek etkili konuma ulaştırabilmelerinin önemi vurgulanmaktadır.

Kotter ve Heskett, 1992'deki çalışmalarında değişik kültür çeşitlerinin bilhassa değişim zamanlarında eğitim kurumlarının idarelerini basitleştirdiğine vurgu yapmaktadırlar. Bu görevlerin çoğunluğu ya da tamamı kültür yönünden kabul gördüğünde yenilik ve çevresel değişimlere daha basit adaptasyon sağlanabilmektedir. Çetinsaya, 2014'teki çalışmasında Türk yükseköğretiminin en vazgeçilmez stratejik kriterlerini nitelik, uluslararasılaşma ve büyüme olarak vurgular.

Karsantık, 2019'daki çalışmasında ise yükseköğretim kültürünü yükseköğretim kurumları kapsamında değerlendirerek konumlandırıldığı ülke kültür ve koşullarından gerçekten etkilendiğini ifade etmektedir. Bunun gibi yükseköğretim kültürü boyutları da değişmektedir.

Karsantık ve Çetin, 2020'deki çalışmalarında Yükseköğretim kurumlarının devamlı değişim içerisinde topluluk ile bağlılık göstererek kendisini de yenileyerek geliştirmek suretiyle uyum sağlamanın da ötesinde rakip yükseköğretim kurumlarına nazır rekabet üstünlüğünü koruyabilir pozisyonda olmasının önemli olduğunu savunurlar. Shein'in 2004'teki tanımına da atıfta bulunurlar ve; örgüt kültürünü geliştirme konusunda ana hipotezlerin içsel bütünleşme ve dışsal uyum kapsamında zemin oluşturacağını ifade ederler.

2.1.3 Kurum Kültürünün Akademik Kültürle İlişkisi

Köktürk, 2006'daki çalışmasında kültürü “tabiatta hazır biçimde olmayan, daha sonra oluşturulan ve üretilen bir yapı” (s.223) şeklinde tanımlar. Ruben (2009) ise çalışmasında kurum kültürünün zamanla meydana gelen değerler, hikâyeler, iletişim kalıpları, normlar, gelenekler, kurallar, tercih edilen süreçler ve uygulamalardan oluştuğunu ifade eder.

Kurnaz, 2010’da Tunç ise 2007’deki çalışmalarında lisansüstü eğitim almış ve akademisyen insanlara göre; üniversiteler araştırmalar yürüten kurumlardan çok ğretim hizmeti sunan kurumlar olduklarını saptamışlardır. Akademisyen kişiler toplumsal sorumluluğa ynelememekte, bunun sebebi olarak da daha fazla akademik kadro yükselmesi için zorlama ile yüz yüze kalmalarını göstermektedirler. Dahası akademisyen kesim, uyguladıkları araştırmalardan politika yapım sürecine ve uygulamaya dönük istenilen seviyede faydalanmadıkları düşüncesi ile toplumsal fayda hususunda güdüleme yetersizliği sezinlemektedirler.

Tomlinson, 2013’teki çalışmasında kültür için kişilerin sembol ve imgeler aracılığıyla temsiliyet imknı sunduklarını bahse konu pratikler ile sosyal yaşam alanında düzenleyiciler ve anlam ifade etmeleri olarak faydalandıkları vaka olarak tanımlamaktadır.

Mengi ve Schreglmann, 2013’teki çalışmalarında; dış faktörlerde çevresel etkileri merkeze alarak akademisyenlerin bilimsel araştırma çalışmaları konusu irdelendiğinde olumsuz etkilendiğini savunurlar. Bu doğrultuda; özendirme ve destek yetersizliği, zaman yetersizliği, güdüleme eksikliği, örgütlerdeki araştırma kültürü yetersizliği, çalışan desteği hususundaki eksiklikler ve belirli oranda ekonomik destek sorunları negatif etkenler olarak yorumlanmıştır.

Yüksel, 2019’daki çalışmasında herhangi bir kurumun kültürel değişimi ve kültürünü, o kurumda görev yapan bireylerin tercihleri ve iletişim pratikleri incelenerek analiz yapılabileceğini savunur. Bulut, 2020’deki çalışmasında kültürü her lisan ya da coğrafya üzerinde yaşam süren ve gelişen bir süreç ile meydana geldiğini tanımlar. Bu sebeple dahil olunan her yeni ortam henüz keşfedilmemiş bir kültüre uyum sağlamak ve ona alışma süreci demektir. Kültürün yayılması kitle iletişim araçları ile sağlanabilir.

Ergun, 2000'deki çalışmasında kültürün ulusal boyuta taşınması amacıyla sosyal yaşayış biçimi dikkate alındığında, belli bir toplum bireylerinden düşünce, inanç, davranış ve duygu ilişkilerini temsil ettiğini öngörmektedir. Pado ve Tezcan, 2018'deki çalışmalarında Fukuyama'nın 2008'deki çalışmasına atıfta bulunurlar ve kültürü hükümet politikaları, işletmeleri ve kurumları etkisi altına aldığını ifade ederler. Bahse konu özellik nedeniyle kültürü yönlendirici konumuna taşır.

2.1.4 Yükseköğretim Kültürü ve Kalite Yönetimi

Özdoğan Özbal, 2018'deki çalışmasında Nartgün ve Kurt'un 2014'teki çalışmasına atıfta bulunur. Yükseköğretim idarecileri dikkate alınarak yürütülen çalışmalarda temin edilen verilerle idarecilerin kişisel düşünce hareketlerinin kurumsal hareketlerine etkide bulunduğu neticesine varılmıştır. Yazarlara göre Yükseköğretim idarecilerinin kişisel düşünce hareketleri kurumsal hareketlerine alışkanlık, kişilik, kültür, kurum ve yapısal sebeplerine etkide bulunmaktadır. Kişinin dikkatini çeken alanlar, becerileri, davranış ve tutumları, fiziki görünüşü ve konuşma tarzının hepsi bir bütün meydana getirerek onun karakterini oluşturur aynı zamanda alışkanlık da sürekli davranışlardandır. Bu sebeple karakter ve alışkanlık merkezinde yükseköğretim idarecilerinin kişisel planlamaları kurumsal planlamaları etki altına almaktadır. Kurumsallaşma da planlama süreci önem arz etmektedir. Kurumsallaşma neticesinde oldukça çok eylem ve yapı düşünce de kural konumuna gelir (Erel, 2012). Kurumların meydana getirdiği bu kurallar faaliyet kurallarını da tanımlamaktadır. Bireyler kurum özellikleri ile kişisel özelliklerini karşılaştırarak bir ilişki oluşturmakta ve bu yönde faaliyetlerini yürütmektedirler. Yapısal ve kültürel sebepler ise kişilerin hayatlarında devamlılık arz eden tutumlar olmalarından dolayı kişilerin kurumsal planlamalarını etki altına almaktadır.

Köse ve Korkmaz, 2019'daki çalışmalarında Yükseköğretim için önemli stratejik temelin performans ve nitelik gelişimi olduğunu vurgular. Nitelik ve kurum kültürü ilişkisinde genel bir yorumlamaya gidildiğinde; kalite, performans ve dış kontrol yorumlaması ile alakalı uygulamaların yükseköğretim kurumlarındaki kurum kültürü üstünde dönüştürücü bir etki yarattığı savunulur.

Kekeç Morkoç ve Erdönmez, 2018'deki çalışmalarında; Yükseköğretim kurumlarının araştırma, eğitim-öğretim ve topluma hizmet sunmak üzere temel üç işlevi bulunduğunu savunur. Üniversitelerin bahse konu işlevlerini yerine getirmesinin de arzulandığını hatırlatırlar. Topluluğu ileri taşıyacak olan eğitim kurumlarının kurum kültürüne haiz olması ve görevli personelin bu mevzuda hassas olmasının büyük önem taşıdığına değinirler. Üniversitelerin kadro oluşumu sırasında benimsenen eş kavram ve anlamlar üzerinde hemfikir olunmasının önemine vurgu yaparlar. Öğrencilerin hayat standartlarını yükseltecek tedbirleri bekletmeden alınmasında ve geleceğimizi teslim edeceğimiz gençlerimizin düzgün yetişmesinde zemin oluşturacak çalışmalarda hep birlikte çalışmanın önem kazandığına kanaat getirirler.

Parlıyan, 2022'deki çalışmasında eğitim sektöründeki geçerli yöntemleri öğretim programları, eğitimin sürekliliğini yükseltmek amacıyla yararlanılan materyal ve yaşam süresince yetiştirmeyi hedefleyen eğitim sektöründeki kişiler, kalite kavramı önemini giderek daha çok idrak etmektedir tanımını yapar. Kaliteli eğitimle sunulan beceri ve bilgileri doğru zamanda ve yerde değerlendiren, gelişime, değişime ve yeniliklere öncü, zümre çalışmasına uygunluk gösteren, uluslararası ve ulusal kültür deneyimine sahip, gereksinimlere yanıt veren vasıflı kişiler yetiştirmek amacıyla gerekli görülen standartların tespit edilmesinde akreditasyonun ciddi bir payı olduğunu irdeler. Parlıyan (2022) küreselleşen çevrede öğretim ve eğitim sektöründe başarı elde

etmek, kalite yönetimi, kalite, kabul görmüş akreditasyon standartlarına bağlı davranış sergilemekten geçmektedir görüşünü savunur.

Taş ve Aksu, 2011'deki çalışmalarında Aksu'nun 2002 yürüttüğü çalışmasına atıfta bulunurlar. Personelin kurum kapsamında kısa sürede farklılıklara uyum sağlamak konusunda güçlük yaşaması hizmetlerin hızlı olmayan bir şekilde ve kimi zaman da durma noktasına varmasını neden gösterirler. Bahse konu pozisyonlarda yönetimin personeli etki altına alması ve personele görüş sunması açısından önemli görülmektedir tezini savunurlar. Yönetimde bulunan bireylerin iyi bir lider olabilmesi amacıyla kurumda etki yaratabilmesinin önemine değinirler. Hem yöneticilik hem de liderlik yeteneklerini bir arada kullanabilen bir sistem olarak görülen toplam kalite yönetimi olduğu vurgusunu yaparlar. Toplam kalite eğitiminde, devamlı gelişme yöntemi ile bütün personel ve öğrencilerin aktif olarak katılımında oldukları, artan müşteri tatmini ile tasvir edilen bir eğitimsel kültür olarak tanımlarlar.

Karalar, 1997'deki çalışmasında “kalite yönetim sisteminin ayırt edici özelliklerine şöyle değinir: öncelik verdiği kalitedir, kurumlarda bölüm / birimlerin birbirlerini tüketici konumunda görmesini sağlar, yöneldiği tüketicidir, devamlı gelişme hedeflenir, saygı duyulan insandır ve katılımcı yönetim önemlidir. Yanlılıkları karşılamaya dönük, çalışma yönteminin istatistiksel ve veri olarak kullanıldığı bir yaklaşım takip eden üst yönetimin liderliğini anlatır” (s.14-42) tanımını yapar.

Harvey ve Stensaker 2008'deki çalışmasında eğitim kurumlarında kalite kültürü sorgulama, analiz ve etkileşim / iletişim amacıyla ihtiyaç duyulan bir yöntemdir ve cevaplayıcı, yenileyici, üretken ve tepkisel gibi dört çeşit kalite kültürü tanımlanmaktadır.

- Yanıtlayıcı kültür, dış taleplere ve beklentilere hassas,

- Tepkisel kültür, beklentilere ve dış taleplere reaksiyon vermektedir,
- Yenileyici kültürün önemseydiği içsel gelişmelerdir.
- Üretken kültürün arzuladığı süregelen durumun korunmasıdır.

Pekçok eğitim kurumunda bulunan bahse konu kültürlerin fark edilmesi ve kurum kültürü ile yapısının, kalite ile ne şekilde ilişki kurulabileceğinin tespit edilmesi amacıyla bir temel nokta belirlenmelidir görüşünü paylaşırlar.

Kukut, 2021'deki çalışmasında; Doğan (2002) ve Eren'in (2004) çalışmalarına atıfta bulunur. Merkezine değişimi konumlandıran yönetim anlayışlarını varyasyon idare sürecinde yararlanan kurumların, süreci güvenilir tamamlarken var olan yapılarını da perçinleyebilmektedirler. Merkezine değişimi konumlandıran yönetim anlayışlarından biri olarak toplam kalite yönetimi yaklaşımı gösterilmektedir. Devamında ise yönetim aşamalarında kontrol sürecini her kademedede işleme tabi tutularak kalite güvenliğini elde etmek ve kalitenin sürekli yeniliklerle sunulması hedeflenmektedir. Eğitim kurumlarında yönetim ünitesinin bahse konu anlayışı esas kabul etmesiyle değişim yönetimi süreci bütün kurum organlarının iş birliği ve aktif katılımı kapsamında faaliyet göstermelerine zemin oluşturacak, huzur ve güven havasını oluşturacak ve “etkili yönetimin” temeline zemin sağlayacaktır.

2.1.5 Yükseköğretim Kurumlarının ve Yükseköğretim Kültürünün Yönetimi

Kukut, 2021'deki çalışmasında örgüt kültürünü iyi bilen ve zamanın sunduğu farklılıkları izleyen elverişli durumları iyi analiz edebilen etkili liderler, merkezine değişimi konumlandıran yönetim anlayışlarıyla kurumun yararlarına paralel bir düzende değişimi güvenilir idare edebilmektedir ve önemli bir kriter olarak da dağıtılmış liderlik ile pozitif örgüt kültürü zemininin oluşturulabileceğini ileri sürmektedir.

2.2 Çevresel Koşulları

Kotter ve Heskett 1992'deki çalışmalarında değişik kültür çeşitlerinin bilhassa farklılık süreçlerinde üniversite idarelerini hafiflettiği konusunda ifade paylaşmaktadırlar. Bahse konu görevlerin tümü ya da fazlası kültür aracılığına dayandırıldığında çevresel yenilik ve farklılıklara henüz zahmetsiz uygunluk gösterebilmektedirler tezini irdelerler. İşte tam da bu noktada ideal bir kültürün altta listelenen görevleri basit hale getireceği savunulmaktadır:

- Kimler ile iş yapıyoruz? (Koordinasyon)
- Kimler ile görüşüyoruz? (İletişim)
- Değişik bakış perspektifleri neler? (Gelişim)
- Biz kimiz? (Tanımlama)
- Neden çalışıyoruz? (Motivasyon)

Sporn, 1996'daki çalışmasında çevreyi daha fazla yükseköğretim kurumlarının öğretim ve araştırma çalışmalarıyla topluluk merkezli sorumluluk üstlendiği, evren etrafındaki üniversiteler ile ortak iş yürüttüğü ve türlü endüstri kurumları ile projeler sürdürdüğü dış paydaş tanımları ile bağdaştırır.

2.3 Kurumsal Kimlik Kuramları

Akıncı Vural ve Erkan 2018'deki çalışmalarında Kurumsal kimliği sıradan bir nosyon olarak tanımlasalarda esasen stratejik önem arz eden yönlendirilmesi kaçınılmaz olan bir zaman dilimi olarak bahsederler. Kurumsal kimliğin başka bir önemli kriteri de kurumsal imajın meydana gelmesindeki geniş hükmüdür. Kurumsal kimlik yönünden dayanıklı olan kuruluşlar, pozitif imajın meydana gelmesinde önemli bir üstünlüğe haizdir. Pazarlama sahasında önceki yıllar incelendiği zaman değişim fark edilmektedir. Hizmet ve ürünlerin temin edilmesi, sahip çıkılması olumlu bir vakaya dönüştürülmesi amacıyla satış geliştirme, reklam, halkla ilişkiler vs.

benimseme faaliyetleri uygulanırken; günümüzde tüketici istek ve algıları ve de merkeze koydukları alan değişmiştir. Kurumsal iletişim, ürün arz ve talebi, müşteri ilişkileri vs. faaliyetleri daha da önemli hale gelmiştir. Kuruluşların kendisini tanıtmaya ve temsil edilmesinde kurum kimliğinin önemli görevi söz konusudur. Kuvvetli bir kurumsal kimlik sürekli dayanıklılığı olan bir imajı da meydana getirebilecek efordadır.

Bir 1994'teki çalışmasında Kurumsal kimliği iyi tasarlanmış bir kurumun birtakım izlenimlere dönüt vermesi gerektiği savunulur. Bahse konu izlenimleri de listeler:

- İyi idare edilen
- İyi hizmet oluşturan
- Kaynakları doğru kullanan
- Kapasitesi yüksek bireyler ile çalışan ve bu intibayı yayan
- Yenilikçi
- İyi mali yönetime haiz olan
- Çevreye ve yaşam sürdürdüğü alana karşı sorumluluklarının bilincinde
- Yatırım izlenimlerinde uzun soluklu olan şekilde listeler.

Akdağ 2006'deki çalışmasında kimlik için yaptığı açıklamada yalnız kişiler düşünüldüğünde değil, benzer şekilde kuruluşlar düşünüldüğünde de önem arz ettiğini savunur. Kimlik rastgele bir şeyi tanıtan bütün boyutlar olarak incelendiğinde; benzerlik, özellik, değişiklik, karakter, kendilik ve kişilik vs. birtakım hususlarla kimlik izah edilmektedir.

Kocabay 2006'daki çalışmasında kimliği kurum kimliği, bireysel kimlik ve kolektif kimlik olmak üzere üç kategoride inceler:

Kurum Kimliği:

- Esener 2006'daki çalışmasında Kuruluşlar rekabet sürecinde üstünlük kazanmak, rakiplerinden farklı olmak, personelin kurum kapsamında uyum göstermesi ve kurumla bütün hareket etmesi amacıyla bir kimliğe gereksinim hissetmektedir. Kuruluşun kendisini tanııtma şekli ve temsili kurum kimliği olarak ifade edilebilir görüşünde. 'Personel tarafından, kuruluşun kendisini ne şekilde temsil ettiği ve kuruluşun merkezindeki topluluk, temsil sürecinde tüketicinin nasıl idrak edileceği konusundaki etkinlikleri içermektedir. Logo, amblem, kuruma özgü dış ve iç tasarım, ürünler, ambalajlar vs. görsel faktörler haricinde kurumsal davranış, kurumun iletişimi, kurum felsefesi birbirleri ile etki halinde ve bu bütün faktörler kurum kimliğini meydana getirmektedir' tanımını yapar.
- Akıar 2007'deki çalışmasında "Kurum kimliği temsili için renk, logo, desen biçimi meydana getirmek ve personel düşünülerek özel kıyafet tasarımları düşünmek" (s.48) olarak tanım yapar.

Bireysel Kimlik:

Babacan 2019'daki çalışmasında Akça 2007'deki çalışmasına atıfta bulunur. Kişisel kimlik değişik yanlarıyla (toplumsal cinsiyet, aile, bölge, sınıf, din, millet ve etni) ve genellikle durumsal olan değişik şart ve dönemlerle sınırlı önem seviyesi kararsız olabilir.

Kolektif Kimlik:

Okay 2013'teki çalışmasında; İnsanoğlu uzun süredir beraber yaşam sürdükleri şahısların kendilerini bir ekibe dahil görmeleri ve kabul edilmelerini arzulamıştır. Normlarını benimsediği takımların, bireyler için her daim çok önem arz etmiştir.

2.4 Kurum İçi İletişim

Vural Akıncı ve Coşkun 2007'deki çalışmalarında iletişim tanımını “günlük hayatımız dahilinde insanoğlu farklı mesajlarla karşılaşmakta ve devamlı iletişim etkinliği hazırlamaktadır. Yaşam kapsamında olmazsa olmaz bir kriter olarak iletişimi en yalın ifade ile, veri paylaşım olarak da ifade edebiliriz” diye savunurlar. Coombs 2001'de yaptığı çalışmasında; hedef kitle ve kuruluş ortamındaki teması yönetmek amacıyla iletişimden yararlanmak olarak ifade edilmektedir. Kurumsal iletişimin üç ana özelliğine vurgu yapmaktadır; yönetim, iletişim ve ilişki nosyonlarına değinmektedir. Hedef kitle ve kuruluş ortamındaki teması idare etmek kuruluşlar için geniş bir kaygı ortamı olarak tanımlanır. Bu sebeple kurumsal iletişim bir idare işlevi olarak yönetim fonksiyonlarının ciddi bir yanı görülen hedef kitle ve kurum temasını kullanmaktadır. Yönetim fonksiyonu aynı zamanda problem çözmeyi ve planlamayı da kapsamaktadır. Hedef kitle ve kurum temasını yönetmek amacıyla iletişim fazlaca önem arz etmektedir. Bunun nedeni de çift yönlü diyaloga açık olması ve bilgi paylaşımına imkân sağlamasıdır.

Sabuncuoğlu ve Tüz, 2005'teki çalışmalarında iletişimi: “kuruluşun hedef ve amaçlarına erişmesi, düzen kurması amacıyla ihtiyaç duyulan yönetim ve üretim sürecinde, kuruluşu meydana getiren bölüm ve sair unsurlar kapsamında eşgüdümü, motivasyonu, bilgi akışını, bütünleşmeyi, eğitimi, karar almayı, yorumlamayı ve kontrolü sağlamayı amaç edinerek belirli kurallar çerçevesinde yapılan iletişim sürecidir” (s.62-63). Personelin görevlerini ifa ederken ilgili yetişmesi isteniyorsa bilgi paylaşımında devamlılığın elde edilmesi süreklilik kazanmalıdır. Tam tersi durumda iletişim olarak biçimsel olmayan kanaldan yararlanılarak bilginin yaygınlaşmasına zemin oluşturulabilir ki bu organizasyon düşünüldüğünde negatif neticelerle sonuçlanabilir (Tiyek ve Sarıyıldız, 2018).

Karadağ 2020'deki çalışmalarında iletişimi, “kurumun hizmet vermesine zemin oluşturmak ve kurumun hedeflerine ulaşması amacıyla kurumu oluşturan birimlerle kurum ve çevresi kapsamında uygulanan devamlı bir veri ve fikir ilişkisi veya birimler dahilinde ihtiyaç duyulan ilişkilerin inşasına olanak bulma süreci” (s.43-60) olarak tanımlarlar. Karadağ, 2020'deki çalışmasında; “iletişim konusunda, çalışan ve kurum ortamında karşılıklı ilişki olarak görülmekte, güvenilir bir iletişim düzeni örgüt hedeflerinin personel gözünde de sahip çıkılması, personelin göreve motive olması aynı süreçte kurum ile bütünleşmelerini mümkün kılmaktadır” (s.43-60) tanımını yapar. Bu dikkate alındığında ise personelin kurum içi iletişim düzenine yönelik anlama, iletişim doyumu seviyesinin de önem kazanır duruma geleceğinden bahseder. Kurum içi iletişim süreci personelin motivasyonuna, kurumla bütünleşmesine, iş doyumuna, verimliliğine ve kurumsal bağlılığa etki yapmaktadır.

Kurumsal iletişimin etki altına aldığı bir başka nosyon ise kurumsal özdeşleşme nosyonudur. Dünya rekabet şartları kapsamında her kuruluşun kendisini kurum içi iletişim yönünden ölçmesi (anket uygulaması) ve yorumlaması önem arz etmekle beraber eğitim kuruluşlarındaki eksiklikler giderilmelidir. Eğitim kuruluşları da başka kuruluşlar kadar hedefleri bulunan, kişilerin meydana getirdiği, yönetilen ve yöneten personelin bulunduğu, etkileşim ve paylaşımın dolayısıyla bir iletişim düzeninin yer edinildiği kuruluşlardır. Topluluğun, kişinin ve iş camiasının ümitlerini sağlayacak donanım ve niteliğe haiz kişilerin yetişmesinde ciddi bir orana sahip yükseköğretim kuruluşlarının başarı ve kalitesi rekabet yönünden büyük bir belirti konumundadır. Hedefi başarıyı elde etmek olan eğitim kuruluşlarında da kurumla bütünleşme, kurum-personel ortamındaki alışveriş önemsenmeli ve kuruma olan pozitif anlamaları, kurumsal bağlılık ve özdeşleşme seviyeleri yüksek konumlandırılmalıdır. Akıncı Vural ve Erkan, 2018'deki çalışmalarında kuruluşların

esas hedefinde kurumsal iletişimin önemli bir yerde olduğunu savunurlar. Yazarlar iletişimin günümüzde önem arz ettiğini, iletişim ile teknolojinin birlikte yaygınlaştığını ve ilerlediğini, bu süreçte kuruluşlar da iletişimle izlenimlerini ve buna istinaden prestijlerini pozitif ya da negatif yönde etkilenecekleri kaygısıyla davranış sergilediklerini vurgularlar.

Van Riel (1995) ise kurumsal iletişimi; (1) pazarlama iletişimi, (2) örgütsel iletişim ve (3) yönetsel iletişim olarak üç kategoride incelemiştir. Buna göre: pazarlama iletişimi mali konularda en yüksek hisseye sahip alanı tanımlar. Reklamcılık, sponsorluk satış, promosyon gibi etkinliklerden meydana gelmektedir. Gürgen (1997) örgüte has hedefleri kapsayan hizmet oluşturmak ve örgüt kurulumundaki ekip ve bölümler, çevre ve örgüt arasındaki düşünce ve bilgi ilişkisini elde eden sosyal bir süreç olarak ifade eder. Erçelik (2008), Başyigit (2006) ve Candar (2015) ise çalışmalarında kurumsal iletişimin amaçlarını şu şekilde sıralarlar:

- Kurumsal etkinliklerin iş birliği ve istikrar kapsamında hazırlanmasını sağlamak amacıyla kurumda koordinasyon ve iş birliği ortamını yaratmak,
- Kurum hedeflerinin bütün organlarca benimsenmesi ve paylaşılmasına olanak sunmak,
- Düşünce ve duyguların anlatımlarına olanak vermek,
- İcraat neticeleri dikkate alınarak alakadar kişiye bilgi verilmesi ve denetimini sağlamak.
- Kurum bireylerine vazifelerinin ve işlev ile alakalı amaçlarının tamamını iletme. Bireylere vazifelerinin ne olduğu, nasıl, nerede, neyin, ne zaman, kimin ifa edeceği yönünde bilgi verilmesi belirsizlikleri yok etmek.

- Kurumsal ve kişisel problemlerin somut görünmesine yardım etmek ve problemlerin giderilmesi ve karar alınması amacıyla ihtiyaç duyulan bilgileri temin etmek.

Yönetişel iletişim ise zemininde üst yönetimin hedef ve amaçlarıyla iç paydaşların iletişimine dayanan bir oluşumdan bahsedilmektedir. Bu iletişim türünde yönetişel düzey çerçevesinde kuruma özgü önemli kaynakların elde tutulması ve elde bulundurulmasına hakkı olan çalışanlardır. Krone ve Putnam 2006'daki çalışmalarında değişik bakış açılarının öncelikleri farklılığa uğrasa da akademisyen kesim tarafından iletişimin; kuruluşlar düşünüldüğünde hayati bir kriter konumunda olduğu görüşü hemfikir oldukları tek noktadır. İletişimle kurumsal ilişkiler, anlamlar oluşturulur ve sürdürülür. Akyar, 2007'deki çalışmasında Aydede'nin (2002) yaptığı çalışmasına atıfta bulunur. İletişim temelini sağlıklı ve etkin yürütülebilmesi amacıyla uzmanların kurum içi iletişim program dizaynlarını oluştururken dikkat etmesi gereken kriterleri aşağıdaki gibi sıralar:

- Kurumda sendikalar ve personel arasında imzalanmış bulunan resmi toplu iş sözleşmeleri,
- Kurumun davranış şekillerini ve değerlerini aktaran kurum kültürü,
- Kurumun hedef ve amaçları,
- Kurum ve personel ortamındaki temaslarda farklılığın ihtiyaç duyulup duyulmadığı,
- Farklılık öngörülüyorsa iletişim programının bu farklılıklardaki görevi ve bunun nasıl yapılacağı,
- İletişim programının nasıl meydana getirileceği ve kimin kontrolünde olacağı.

Akyar (2007) aynı çalışmada kurumların etkin bir biçimde varlıklarını devam ettirebilmeleri amacıyla ilk olarak meydana getirmesi gereken kriter olarak güvenilir

bir iletişim zeminine vurgu yapar. Mevcut kurumlarda üst yönetimin önemseydiği kriterlerin temelinde personelin kendi ortamlarındaki ve personelin yöneticilerle olan ortamlardaki iletişim boyutunu irdeler. Kurum içi kullanılan araçlar konusunda Okay ve Okay 2001'deki çalışmalarında Wilhelm Sclair'in tanımlamasına yer verir. Sclair'in bahse konu araçları yazılı, görsel ve sözlü olarak üç kategoriye ayırdığı ifade edilir. Yazılı araçlar arasında kurum broşürü, yıldönümü yazıları, kurum kütüphanesi, bilgi verici kurum içi yazılar, kurumsal gazete, yıllık faaliyet raporları, kurum içi güvenlik düzenine ait yazılar, çalışan el kitabı, çalışanlar için bilgi verici mektuplar, yazı tahtası/kara tahta, kurum içi teklif sistemine ait yazılar ve yöneticiler için bilgi verici mektuplar yer alır. Sözlü araçlar arasında bölüm toplantıları, komisyonlar, personelle yapılan görüşmeler, seminerler/kurslar, bireysel görüşmeler, çalışma ekipleri, kurum toplantıları, telefonla edilen kurum bilgileri, açık kapı günleri ve idarecilerin konuşmaları yer alır.

Görsel araçlar arasında ise sergiler, dia gösterileri, televizyon, internet, intranet web sayfası, filmler ve afişler yer alır. Gençler 2020'deki çalışmasında, sözsüz iletişimi toplumsal kitlelere mesajların iletilmesi ve davranış farklılığının oluşmasında önemli bir tesir alanı meydana gelmesine sahip iletişimsel bir kulvar olarak tanımlar. Sosyolojik anlamının oluşması (sözsüz iletişim), kamuoyu destek ve güveninin sağlanmasında iletişim faaliyetleri ve bu faaliyetleri uygulayan liderin kazandığı özellikleri çok önemli görülmektedir.

2.5 Kurumsal İletişim Kuramları

Aberg'in Kurumsal İletişim Kuramı: Ertekin, Ilgın ve Yengin, 2018'deki çalışmalarında kurumların başarıyı yakalaması hedeflenir ve kurum kapsamındaki tüm paydaşların bir bütün olarak çalışması arzulanır tezini savunurlar. Aberg'in savunduğu iletişimin dört temel fonksiyonu aşağıdaki gibidir.

1. Düzenleme-Esas dış ve iç etkinlikleri beslemek,
2. İkna Etme-Uyuşma ve yapıt zemininde yer alma,
3. Bilgilendirme-Dış ve iç hedef toplulukları haberdar etme,
4. Bütünleştirme: Kişileri düzgün bir kurum vatandaşı konumunda sosyalleştirme (s.300-301).

Kurum personeli açısından değerlendirildiğinde kurumsal vatandaşlık davranışı olarak tanımlanmıştır. Bahse konu çalışma dikkate alındığı zaman bir kurumda kurumsal iletişim, aşağıdaki üniteler kapsamında yapılandırılmalıdır (s.301).

A. Temel Etkinliklerin Desteklenmesi

- 1: İç Destek: İç pazarlama, aktif çalışma talimatları.
- 2: Dış Destek: Dış pazarlama, kurumlar arası aktif iletişim.

B. Bilgilendirme

- 1: Kurum İçi Bilgilendirme: İçsel bilgilendirme çalışmaları.
- 2: Kurum Dışı Bilgilendirme: Dışsal bilgilendirme çalışmaları.

C. Kimlik Oluşturma

- 1: Ürüne Bağlı Kimlik Kazanma: Ürün kimliği meydana getirme, ürün imajı araştırması.
- 2: Kuruma Haiz Kimlik Kazanma: Kurum kimliği, kurum imajı araştırması.

D. Toplumsallaştırma

- 1: Göreve Başlama: Eğitim, işe başlama.
- 2: Kurum Tanıtma: Eğitim, kurum el kitabı

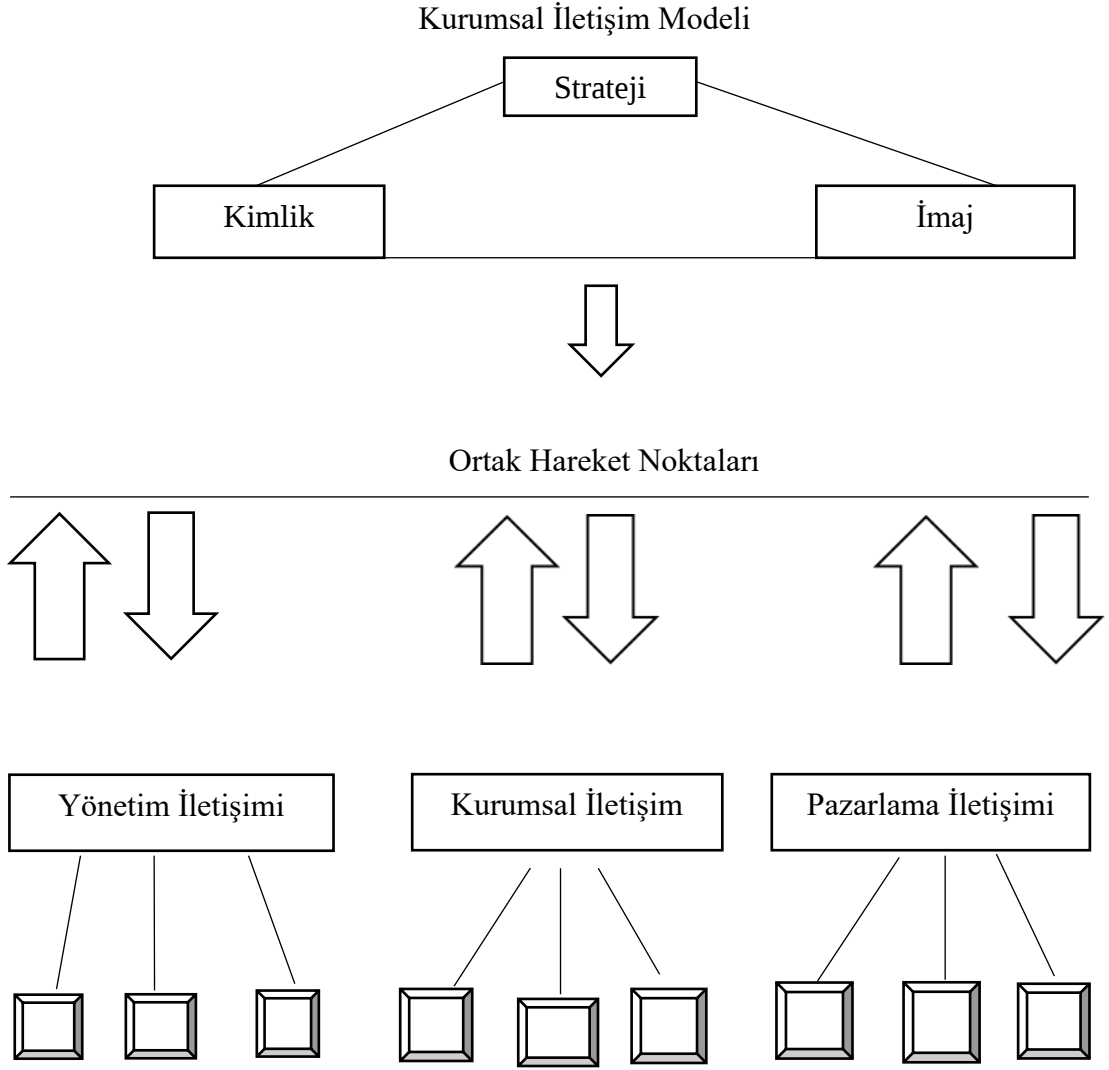
Goodman'ın Kurumsal İletişim Kuramı: Kurum iletişimin; kurum felsefe, imaj, kültür, gibi, kurumu bütün olarak etkisi altına alan kavramları kapsıyor olması, bu nedenle de kurumsal iletişimin kurum strateji bağlamında değerlendirilmesinin

vurgulanması yönüyle önemlidir. Koordinasyon ve düzenlemeye dikkat çekmesi önem arz etmektedir (s.301).

Paul Argenti'nin Kurumsal İletişim Kuramı: Kurumsal iletişim; kurumsal kimlik ve imaj çalışmaları, kurumsal savunuculuk ve reklamcılık, pazarlama iletişimi, medya ilişkileri, iç iletişim, finansal iletişim, kurumsal hayırseverlik, toplumsal ilişkiler, kriz iletişimi ve hükümet ilişkileri işlevlerini kapsamaktadır. İşlevler arası veri akışının çoğaltılması, karar alma süreçlerinin basitleştirilmesi, yetkilerin ve bireysel sorumlulukların belirgin olarak ifade edilmesi bütünleştirmeyi yakından etki altına alabilecek etkenleri de teorisinde vurgulamaktadır (s.302).

Alan Belesan'ın Kurumsal İletişim Kuramı: Kurumsal iletişimi birçok nedenle bağdaştırır. Günümüzde kurumsal iletişimin birden fazla bölümün ortak çalışması ile oluştuğunu savunur. Kurumsal iletişim merkezinde çelişen değerler yaklaşımının bir denge kurmak düşüncesi ile pusula gibi algılanmasını önerir. İdareci ve personelin en önemli görevlerindendir, bölüm / birimler ortamında ve dış ile iç iletişimde meydana gelecek çelişkili beklentiler dikkate alındığında tutarlı mesajlar iletilmesini ve bir denge sağlamak ön plandadır. İşte, imaj geliştirme ve kuvvetli bir örgütsel kimlik ve bu imaj ve kimliğin korunabilmesi için önem arz etmektedir.

Van Riel'in Kurumsal İletişim Kuramı: Örgütsel iletişim, bütün iletişim uzmanlarının birlikte karar alma süreci akabinde tanımladıkları, bir stratejiyi kullanarak iletişim faaliyetlerini tasarlamalarıdır. Önemli görülen iletişimi zorlaştıran setlerin kalkması, iş birliğinin yoğun olduğu bir çalışma ortamının yaratılmasıdır.



Şekil 2: Van Riel'in Örgütsel İletişim Modeli

Örgütsel iletişimi üç alt bileşen ile tanımlar.

a. Yönetim İletişimi: Örgütsel hayatta iletişim yatay ve dikey olarak sözlü, sözsüz, yazılı, işitsel, görsel, formel ve informal şeklinde yürütülür. Yönetim iletişim bağlamında CEO iletişimine dikkat çeker.

1. Tutarlılık
2. Kişisel ilgi
3. Ayırt edebilme
4. Organizasyon

b. Pazarlama İletişimi: Örgütsel iletişim bileşenlerinden en büyük bütçe payına sahip olanıdır. Kurumdan kuruma derecesi değişmektedir. Halkla ilişkiler tarafından bütünleşik pazarlama iletişimi kavramı oldukça önem arz etmektedir. Bütünleşik pazarlama iletişimi çabasını beş kademede ele alır. Bunlar (1) Bütünleşik Medya Reklamcılığı; (2) Bütünleşik Medya İletişimi; (3) Bütünleşik İletişim; (4) Bütünleşik Reklamcılık ve (5) Bütünleşik Pazarlama İletişimi.

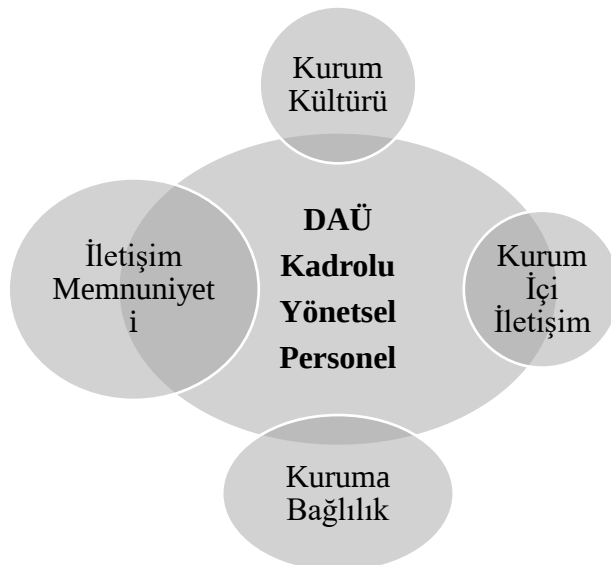
c. Örgütsel İletişimi: Halkla ilişkiler, yatırımcı ilişkileri, toplumsal ilişkiler, örgütsel reklamcılık, işgücü piyasasına yönelik iletişim, iç iletişim ve çevresel iletişim gibi iletişim biçimleridir.

Joseph Cornelissen'in Kurumsal İletişim Kuramı: Her bir iletişim sahasındaki çalışmaları denetleyen ve koordine eden bir yönetim fonksiyonu olarak ifade eder.

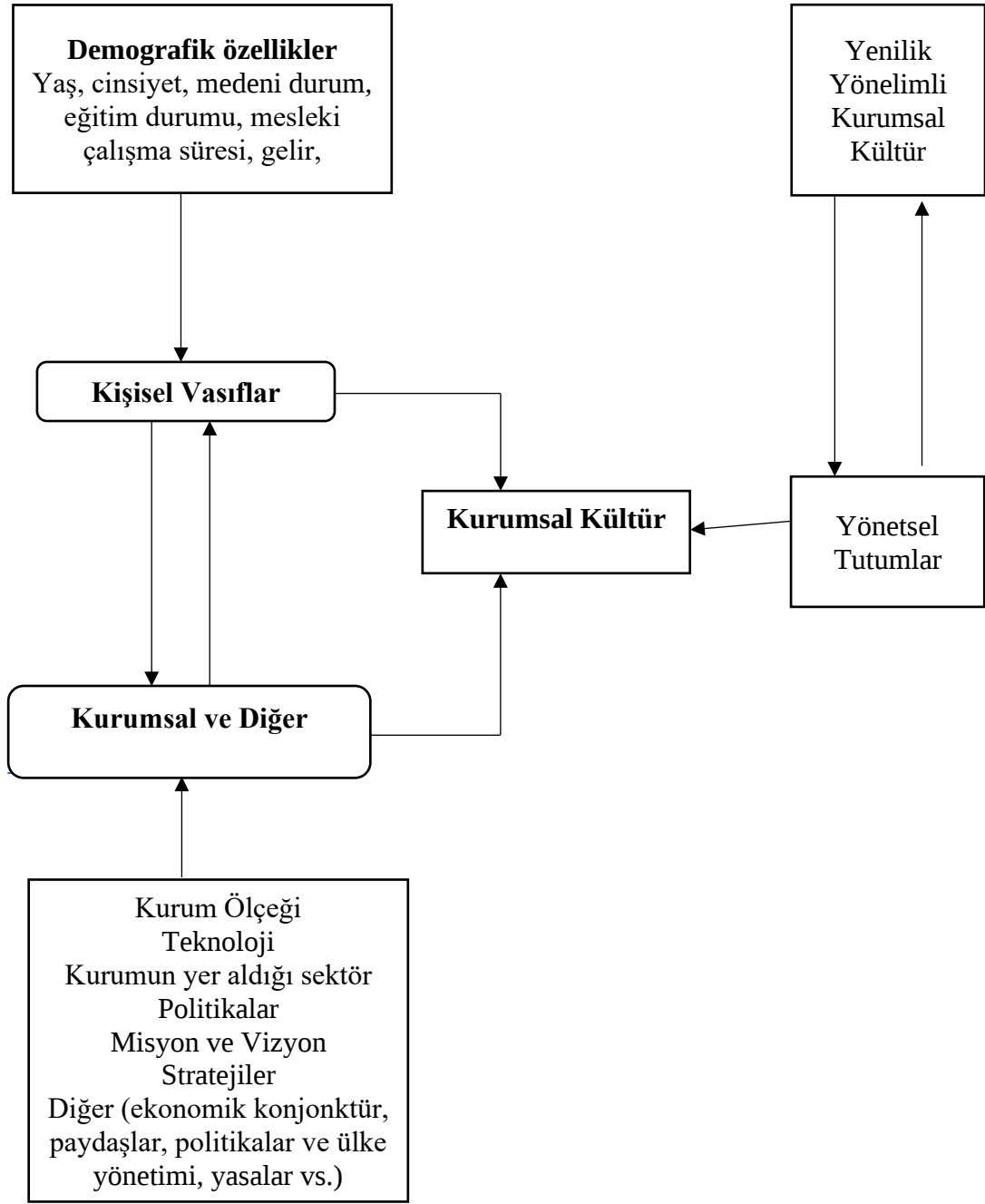
Bölüm 3

METODOLOJİ

Karayel Bilbil ve Kasar 2019'daki çalışmalarında hedef topluluğun ihtiyaç ve isteklerine yanıt veren, önemseyen, onların problemlerine çözüm bulan, kendiyle alakalı kaygı duyulan bütün sorulara açık ve dürüstlük ile yanıt ileten ve zamanı geldiğinde etkinliklerine onların arzularını dikkate alarak organizasyonlar yapan kuruluşlar, hedef topluluk aracılığıyla kabul görmekte ve onaylanmaktadır. Buna istinaden de kuruluşun karar ve etkinlikleri de hedef topluluk aracılığıyla onaylanmakta, desteklenmekte ve kabul görmektedir. Bahse konu zaman diliminde kuruluş ve halk ortamında çift yönlü ilişki meydana gelmekte, ilişki her iki cephe arasında güven kriterini oluşturarak kuruluşların saygınlık edinmesine zemin oluşturmaktadır. İşte tam da bu nokta da iletişimde karşılıklı ilişkiye sahip olan geribildirim unsurunun kuruluşlar aracılığıyla ne şekilde yararlandığı epey önemlidir.



Şekil 3: Çalışılan Model



Şekil 4: Yenilik Yönelimli Kurumsal Kültür ve Yönetmel Tutumlar

Kayalar, Y. & Özmutaf, Ö. N. (2007). Gelişme yönelimli kurum kültürü ile yöneticinin yönetmel tutumları arasındaki ilişki: 100 büyük sanayi kuruluşunda bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 163-176.

Kayalar ve Özmutaf, 2007'deki çalışmalarında kurum kültürü oluşumunu Şekil 5 ile görsel olarak desteklemiş ve genel olarak üç önemli kriter ile meydana geldiğini savunmuşlardır.

- Kurum kültürünü meydana getiren ya da kurum kültürü oluşma sürecine hâkim olan bireyin (Lider, yönetici, girişimci olabilir) cinsiyet, yaş vs. gibi özellikleri,
- Kuruluşun özellikleri. Bahse konu özellikler; sektör, politikalar, vizyon ve misyon, kuruluşun ölçeği, teknoloji, stratejiler ve çevre ile alakalı sair özellikler,
- Kurum kültürü ve bunun bir alt kapsamı olarak görülen yenilik yönelimli kurum kültürünü etkisi altına alabilen yönetsel tutumlar. Sözü edilen tutumlar; (1) Personele güven duyma ve bunu ifade etme, (2) Personelin kendileriyle alakalı mevzularda karar vermelerine zemin oluşturmak, (3) Personelin öz yeteneklerini sunabilecekleri atmosferin oluşturulması, (4) Hataların değerlendirilmesi ve sonuçlar çıkarılmasına imkân tanınması, (5) Hata yapılması durumunda tolerans gösterilmesi, (6) Personelin arzu, öneri ve beklentilerine belirgin ve tarafsız bir tutumla kulak vermek, (7) İletişimin en yüksek seviyede olmasının sağlanması, (8) Ödül sistemin aktif kullanılmasına verilen önem, (9) Yeni ve enteresan düşüncelerin sunulması aşamasında memnuniyet, (10) Kurum kültürü olarak yenilik yönelimli Kurum kültürünü destekleme, (11) Pozitif yönlü iş birliği ve takım çalışmasına verilen önem, (12) Organizasyonel mevzulardaki yenilikleri yakından izleme, (13) Alt kademe personelin başarıları karşısında hissedilen mutluluk, (14) Kuruluşa özgü semboller, başarı hikayeleri, slogan ve söz vs. değerleri önemseme, (15) Yetki devrini ve katılımcılığı önemseme,

Yukarıdaki tutumlar zemininde personelin, bunun da ötesinde kuruluşun gelişmesi amacıyla idarecinin sahip çıkması öngörülen, sadece idarecinin sahip çıkması ile kalmayıp, kurum kültürüne dönüştürülmesi gereken davranış ve tutumlardır.

3.1 Araştırmanın Yöntemi

Araştırma için seçilen model tarama modelidir. Kurumun iletişim memnuniyeti ve kurum kültürü ile kurumsal bağlılıkla alakalı var olan durumunun tespiti, personelin kuruma bağlılığı ve gelecek zaman dilimindeki beklentileri anket yolu ile araştırılmıştır. Bahse konu araştırma kaynaklarda dile getirilen ilkelerle, araştırma neticesinde varılan sonuçları kıyaslama yapmak üzere tasarlanmıştır. Araştırmanın varsayımları şöyledir:

AS. 1: DAÜ yönetsel personeli kurum kültürünü ne şekilde değerlendirmektedir?

AS. 2: DAÜ yönetsel personelinin iletişim yetkinlikleri ne düzeydedir?

AS. 3: DAÜ personelinin kurum kültürü ve iletişim kavramlarına ilişkin arada bulunan ilişki; yaş, eğitim durumu, cinsiyet durumları nedir?

3.1.1 Evren ve Örneklem

Araştırma için evren belirlenirken tüm Doğu Akdeniz Üniversitesi kadrolu yönetsel personel evren olarak seçilmiştir. Örneklem olarak da Yöneticilik Hizmetleri, İdari ve Mali Hizmetler ile Genel Hizmetler yönetici ve personeli seçilmiştir. Doğu Akdeniz Üniversitesinde kadrolu yönetsel personel kategorisinde toplam 288 kişi görev yapmaktadır. Anketlerin uygulanabilmesi amacıyla DAÜ Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan Etik Uygunluk izni 29 Kasım 2021'de alınmıştır. Anketler, 7 Aralık 2021 ve 9 Aralık 2021 tarihleri arasında araştırmacı tarafından bizzat ilgili müdürlük ve birimlere teslim edilmiş ve uygulanması sağlanmıştır.

3.2 Veri Toplama ve Değerlendirme Yöntemleri

Bu çalışmada, kurum kültürü ve iletişim memnuniyetiyle alakalı bulunan pozisyon, oluşturulan yeni anketle değerlendirilmiştir. Bahse konu araştırma için üç kısımdan meydana gelen bir anket formu oluşturulmuştur. Birinci kısımda bulunan sorular, Denison Kurum Kültürü Modeli dikkate alınarak, DAÜ kadrolu yönetsel

personelinin kurum kültürünü ifade etmek amacıyla tasarlanmıştır. Anketin ilk bölümünde katılımcıların yaş, cinsiyet, iş yerinde çalışma süreleri, eğitim durumları ve görevleriyle ilgili bilgilerden oluşan demografik bilgi formu yer almaktadır. Anketin ikinci kısmında yönetici ve personelin iletişim memnuniyeti ile alakalı anlatımlar verilmiş ve bu anlatımları ne oranda benimsedikleri sorgulanmıştır. Son kısımda ise kurumsal bağlılıkla alakalı personelin görüşlerini idrak etmeyi amaçlayan sorular yer almıştır.

AS. 1: DAÜ personeli kurum kültürünü ne şekilde değerlendirmektedir?

AS. 2: DAÜ personelinin iletişim yetkinlikleri ne düzeydedir?

AS. 3: DAÜ personelinin kurum kültürü ve iletişim kavramlarına ilişkin arada bulunan ilişki; yaş, eğitim durumu, cinsiyet durumları nedir?

Araştırmanın ikinci kısmın ise Denison'un Kurumsal Kültür Anketi (Akgöz, 2013) uygulanmıştır (s.154-158). Kurum kültürü misyon, tutarlılık, katılım ve uyumla ilişkilendirilen sorularla dört temel öge dikkate alınarak gözler önüne serilmeye çalışılmıştır. 60 sorudan meydana gelen Kurum Kültürü Anketi, Denison ve Mishra tarafından 1995 yılında geliştirildi ve dünya çapında birçok kurum tarafından uygulandı. Hazırlanan 20 soruluk anketle Prof. Dr. Mehmet Yusuf Yahyagil'in Türkçe olarak intibak ettirilip; güvenirlik ile geçerlilik testleri yapılan çalışmasından (2004), tanzim ettiği biçim kendisi ile elektronik haberleşme yoluyla izin alınarak kullanılmıştır.

1977 yılında Hazen ve Downs'ın çalışmaları dikkate alınarak üçüncü bölümde 'İletişim Memnuniyet Anketi' (Akgöz, 2013) uygulanmış (s.154-158) ve dördüncü bölümünde ise 1993 yılında. Meyer, Allen ve Smith'in Kurumsal Bağlılık konusunda yayınlanan makalelerin de kullandıkları soru formu; Burcu Eker Akgöz'ün 2013 yılında yayınlanan *Denison'ın Kurum Kültürü Modeli Bağlamında İletişim*

Memnuniyetinin Kurumsal Bağlılığa Etkisi başlıklı doktora tezi çalışması merkeze konularak çalışılmıştır. Özetle, uygulanan soru formunda kişilerin demografik farklılıklarını keşfetmek üzere 5 soru, Denison'ın kurum kültürü modeli anketinde 20 soru, iletişim memnuniyeti anketinde 26 soru ve kurumsal bağlılık anketinde 15 soru olmak üzere toplam 66 soru mevcuttur. Kısaca, Denison'ın üzerinde çalıştığı kurum kültürü modelinin iletişim memnuniyeti üzerindeki hükmü detaylı bir şekilde incelenerek irdelenmiş ve buradan hareketle, DAÜ yönetsel personelin kurumsal bağlılığı ölçülmüştür.

Çalışmanın hipotezleri sırasıyla:

H₁: İletişim memnuniyetine Denison kurum kültürü modelinin etkisi vardır.

H₂: İletişim memnuniyetinin kurumsal bağlılığa etkisi vardır.

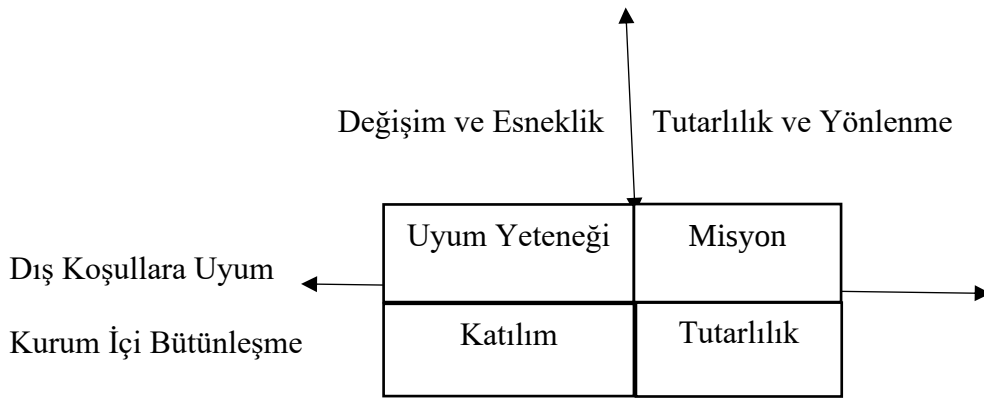
3.2.1 Verilerin Değerlendirilmesi

Çalışma dikkate alındığında, Doğu Akdeniz Üniversitesi tam zamanlı yönetsel personelin tümüne toplam 288 anket formu hazırlanmış ve müdürlük/birimlere teslim edilmiş, sonrasında ise anketlerin 171 adedi cevaplanarak gönderilmiştir. Hedef personelin %60'ına erişilmiştir. Toplanan anket formlarına ait verilerin çözümlenmesinde SPSS programından destek alınmıştır.

3.3 Denison'ın Kurum Kültürü Modelini Ölçmek

Kurum kültürü, antropoloji alanından sahiplenilen bir terimdir. Kurumsal davranış bilim dalı kapsamında akademisyen kesimin özenle üstünde uğraştıkları ve bilhassa son 25 yıllık sürede farklı iktisadi konjonktür ve teknolojik gelişimlere tutkunlukla artan rekabet dünyasında etkinlik sunduğu hizmet sektöründe, idareciler için de önemli bir mevzudur. Yahyagil 2004'teki çalışmasında; Denison ve Mishra'nın (1995) çalışmalarına atıfta bulunur. Kurum kültürü nosyonuna ölçülebilir vasıf kazanmasını sağlamak hedefiyle ilk olarak 2 temel çizgi tanımlanır.

1. Bir kuruluşun kontrolünde olmayan dış (çevresel) şartlara (müşterilerin farklılaşan vasıfları, arzuları, teknolojik yenilikler ve uygulamalar vs..) düzen kurabilme seviyesidir.
2. Dış şartlara mutabakatı sağlayabilmek amacıyla, kuruluşun kendi yapısında gerekli fonksiyonel ve yapısal farklılıkları meydana getirme yetisidir. Bahse konu 2 temel eksen de özü kapsamında ikiye bölünerek kurum kültürüne ait 4 esas nasyonal durum meydana gelmiştir.



Şekil 5: Yenilik Yönelimli Kurumsal Kültür ve Yönetimsel Tutumlar

Denison Kurum Kültürü Modelini ölçmek hedeflenerek uygulanan anketle, 1’den 5’e olan sorular katılım, 6’dan 9’a olan sorular tutarlılık, 10’dan 14’e olan sorular uyum ve 15’ten 20’ye olan sorular misyon hususlarını anlatır niteliktedir. Meydana gelen 4 ana kavramsal niteliğin her birine ilişkilendirilen üçer alt-kavramsal nitelik mevcuttur. Bunlar sırası ile;

Katılım: Beceri geliştirme, Yetkilendirme, Ekip çalışması

Tutarlılık: Koordinasyon, Temel değerler, Uzlaşma

Uyarılma: Kurumsal öğrenme, Değişim, Müşteri odaklılık

Misyon: Vizyon, Stratejik yönetim, Kurum hedefleri

5’li likert sistem olarak sorular tasarlanmıştır. Ölçeğin güvenilirlik ve geçerlik testleri Denison ve Jae Cho (2000) ve Mishra (1995) aracılığıyla yapılarak, istatistiksel anlamda ikna edici neticelere varılmıştır.

Bölüm 4

BULGULAR

4.1 Araştırma Bulguları ve Analizi

4.1.1 Frekans Analizi

Doğu Akdeniz Üniversitesi kadrolu yönetsel personel aracılığıyla uygulanan anketlere verilen cevaplar dikkate alınarak araştırma neticeleri, aşağıda oluşturulan tablolar ve anlatılanlar gibidir:

Tablo 1: Yaş

	f	%
30 – 40	22	12.9
41 – 50	94	55.0
51 – 60	52	30.4
Kayıp	3	1.8
Toplam	171	100

Yaş ortalamalarına bakıldığında, Doğu Akdeniz Üniversitesi kadrolu yönetsel personelin %12.9'u 30-40 yaş arası, %55'i 41-50 yaş arası, %30.4'ü ise 51-60 yaş arasında bulunduğu tespit edilmiştir. Bu durumda personelin geneli, 41-50 yaş aralığında yer almaktadır. Üç personel ise yaşını belirtmemiştir (bknz. 1).

Tablo 2: Cinsiyet

	F	%
Erkek	83	48.5
Kadın	88	51.5
Total	171	100.0

Cinsiyet dağılımına bakıldığında, araştırmaya destek veren anketörlerin, yani DAÜ kadrolu yönetsel personelin %51.5'ini kadınlar, %48.5'ini ise erkekler oluşturmuştur (bkz. Tablo 2).

Tablo 3: Çalışma Süresi

	F	%
1 – 10	20	11.7
11 – 20	32	18.7
21 – 35	113	66.1
Kayıp	6	3.5
Toplam	171	100.0

Çalışma süreleri sorgulandığında, DAÜ kadrolu yönetsel personelin büyük bir çoğunluğunun (113 kişi) 20 yıldan fazla bir süredir DAÜ bünyesinde çalıştığı tespit edilmiştir. Şöyle ki; %11.7'si 1-10 yıl arası görev yapanları belirtirken, %18.7'si 11-20 yıl arası, %66.1'i ise 21-35 yıl arası bahse konu kurumda görev sürdürenlerini belirtmişlerdir. Anketörlerden 6 kişi bu kurumdaki görev sürelerini yazmamıştır (bkz. Tablo 3).

Tablo 4: Eğitim Durumu

	f	%
Ortaokul/Lise	55	32.2
Yüksekokul/Lisans	90	52.6
Lisansüstü/Doktora	26	15.2
Toplam	171	100.0

Katılımcıların eğitim durumu sorgulandığında, Tablo 4: Eğitim Durumu’te de belirtildiği üzere, DAÜ kadrolu yönetsel personelinin %32.2’si ortaokul/lise mezunu, %52.6’si yüksekokul/lisans mezunu, %15.2’si lisansüstü/doktora mezunu olarak tespit edilmiştir. Bahse konu kurum personelinin eğitim durumuna genel olarak bakıldığında, 90 kişi yüksekokul ve lisans düzeyinde olduğu saptanmıştır.

Tablo 5: Görev Bölümü

	f	%
İdari ve Mali Hizmetler	102	59.6
Yöneticilik Hizmetleri	37	21.6
Genel Hizmetler	32	18.7
Toplam	171	100.0

Tablo 5’te anketörlerin görevlerini sürdürdükleri bölümler tanımlamaktadır. Araştırmaya katılan anketörlerin 32’si genel hizmetler bölümünde, 37’si yöneticilik hizmetlerinde ve 102’si idari ve mali hizmetler birimlerinde görevlerini sürdürdükleri saptanmıştır.

Personele yukardaki sorulan soruların yanı sıra, 5’li Likert tipi soru formu şeklinde tasarlanan 20 maddelik anketle Denison’un kurum kültürü modelini (bknz.

Kızıloğlu ve Bayrak Kök, 2017) ölçmek hedeflenmiştir. Kurumun dört ana özelliğini ölçmek amacıyla Denison'un örgüt kültürü modeli kullanılmıştır. Bahse konu özellikler "Katılım", "Tutarlılık", "Misyon" ve "Uyum"dur. Denison'ın savunduğu örgüt kültürü temelinin, örgüt misyon ve çevresine uyum, personelin kararlara katılmasıyla tutarlılığın elde edilmesinden geçmektedir.

Likert ölçeği ise genellikle kurum çalışanlarının memnun olup olmadığını veya belirli bir iş veya görevle ilgili sorunları olup olmadığını ölçmek için kullanılmaktadır. Cevap vermek için çok düşünmek gerekmez. Sadece önceden verilmiş cevaplardan biri seçilebilir. Ankete katılanlar soruları kolaylıkla cevap verebilir (Turan, Şimşek ve Aslan, 2015). Bu ankette kullanılan 5'li Likert ölçeği analizi (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle katılıyorum şeklinde sıralanmış ve incelenen kurumun şartları dikkate alınarak, personelin aşağıdaki anlatımları ne boyutta benimsedikleri ile alakalı orantılar hesaplanmıştır.

Tablo 6: Denison'ın Kurum Kültürü Ölçeği

		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Boş
1	Çalışanlar arasında yeterli ölçüde bilgi paylaşımı olduğundan, gerektiğinde herkes istenilen bilgiye ulaşabilmektedir.	4	32	31	75	27	2
2	İş planları yapılırken, tüm çalışanlar karar verme sürecine belli ölçüde dahil edilmektedir.	8	31	55	62	13	2
3	Takım çalışması yapılması, bütün iş faaliyetlerinde esas alınmaktadır.	7	19	42	70	30	3
4	Çalışanlara kendi işlerini planlamaları için gerekli yetki verilmektedir.	3	16	40	83	26	3
5	Çalışanların iş-görme becerilerini arttırmak için gereken her şey yapılmaktadır.	6	20	43	82	17	3
6	Yöneticiler söylediklerini uygulamaktadırlar.	8	16	50	69	24	4
7	İş faaliyetlerinde bir anlaşmazlık meydana geldiğinde, her bir çalışan tatmin edici bir çözüm bulmak için çok gayret göstermektedir.	3	22	53	67	23	3
8	Bu iş yerinde güçlü bir işletme kültürü vardır.	6	20	38	78	26	3
9	Problematik konularda dahi kolayca bir görüş birliği sağlanabilmektedir.	1	20	50	79	16	5
10	İş-görme tarzımız oldukça esnek ve değişime açıktır.	3	18	51	85	12	2
11	İş alanımızdaki yenilik ve gelişimler, yönetim tarafından izlenmekte ve uygulanmaktadır.	9	14	40	81	25	2

12	Herhangi bir başarısızlıkla karşılaşıldığında bu, yönetim tarafından, gelişim ve öğrenme için bir fırsat olarak değerlendirilmektedir.	7	24	60	64	14	2
13	Yenilikçilik ve yapılan işlerde risk almak, yönetimce istenmekte ve ödüllendirilmektedir.	16	36	60	40	15	4
14	Çalışanların işleriyle ilgili olarak öğrenmeleri (yeni bilgiler edinmesi) önemli bir amaçtır.	7	13	25	92	32	2
15	Uzun-dönemli bir iş programı ve belli bir gelişim planımız mevcuttur.	5	25	50	65	22	4
16	Çalışanların yaptıkları işlere yön verebilecek net, açık bir işletme misyonumuz vardır.	6	16	42	80	23	4
17	İşletmenin faaliyet amaçlarına ilişkin olarak çalışanlar arasında tam bir uzlaşma vardır.	6	22	47	78	15	3
18	Yöneticiler, işletmemizin temel hedefleri doğrultusunda hareket edebilmektedirler.	5	13	33	89	28	3
19	Çalışanlar, uzun dönemde işletmenin başarılı olabilmesi için yapılması gerekenleri bilmektedir.	4	16	32	91	26	2
20	Yöneticilerimiz uzun-dönemli bir bakış açısına sahiptirler.	6	20	39	70	33	3

Uygulanan anketle Denison'ın Kurum Kültürü Modeli'ni ölçmek üzere, 1'den 5'e olan sorular katılım, 6'dan 9'a olan sorular tutarlılık, 10'dan 14'e olan sorular uyum ve 15'ten 20'ye olan sorular misyon kriterlerini anlatır niteliktedir. Akgöz, 2013'teki çalışmasında katılımı, "insanoğlunun sahiplenme, sorumluluk ve kabiliyet inşa etmesidir. İnsanoğlu bağlanmış ve sıralanmış mıdır?" (s.64) soru için yanıt

arayarak irdelediği katılımın yüksek olduğu kurumlarda, bireylerde sahiplenme ve sorumluluk duygusunun görüldüğünü ifade eder. 1-5 arası sorular katılımı ölçmek için sorulmaktadır ve bu sorulara katılımcıların %56.7'si katıldığını, %17.1'i katılmadığını, %24.7'si ise kararsız olduğunu belirtmişlerdir.

Güçlü bir kültürün, temelini oluşturan Tutarlılık için değer ve sistemlerin tanımlanmasıdır yorumunu yapar (Akgöz, 2013). Tutarlılık sayesinde kurumlarda, bütünleşme, koordinasyon ve denetimi sağlamaktadır. 6-9 arası sorular tutarlılığı ölçmek amacıyla sorulmaktadır ve bu sorulara katılımcıların %55.8'i katıldığını, %14'ü katılmadığını, %27.9'u ise kararsız olduğunu belirtmiştir.

Uyum için Akgöz (2013) çalışmasında; iş çevresinin taleplerinin gerçekleştirilmesidir "Piyasaya kulak veriyor muyuz?" sorusuna yanıt aramaktadır. Kurumların başarıyı yakalayabilmesi amacıyla kurum çevresinde ve içinde yenilikleri ve gelişen değişimleri önceden tespit etmesi ve fırsata çevirmesi öngörülmektedir. Bahse konu yenilik ve değişimlere karşı hazır olabilen ve bunlara uyum sağlayan kurumlar, başarıyı yakalayabileceklerdir. 10-14 arası sorular uyumu ölçmek amacıyla sorulmaktadır ve katılımcıların %53.8'i katıldığını, %17.2'si katılmadığını, %27.6'sı ise kararsız olduğunu belirtmiştir.

Akgöz (2013) "Vizyon ise sonuçta ne başarmaya çalıştığınız ve amacınızdır" (s.62) der. Kurumlarda kurumun amaç ve stratejik yönü, vizyon ve hedefleri belirgin ise misyon özelliğinin baskın olduğunu söyleyebiliriz. 15-20 arası sorular misyonu ölçmek amacıyla sorulmaktadır ve katılımcıların %60.4'ü katıldığını, %14'ü katılmadığını, %23.7'si ise kararsız olduğunu belirtmiştir. Özetle aldığımız anket cevaplarına baktığımızda katılımcıların çoğunun sorulara katıldığı görülmektedir, yani bu sonuçlar bu kurumda kurum kültürünün olduğuna işaret etmektedir.

Personelin en çok benimsediği anlatılar ise yukarıdan aşağıya sırasıyla, ‘Çalışanların işleriyle ilgili olarak öğrenmeleri (yeni bilgiler edinmesi) önemli bir amaçtır’, ‘Çalışanlar, uzun dönemde işletmenin başarılı olabilmesi için yapılması gerekenleri bilmektedir’, ‘Yöneticiler, işletmemizin temel hedefleri doğrultusunda hareket edebilmektedirler’, ‘İş-görme tarzımız oldukça esnek ve değişime açıktır’, ‘Çalışanlara kendi işlerini planlamaları için gerekli yetki verilmektedir’, ‘Çalışanların iş-görme becerilerini arttırmak için gereken her şey yapılmaktadır’ anlatılarıdır.

Tablo 7: İşinizden Ne Kadar Memnunsunuz? Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı

	N	Ortalama	Standart sapma
İşinizden ne kadar memnunsunuz?	154	4.0000	.96338

DAÜ kadrolu yönetsel personeline görevlerinden ne kadar hoşnut oldukları sorusu yöneltilmiş ve bu sorunun netice dağılımı Tablo 7’de paylaşılmıştır. 4.0 ortalama ile personelin işlerinden memnun olduğu yapılan hesaplama ile tespit edilmiştir. Bahse konu soruya 171 kişiden, %10’u yanıt vermemiştir. Personelin, hizmetlerindeki iletişim dikkate alınarak, onları daha mutlu edebilecek bir varyasyon düşünülmesi hususundaki soruya 171 kişiden, %71’i yani 122 kişi yanıt vermemiştir. Bu soruya yanıt verenlerin %30.6’sı ise ‘Yönetim daha katılımcı bir yol izlemelidir. Rutin toplantılar yapıp, sorun-öneriler dinlenmeli’, %22.4’ü ‘İletişim konusunda bir sıkıntı yaşamıyorum, memnunum’, %20.4’ü ‘Çalışanların görüşleri / önerileri doğrultusunda ortak kararlar alınmalı’, %16.3’ü ‘Tüm çalışanları ilgilendirebilecek değişiklikler söz konusu olduğunda bilgi paylaşımı / aktarımı şeffaf olmalı’, %6.1’i ‘Bilgi akışını kolaylaştıracak bilgisayar programları satın alınmalı veya üretilmelidir. İletişim kursları verilmeli’, %4.1’i ‘İletişime engel teşkil eden bürokratik engeller kaldırılmalı’ tabirleri ile uygulanabilecek farklılıklar konusunda şahsi görüşlerini paylaşmışlardır.

Tablo 8: İletişim Memnuniyeti Ölçeği

		Ortalama	Standart sapma
3	İşimdeki gelişimim hakkında bilgilendirme	3.4940	.95820
4	Personel haberleri	3.5449	.84815
5	Kurumun politikaları ve hedefleri ile ilgili bilgi	3.5030	.97295
6	Nasıl değerlendirildiğim hakkında bilgi	3.4847	1.02654
7	Çabalarımın tanınması/fark edilmesi	3.3675	1.13507
8	Bölüm politikaları ve hedefleri hakkında bilgi	3.6235	.93261
9	İşimin gereksinimleri ile ilgili bilgi	3.5602	.99969
10	Kurumdaki değişiklikler hakkında bilgi	3.4049	.95993
11	Kurumdaki kar ve mali durumla ilgili bilgi	3.0491	.91492
12	Kurumun başarı ve/veya başarısızlıkları hakkında bilgi	3.4207	.95920
13	Üstlerimin astlarının karşılaştığı sorun ve problemleri bilme ve anlama derecesi	3.4759	1.00726
14	Üstlerimin beni ne kadar dinlediğinin ve dikkate aldığına derecesi	3.5030	1.13495
15	Kurumumdaki kişilerin iletişimci olarak üstün kabiliyetli/yetenekli olma derecesi	3.3681	1.00589
16	Üstlerimin iş ile ilgili problemlerimi çözmemde rehberlik sunma derecesi	3.4756	1.01190
17	Kurumsal iletişimin beni olduğum gibi tanımlama ya da kurumun önemli bir parçası gibi hissettirme derecesi	3.4578	1.05372
18	Üstlerimin bana güvenme düzeyinin derecelendirilmesi	3.7317	1.03969
19	İşimi yapmak için gerekli olan bilgiyi zamanında alma derecelendirilmesi	3.6524	1.03672
20	Dedikodunun kurumumuzda aktif düzeyde olma derecesi	3.1515	1.13485
21	Üstlerimin fikirlere açık olma derecesi	3.6485	1.01095
22	Çalışma grubumla uyumumun derecesi	3.7892	.93297
23	Toplantılarımızın iyi organize edilmesi derecesi	3.6506	.90699
24	Denetimlerin miktarı hakkında bana doğru bilgi verilme derecesi	3.5663	.95591
25	Yazılı talimat ve raporların net ve anlaşılır olması derecesi	3.7636	.86877

DAÜ kadrolu yönetsel personel, kurum aracılığıyla elde edilen verinin oran ve niteliğine bağlı olarak, onları şimdiye kadar mutlu edebilecek anlatımları

tanımlamaları arzulanmıştır. Personel genel olarak ‘Üstlerimin fikirlere açık olma derecesi’, ‘Toplantılarımızın iyi organize edilmesi derecesi’, ‘İşimi yapmak için gerekli olan bilgiyi zamanında alma derecelendirilmesi’, ‘Üstlerimin bana güvenme düzeyinin derecelendirilmesi’, ‘Yazılı rapor ve talimatların anlaşılır ve net olma derecesi’ ve ‘Çalışma grubumla uyumumun derecesi’ anlatımlarını benimsemişlerdir.

Personelin en az görüş bütünlüğü içerisindeki tanımları ise ‘Kurumumdaki kişilerin iletişimci olarak yetenekli / üstün kabiliyetli olma derecesi’, ‘Çabalarımın tanınması / fark edilmesi’, ‘Dedikodunun kurumumuzda aktif düzeyde olma derecesi’ ve ‘Kurumdaki kar ve mali durumla ilgili bilgi’ olduğu saptanmıştır.

Tablo 9: ‘İşinizdeki Verimliliğinizi Nasıl Derecelendirirsiniz?’ Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı

	f	%
Çok Düşük	1	.6
Düşük	3	1.8
Ortalamanın Çok Az Altında	1	.6
Ortalama	14	8.2
Ortalamanın Çok Az Üstünde	23	13.5
Yüksek	96	56.1
Çok Yüksek	30	17.5
Toplam	168	98.2
Kayıp	3	1.8

Tablo 9’da da görüldüğü üzere, personelden göreviyle ilgili performans seviyesinin belirlenmesi de talep edilmiştir. Genel olarak anketörler kendi performanslarını ‘yüksek’ veya ‘çok yüksek’ olarak yorumlamışlardır. Katılımın en az olduğu, ‘ortalamanın çok az altında’, ‘düşük’ ve ‘çok düşük’ opsiyonları yorumlanmaya tabi tutulmuştur.

Tablo 10: Kurumsal Bağlılık Ölçeği

		Ortalama	Standart sapma
1	Kariyerimin devamında (geri kalan kısmında) bu kurumda çalışmaktan çok mutlu olacağım.	3.9821	1.04666
2	Bu kurumun sorunlarını gerçekten kendi sorunum gibi hissediyorum.	4.0843	.99337
3	Kurumuma karşı güçlü bir 'aidiyet' duygusu hissetmiyorum.	2.6832	1.46809
4	Bu kuruma 'duygusal açıdan bağlı' olduğumu hissetmiyorum.	2.6190	1.46745
5	Kurumumda kendimi 'ailenin parçası' gibi hissetmiyorum.	2.5689	1.44988
6	Bu kurum benim için kişisel anlamda çok şey ifade ediyor.	4.1576	1.04736
7	Şu anda kurumumu bırakmaya karar verseydim, yaşamımın büyük bir kısmı alt üst (bozulmuş) olacaktı.	3.5663	1.07526
8	Bu kurumu bırakmak için çok az seçeneğin göz önünde olduğunu düşünüyorum.	3.4695	1.13734
9	Bu kuruma kendimden çok şey katmasaydım başka yerde çalışıyor olmayı göz önünde bulundurabilirdim.	3.3273	1.14319
10	Bu kurumu bırakmanın olumsuz sonuçlarından birisi var olan alternatiflerin azlığı olacaktı.	3.2805	.98173
11	Şu anki işverenimle herhangi bir devam etme yükümlülüğü (zorunluluğu) hissetmiyorum.	2.6524	1.19094
12	Şu anda kurumumdan ayrılıysaydım suçluluk duyardım.	3.2454	1.15519
13	Bu kurum bağlılığımı hak ediyor.	3.7697	1.03961
14	Şu anda kurumumdan ayrılmam çünkü bu kurumdaki insanlara karşı yükümlülük duygum var.	3.4578	1.08769
15	Bu kuruma çok şey borçluyum.	3.8571	1.03406

Ankete katılanlara kurumsal bağlılık konusunda sorular da yöneltilmiştir.

Tablo 10’da da görüldüğü üzere DAÜ kadrolu yönetsel personelin, kuruma olan bağlılıklarını ölçmek hedefi ile uygulanan anket neticeleri sunulmuştur. Anket üç kademededen meydana gelmektedir. İlk kademedeki 6 soru duygusal bağlılığı, sonraki 4 soru devamlılık bağlılığını ve son 5 soru normatif bağlılığı ölçmeyi amaçlar niteliktedir. 2.57’lik oranla ‘Kurumumda kendimi 'ailenin parçası' gibi hissetmiyorum’

cümlesi ile en düşük oran belirlenmiştir. Bağlılıkla alakalı yönlendirilen suallerde ‘Bu kurum benim için kişisel anlamda çok şey ifade ediyor’ cümlesi ile 4.16 orantı tespiti en yüksek veri olarak elde edilmiştir. Bahse konu anlatımlar personelin kuruma bağlılıklarını göstermektedir.

4.1.2 Çalışmada Yararlanılan Ölçeklerin Güvenirlik ve Faktör Analizi

Çalışmada geçerli olan anketlerin güvenirlik ve anketlerin faktör analizi dikkate alınarak çıkan neticeleri yorumlanmıştır.

Anket 1: Denison’ın Kurum Kültürü Ölçeği

İlk olarak bilginin faktör analizine elverişli olup olmadığı kontrol edilmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin ölçüsü 0.946’dır ve zaruri ölçü olan 0.6’nın üstündedir. Bartlett testine bakıldığı zaman sonuçlar anlamlıdır ($\chi^2 = 2479$, $df = 190$, $p < 0.000$). 20 sorunun bütünü faktör analizinde kullanılmıştır. Ölçekteki 20 maddenin genel güvenilirliği $\alpha=0.96$ bulunmuştur ve 0.7 üzerindeki oranlar kabul edilebilir oranlar olarak görülmektedir.

Tablo 11: Kurum Kültürü Ölçeği KMO ve Bartlett Testi

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.946
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2479.402
	df	190
	Sig.	.000

Temel bileşenler analizi sonucunda özdeğeri 1’in üstünde değerlendirilen 2 faktör saptanmıştır. Buna göre kurum kültürünü ölçmeyi amaçlayan anketteki 20 soru iki faktör altında toplanmıştır. Tablo 12 kurum kültürü ölçeği faktör yapısını göstermektedir. Tespit edilen faktörler toplam varyansın %57.5 ve %5.1’ini açıklamaktadır, yani bu iki faktör toplam varyansın %62.6’sını açıklamaktadır.

Güvenilirlik testi dikkate alınarak hesaplanan Cronbach's Alpha ölçüleri 0.952 ve 0.880'dir ve kabul edilebilir oranlardadır.

Tablo 12: Kurum Kültürü Ölçeği Faktör Yapısı

Boyut	Madde	Faktör Yüğü	Varyans	Cronbach's Alpha
Faktör 1	Çalışanların iş-görme becerilerini arttırmak için gereken her şey yapılmaktadır.	0.565	57.469	0.952
	Yöneticiler söylediklerini uygulamaktadırlar.	0.602		
	Bu iş yerinde güçlü bir işletme kültürü vardır.	0.662		
	Problematic konularda dahi kolayca bir görüş birliği sağlanabilmektedir.	0.641		
	İş alanımızdaki yenilik ve gelişimler, yönetim tarafından izlenmekte ve uygulanmaktadır.	0.741		
	Herhangi bir başarısızlıkla karşılaşıldığında bu, yönetim tarafından, gelişim ve öğrenme için bir fırsat olarak değerlendirilmektedir.	0.577		
	Yenilikçilik ve yapılan işlerde risk almak, yönetimce istenmekte ve ödüllendirilmektedir.	0.497		
	Çalışanların işleriyle ilgili olarak öğrenmeleri (yeni bilgiler edinmesi) önemli bir amaçtır.	0.616		
	Uzun-dönemli bir iş programı ve belli bir gelişim planımız mevcuttur.	0.690		
	Çalışanların yaptıkları işlere yön verebilecek net, açık bir işletme misyonumuz vardır.	0.753		
	Yöneticiler, işletmemizin temel hedefleri doğrultusunda hareket edebilmektedirler.	0.819		
	Çalışanlar, uzun dönemde işletmenin başarılı olabilmesi için yapılması gerekenleri bilmektedir.	0.832		
	Yöneticilerimiz uzun-dönemli bir bakış açısına sahiptirler.	0.831		
Faktör 2	Çalışanlar arasında yeterli ölçüde bilgi paylaşımı olduğundan, gerektiğinde herkes istenilen bilgiye ulaşabilmektedir.	0.726	5.086	0.880

İş planları yapılırken, tüm çalışanlar karar verme sürecine belli ölçüde dahil edilmektedir.	0.822		
Takım çalışması yapılması, bütün iş faaliyetlerinde esas alınmaktadır.	0.687		
Çalışanlara kendi işlerini planlamaları için gerekli yetki verilmektedir.	0.577		
İş faaliyetlerinde bir anlaşmazlık meydana geldiğinde, her bir çalışan tatmin edici bir çözüm bulmak için çok gayret göstermektedir.	0.619		
İş-görme tarzımız oldukça esnek ve değişime açıktır.	0.522		
İşletmenin faaliyet amaçlarına ilişkin olarak çalışanlar arasında tam bir uzlaşma vardır.	0.571		
Toplam Varyans %62.555			

"Faktör 1" faktörünü oluşturan 13 maddenin güvenirliği $\alpha=0.952$ olarak bulunmuştur.

Faktör analizi yapıldığında %57.5 varyans oranı elde edilmiştir.

"Faktör 2" faktörünü oluşturan 7 maddenin güvenirliği $\alpha=0.880$ olarak bulunmuştur.

Faktör analizi yapıldığında %5.1 varyans oranı elde edilmiştir.

Yukarıda belirttiğimiz gibi kurum kültürü ölçeği faktör analizi sonucunda 2 faktör tespit edilmiştir ve Tablo 12 bunları göstermektedir. Şu var ki Denison kurum kültürü modeli orijinal hali dört kriterden meydana gelmektedir. Orijinal ölçekten değişik değerler elde edilmesinin nedenleri, anketin aslının İngilizce olması ve Türkçe'ye çevrilmesi esnasında bazı anlam kaymalarının veya örneklem hatasından oluşabilecek anlam değişiklikleridir. Bahse konu sebepler, anket sonucu elde edilen kriterler (2 faktör) yerine orijinal ankete bağlı çalışılarak (4 faktör), anketin temel yapısı merkezinde yorumlama yapılması uygun görülmüştür.

Tablo 13: Denison Kurum Kültürü Faktörleri Güvenilirlik Oranı

	Ortalama	Standart Sapma	Güvenirlilik
Denison Kurum Kültürü – Katılım Faktörü	3.499	0.787	0.859
Denison Kurum Kültürü – Uyum Faktörü	3.439	0.766	0.839
Denison Kurum Kültürü – Tutarlılık Faktörü	3.523	0.821	0.866
Denison Kurum Kültürü – Misyon Faktörü	3.585	0.826	0.921

Geçerli anket faaliyeti neticesinde, DAÜ kadrolu yönetsel personelde dört esas kriterden meydana gelen kurum kültürü modeli dikkate alındığında en düşük ölçü 3.439 ile uyum, sırası ile 3.499 ile katılım, müteakiben 3.523 tutarlılık ve en yüksek ölçü 3.585 ile misyon faktörleri takip edilmektedir. Denison kurum kültürü ölçeği merkeze alındığı zaman, personelin misyon faktöründeki güvenilirliği 0.921, tutarlılık faktöründeki güvenilirliği 0.866, katılım faktöründeki güvenilirliği 0.859 ve uyum faktöründeki güvenilirliği ise 0.839'dur.

Anket 2: İletişim Memnuniyet Ölçeği

Ölçek olarak iletişim memnuniyetinde ise ilk olarak bilginin faktör analizine elverişliliği araştırılmıştır. Kaiser-Meyer-Olkin ölçeği 0.946'dır ve ihtiyaç duyulan ölçü olan 0.6'nın üstündedir. Bartlett testi de anlamlıdır ($\chi^2 = 3643$, $df = 253$, $p < 0.000$). 23 ifadenin tümü faktör analizinde yer almıştır.

Tablo 14: İletişim Memnuniyet Ölçeği KMO ve Bartlett's Testi

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.946
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3642.557
	df	253
	Sig.	.000

Analiz sonucunda değeri 1'in üstünde mevcut 3 faktöre rastlanmıştır. Mevcut etkenler toplam varyansın sırasıyla %5.01, %5.82, %62.37'sini izah etmektedir. Bahse konu, toplam üç faktörün varyansı %73.2 olarak tespit edilmiştir. Güvenilirlik testini ölçmek amacı ile yapılan hesaplamanın Cronbach'ın Alpha ölçüleri 0.941 ve 0.967'dir ve yerinde görülebilir orandadırlar.

Tablo 15: İletişim Memnuniyet Ölçeği Faktör Yapısı

Boyut	Madde	Faktör Yüğü	Varyans	Cronbach'ın Alphası
Faktör 1	İşimdeki gelişimim hakkında bilgilendirme	0.641	62.372	0.967
	İşimin gereksinimleri ile ilgili bilgi	0.663		
	Üstlerimin beni ne kadar dinlediğinin ve dikkate aldığıının derecesi	0.720		
	Kurumumdaki kişilerin iletişimci olarak üstün kabiliyetli/yetenekli olma derecesi	0.594		
	Üstlerimin iş ile ilgili problemlerimi çözmemde rehberlik sunma derecesi	0.780		
	Kurumsal iletişimin beni olduğum gibi tanımlama ya da kurumun önemli bir parçası gibi hissettirme derecesi	0.642		
	Üstlerimin bana güvenme düzeyinin derecelendirilmesi	0.874		
	İşimi yapmak için gerekli olan bilgiyi zamanında alma derecelendirilmesi	0.833		
	Üstlerimin fikirlere açık olma derecesi	0.801		
	Çalışma grubumla uyumumun derecesi	0.852		
	Toplantılarımızın iyi organize edilmesi derecesi	0.718		
	Denetimlerin miktarı hakkında bana doğru bilgi verilme derecesi	0.677		
	Yazılı talimat ve raporların net ve anlaşılır olması derecesi	0.758		
Faktör 2	Personel haberleri	0.538	5.823	0.941
	Kurumun politikaları ve hedefleri ile ilgili bilgi	0.618		
	Nasıl değerlendirildiğim hakkında bilgi	0.618		
	Çabalarımın tanınması/fark edilmesi	0.660		

	Bölüm politikaları ve hedefleri hakkında bilgi	0.695		
	Kurumdaki değişiklikler hakkında bilgi	0.784		
	Kurumdaki kar ve mali durumla ilgili bilgi	0.843		
	Kurumun başarı ve/veya başarısızlıkları hakkında bilgi	0.737		
	Üstlerimin astlarının karşılaştığı sorun ve problemleri bilme ve anlama derecesi	0.643		
Faktör 3	Dedikodunun kurumumuzda aktif düzeyde olma derecesi	0.859	5.008	
Toplam varyans %73.203				

"Faktör 1" faktörünü oluşturan 13 maddenin güvenirliği $\alpha=0.967$ olarak bulunmuştur.

Faktör analizi yapıldığında %62.37 varyans oranı elde edilmiştir.

"Faktör 2" faktörünü oluşturan 9 maddenin güvenirliği $\alpha=0.941$ olarak bulunmuştur.

Faktör analizi yapıldığında %5.82 varyans oranı elde edilmiştir.

Özgün ölçekten değişik ölçüler ile karşılaştırılmasının nedenleri, anketin İngilizce'den Türkçe'ye uyarlanması veya örneklem hatası nedeniyle asıl anlam değişiklikleri muhtemel düşünülebilir. Bu sebeple, anket neticesi elde edilen etkenler yerine özgün araştırmaya bağlı kalınarak, anketin temel bünyesi üstünden yorumlamadan hareket etmek seçimi uygulanmıştır. İletişim memnuniyet etken değerindeki 23 maddenin genel güvenirliği $\alpha=0.972$ olarak hesaplanmıştır ve kabul edilebilir orandır.

Anket 3: Kurumsal Bağlılık Ölçeği

Kurumsal bağlılık ölçeğinde, ilk önce verinin faktör analizine uygunluğu kontrolden geçirilmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin ölçeği 0.836'dır ve ihtiyaç duyulan ölçü olan 0.6'ın üstündedir. Bartlett testi de anlamlıdır ($\chi^2 = 1170$, $df = 91$, $p < 0.000$). Ölçeğin 11. sorusu iç tutarlılığı olumsuz etkilediğinden dolayı araştırmadan

çıkarılmıştır. Kurumsal bağlılık etken ölçeğindeki 14 maddenin genel güvenilirliği $\alpha=0.836$ olarak hesaplanmıştır ve kabul edilir orandadırlar.

Tablo 16: Kurumsal Bağlılık Ölçeği KMO ve Bartlett's Testi

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.836
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1169.875
	df	91
	Sig.	.000

Analiz sonucunda değeri 1'in üstünde mevcut 3 faktöre rastlanmıştır. Mevcut etkenler toplam varyansın sırasıyla %8.996, %17.945, %38.831'ini izah etmektedir. Bahse konu üç faktör toplam varyansın %65.772'sini izah etmektedir. Güvenilirlik testi amacı ile hesabı yapılan Cronbach's Alpha ölçüleri 0.878 ve 0.679 arasında bulunmuştur ve yerinde görebilir orandadırlar.

Tablo 17: Kurumsal Bağlılık Ölçeği Faktör Yapısı

Boyut	Madde	Faktör Yüğü	Varyans	Cronbach's Alpha
Faktör 1	Kariyerimin devamında (geri kalan kısmında) bu kurumda çalışmaktan çok mutlu olacağım.	0.806	38.831	0.859
	Bu kurumun sorunlarını gerçekten kendi sorunum gibi hissediyorum.	0.887		
	Bu kurum benim için kişisel anlamda çok şey ifade ediyor.	0.828		
	Bu kuruma kendimden çok şey katmasaydım başka yerde çalışıyor olmayı göz önünde bulundurabilirdim.	0.426		
	Bu kurum bağlılığımı hak ediyor.	0.733		
	Bu kuruma çok şey borçluyum.	0.703		
Faktör 2	Şu anda kurumumu bırakmaya karar verseydim, yaşamımın büyük bir kısmı alt üst (bozulmuş) olacaktı.	0.730	17.945	0.679
	Bu kurumu bırakmak için çok az seçeneğin göz önünde olduğunu düşünüyorum.	0.652		

	Bu kurumu bırakmanın olumsuz sonuçlarından birisi var olan alternatiflerin azlığı olacaktı.	0.547		
	Şu anda kurumumdan ayrılıyordum suçluluk duyardım.	0.851		
	Şu anda kurumumdan ayrılmam çünkü bu kurumdaki insanlara karşı yükümlülük duygum var.	0.536		
Faktör 3	Kurumuma karşı güçlü bir 'aidiyet' duygusu hissetmiyorum.	0.850	8.996	0.878
	Bu kuruma 'duygusal açıdan bağlı' olduğumu hissetmiyorum.	0.916		
	Kurumumda kendimi 'ailenin parçası' gibi hissetmiyorum.	0.876		
Toplam varyans %65.772				

"Faktör 1" faktörünü oluşturan 6 maddenin güvenirliği $\alpha=0.859$ olarak bulunmuştur.

Faktör analizi yapıldığında %38.831 varyans oranı elde edilmiştir.

"Faktör 2" faktörünü oluşturan 5 maddenin güvenirliği $\alpha=0.679$ olarak bulunmuştur.

Faktör analizi yapıldığında %17.945 varyans oranı elde edilmiştir.

"Faktör 3" faktörünü oluşturan 3 maddenin güvenirliği $\alpha=0.878$ olarak bulunmuştur.

Faktör analizi yapıldığında %8.996 varyans oranı elde edilmiştir.

Uygulanan faktör analizi sonucu bağlılıkla ilgili bulunan üç faktörün orijinal anketten farklı olması, inceleme İngilizce dilinden Türkçe'ye tercüme edilmesi yüzünden veya örneklem hatasından meydana gelen anlam değişiklikleri olabilir. Bu sebeple, anket sonucu çıkan kriterler yerine (Tablo 17) orijinal ankete bağlı kalınarak, anketin temel bünyesi üstünden yorumlamadan hareket etmek seçimi uygulanmıştır.

Tablo 18: Kurumsal Bağlılık Unsurlarının Güvenilirlik Oranı

	Ortalama	Standart Sapma	Güvenirlilik
Meyer, Allen & Smith Bağlılık Duygusal Faktörü	3.3488	0.800	0.689
Meyer, Allen & Smith Bağlılık Devamlılık Faktörü	3.4092	0.820	0.731
Meyer, Allen & Smith Bağlılık Normatif Faktörü	3.5942	0.871	0.815

Personelin kuruma olan bağlılığının irdelendiği ankette, en üst orantı 3.59 ile normatif bağlılıkta, akabinde sırayla devamlılık ve duygusal bağlılığında rastlanılmıştır. Kurumsal bağlılık unsurlarının güvenilirlik ölçüleri ise şöyle sıralanabilir; normatif bağlılık faktörü 0.815, devamlılık bağlılık faktörü 0.731, duygusal bağlılık faktörü 0.689’dur ve hepsi kabul görebilir orandadırlar.

4.2 Hipotez Testi

4.2.1 Hipotez Testi: Denison Kurum Kültürü Anlatımları ve İletişim Memnuniyeti Arasındaki Bağlantının İncelenmesi ve Korelasyon Analizi

Denison kurum kültürü faktörleri (katılım, uyum, tutarlılık, misyon) ile iletişim memnuniyeti arasındaki ilişkileri test etmek amacıyla regresyon analizi uygulanmıştır. Analiz yapmadan önce regresyon analizinin varsayımları testte tabi tutulmuştur. İlk önce örneklem sayısı yeterliliği kontrolden geçirilmiştir. Regresyon testi için gerekli eleman sayısı N için “ $N \geq 50 + 8 \times \text{bağımsız değişken sayısı}$ ” formülü uygulanır. Bu dikkate alınarak çalışmadaki 4 bağımsız değişken için 167 örnek sayısı yeterli durumdadır. İkinci dikkat edilen konu ise değişkenler arası çoklu bağlantı problemi

bulunup bulunmadığının testte tabi tutulmasıdır. Bu dikkate alındığı zaman değişkenler arası korelasyon katsayılarının 0,90'nın üstünde olmaması önemlidir. Tablo 19 incelendiğinde değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarının (r) 0,90'nın altında kaldığı görülmektedir.

Tablo 19: Kurum Kültürü Anlatımları ve İletişim Memnuniyeti Arasındaki Bağlantının Korelasyon Analiz Sonuçları

		Katılım Faktörü	Tutarlılık Faktörü	Uyum Faktörü	Misyon Faktörü
İletişim	r	0.795**	0.759**	0.794**	0.822**
Memnuniyeti	N	167	167	167	167

**p<0.01

Katılım faktörü ve iletişim memnuniyeti arasındaki bağlantıyı saptamak düşüncesi ile uygulanan korelasyon analizi neticesinde, oranlar arasında %79,5 olumlu yönde mantıklı ilişki saptanmıştır (r=0,795**). Buna göre iletişim memnuniyeti oranı yükseldikçe katılım faktörü oranı da yükselmektedir.

Tutarlılık faktörü ve iletişim memnuniyeti arasındaki bağlantıyı saptamak düşüncesi ile uygulanan korelasyon analizi neticesinde, orantılar arası %75,9 olumlu yönde mantıklı ilişki saptanmıştır (r=0,759**). Buna göre iletişim memnuniyeti yükseldikçe tutarlılık faktörü oranı da yükselmektedir.

Uyum faktörü ve iletişim memnuniyeti arasındaki bağlantıyı saptamak düşüncesi ile uygulanan korelasyon analizi neticesinde, ölçüler arası %79.4 olumlu yönde mantıklı ilişki saptanmıştır (r=0,794**). Buna göre iletişim memnuniyeti yükseldikçe uyum faktörü oranı da yükselmektedir.

Misyon faktörü ve iletişim memnuniyeti arasındaki bağlantıyı saptamak düşüncesi ile uygulanan korelasyon analizi neticesinde, ölçüler arası %82.2 olumlu

yönde mantıklı ilişki saptanmıştır ($r=0,822^{**}$). Buna göre iletişim memnuniyeti yükseldikçe misyon faktörü oranı da yükselmektedir.

Bu sonuçlar iletişim memnuniyeti ve kurumsal kültür arasında pozitif ilişki olduğunu saptamaktadır ve çalışanların iletişim memnuniyeti arttıkça o kurumda kurumsal kültürün de yüksek olduğunu göstermektedir.

4.2.2 Kurumsal Bağlılık Anlatımları ve İletişim Memnuniyeti Arasındaki Bağlantının Korelasyon Analizi ve İncelenmesi

Kurumsal bağlılık faktörleri (duygusal, devam, normatif) ve iletişim memnuniyeti arasındaki ilişkileri test etmek amacıyla regresyon analizi uygulanmıştır. Analiz yapmadan önce regresyon analizinin varsayımları testte tabi tutulmuştur. Öncelikle örneklem sayısının yeterliliği kontrol edilmiştir. Regresyon analizi için yeterli örnek sayısı N için “ $N \geq 50 + 8 \times \text{bağımsız değişken sayısı}$ ” formülü uygulandı. Bu dikkate alınarak çalışma 3 bağımsız değişken için 165 örnek sayısı yeterlidir. İkinci dikkat edilen konu ise değişkenler arası çoklu bağlantı problemi bulunup bulunmadığı testte tabi tutulmuştur. Bu dikkate alındığı zaman değişkenler arası korelasyon katsayılarının 0,90’nın üstünde olmaması önemlidir. Tablo 20 incelendiğinde değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarının (r) 0,90’nın altında kaldığı görülmektedir.

Tablo 20: Kurumsal Bağlılık Anlatımları ve İletişim Memnuniyeti Arasındaki Bağlantının Korelasyon Analiz Sonuçları

		Duygusal Bağlılık Faktörü	Devam Bağlılık Faktörü	Normatif Bağlılık Faktörü
İletişim	r	0,429**	0,447**	0,594**
Memnuniyeti	N	165	165	165

** $p < 0.01$

İletişim memnuniyeti ve duygusal bağlılık faktörü arasındaki bağlantıyı saptamak düşüncesi ile uygulanan korelasyon analizi neticesinde, orantılar arası %42,9 pozitif yönde mantıklı ilişki saptanmıştır ($r=0,429^{**}$). Buna göre iletişim memnuniyeti oranı yükseldikçe duygusal bağlılık faktörü de yükselmektedir.

İletişim memnuniyeti ve devam bağlılığı faktörü arasındaki bağlantıyı saptamak düşüncesi ile uygulanan korelasyon analizi neticesinde, orantılar arası %44.7 pozitif yönde mantıklı ilişki saptanmıştır ($r=0,447^{**}$). Buna göre iletişim memnuniyeti oranı yükseldikçe devam bağlılık faktörü de yükselmektedir.

İletişim memnuniyeti ve normatif bağlılık faktörü arasındaki bağlantıyı saptamak düşüncesi ile uygulanan korelasyon analizi neticesinde, ölçüler arası %59, pozitif yönde mantıklı ilişki saptanmıştır ($r=0,594^{**}$). Buna göre iletişim memnuniyeti oranı yükseldikçe normatif bağlılık faktörü de yükselmektedir.

Bu sonuçlar iletişim memnuniyeti ve kurumsal bağlılık arasında pozitif ilişki olduğunu saptamaktadır ve çalışanların iletişim memnuniyeti arttıkça kuruma olan bağlılığının da arttığını göstermektedir.

4.4 Regresyon Analizi

Yukarıda yapılan korelasyon analizleri Denison kurum kültürü örneğinde mevcut olan misyon, uyum, katılım ve tutarlılık ile iletişim memnuniyetinin arasındaki pozitif ilişkileri saptamıştır. Şimdiki amacımız bu ilişkinin yönünü belirlemektir. Regresyon analizi sonuçları Tablo 21’de sunulmuştur.

Tablo 21: Kurum Kültürü Unsurlarından İletişim Memnuniyetinin Etkilenme Boyutunu Test Etmek Amacıyla Uygulanan Regresyon Örneği

	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t	Sig.
	β	Std. Hata	β		
Sabit Terim	.310	.149		2.081	.039
Katılım Faktörü	.314	.067	.320	4.659	.000

Tutarlılık Faktörü	.067	.073	.071	.917	.361
Uyum Faktörü	.234	.078	.232	2.989	.003
Misyon Faktörü	.293	.088	.314	3.349	.001
Bağımlı Değişken: İletişim Memnuniyeti					

Elde edilen modele ilişkin Regresyon analizi neticesinde değerler incelendiği zaman, 4 bağımsız değişkenin (Katılım Faktörü, Tutarlılık Faktörü, Uyum Faktörü, Misyon Faktörü) bağımlı değişken (İletişim Memnuniyeti) üzerindeki varyansın %74.5'ini ($R^2 = 0.745$) açıkladığı görülmektedir. Bu da iletişim memnuniyeti değişkeninin %74.5'ini kurumsal kültürün açıkladığını gösteriyor. Geriye kalan %25.5'lik kısım ise hata terimi vasıtası ile modele dahil edilmeyen değişkenlerce (yani kurumsal kültür dışındaki başka faktörlerle) izah edilmektedir. Modelin tümü Anova analizini anlamlı kılmaktadır ($F=122.231$; $p=0,000$). Bu da iletişim memnuniyetini açıklamak için kurum kültürü faktörlerini kullandığımız modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu gösteriyor.

Sonuç olarak elde edilen değerleri ve bu değerlerle ilgili t terimi irdelendiği zaman, modele de gözlenen her bir değişkenlerden tutarlılık faktörü hariç diğer değişkenlerin anlamlı olduğu görülmektedir. Bu da iletişim memnuniyeti ile katılım faktörü, uyum faktörü ve misyon faktörü arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğunu gösteriyor.

İletişim memnuniyetini, etkisi altına alan faktörler açısından standardize edilmiş katsayılar incelendiği zaman en yüksek Beta katsayısına katılım değişkenin haiz olduğu görülmüştür. Diğer değişkenlerce açıklanan varyans kontrol edilebildiğinde bağımlı değişken iletişim memnuniyeti değişkeninin açıklanmasına en güçlü katkı koyan bağımsız değişken katılım değişkenidir (0,320). Sıra ile, misyon (0,314) ve uyum (0,232) takip etmektedir.

Bu da bize katılım faktörü 1 birim yükseldiğinde iletişim memnuniyetinin 0,314 birim yükseleceğini gösteriyor ($\beta=0,314$; $t=4.659$; $p=0,000$). Misyon faktörü 1 birim yükseldiğinde iletişim memnuniyetinin 0,293 birim yükseleceğini gösteriyor ($\beta=0,293$; $t=3,349$; $p=0,001$). Uyum faktörü 1 birim yükseldiğinde iletişim memnuniyetinin 0,234 birim yükseleceğini gösteriyor ($\beta=0,234$; $t=2.989$; $p=0,003$).

1. Hipotez Regresyon analizi neticeleri ile desteklemektedir (Hipotez 1: Kurum kültürü iletişim memnuniyetini etkilemektedir). Yani katılım faktörü, uyum faktörü, (tutarlılık faktörü hariç) ve misyon faktörü iletişim memnuniyetini etkilemektedir. Sonuç olarak, Denison'ın kurum kültürü modeli faktörleri ile iletişim memnuniyeti arasında tutarlılık ögesi haricinde anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

4.2.3 Kurumsal Bağlılık Faktörlerinin İletişim Memnuniyeti Düzeylerinden Etkilenme durumunu Test Etmek İçin Yapılan Regresyon Modeli

Kurumsal bağlılığın, iletişim memnuniyetinden etkilenme durumu şöyle ifade edilmektedir:

Tablo 22: Duygusal Bağlılık Unsurunun İletişim Memnuniyeti Seviyelerinden Etkilenme Boyutunu Test Etmek Amacıyla Uygulanan Regresyon Örneği

	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar		
	β	Std. Hata	β	t	Sig.
Sabit Terim	1.791	.263		6.816	.000
İletişim Memnuniyeti	.445	.073	.429	6.066	.000
Bağımlı Değişken: Duygusal Bağlılık					

Regresyon analizi neticesinde temin edilen örneğe bağlı değerler incelendiğinde, bağımsız değişkenin (iletişim memnuniyeti) bağımlı değişken (duygusal bağlılık) üstündeki varyansın %17,9'unu ($\text{adjusted } R^2=0,179$) açıkladığı görülmektedir. Bu da duygusal bağlılık değişkeninin %17,9'unu iletişim

memnuniyetinin açıkladığını gösteriyor. Geriye kalan %82.1'lik kesimde hata terimi aracılığıyla model dışı (iletişim memnuniyeti dışındaki diğer bütün faktörler) değişkenlerce izah edilmektedir.

Modelin bir bütün olarak anlamlı olduğu Anova analizi ile desteklenmektedir ($F=36,802$; $p=0,000$). Bu da duygusal bağlılığı açıklamak için iletişim memnuniyetini kullandığımız modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu gösteriyor.

Sonuç olarak elde edilen değerler ve bunlara alakalı t terimleri irdelendiğinde, iletişim memnuniyetinin anlamlı olduğu görülmektedir.

Duygusal bağlılığı tetikleyen faktörler standardize edilen katsayılara bakıldığında en büyük Beta (0,429) katsayısının iletişim memnuniyeti değişkenin sahip olduğu görülmektedir.

İletişim memnuniyeti seviyesi 1 arttığında duygusal bağlılık 0,445 olarak artmaktadır ($\beta=0,445$; $t=6,066$; $p=0,000$).

Bu da duygusal bağlılık ile iletişim memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğunu gösteriyor.

Regrasyon analizi ile elde edilen sonuçlar 2. Hipotezi desteklemektedir. Yani iletişim memnuniyeti, duygusal bağlılığı etkilemektedir.

Tablo 23: Devam Bağlılığı Unsurunun İletişim Memnuniyeti Seviyelerinden Etkilenme Boyutunu Test Etmek Amacıyla Uygulanan Regresyon Örneği

	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar		
	β	Std. Hata	β	t	Sig.
Sabit Terim	1.747	.267		6.549	.000
İletişim Memnuniyeti	.475	.074	.447	6.376	.000
Bağımlı Değişken: Devam Bağlılık					

Regresyon analizi ve temin edilen neticeler 2. Hipotezi destekler niteliktedir (Hipotez 2: İletişim memnuniyeti kurumsal bağlılığı etkilemektedir). Regresyon

analizi neticesinde temin edilen örneğe bağlı değerler irdelendiğinde, bağımsız değişkenin (iletişim memnuniyeti) bağımlı değişken üstündeki varyansın %19,5'ini ($\text{adjusted } R^2=0,195$) açıkladığı gözlemlenmiştir.

Bu da devam bağlılık değişkeninin %19.5'ini iletişim memnuniyetinin açıkladığını gösteriyor. Geriye kalan %80.5'lik bölüm ile hata terimi aracılığıyla örneğe ilave edilmeyen (iletişim memnuniyeti dışındaki diğer faktörler) değişkenlerce izah edilmektedir.

Modelin bir bütün olarak anlamlı olduğu Anova analizi ile desteklenmektedir ($F=36,802$; $p=0,000$). Bu da devam bağlılığını açıklamak için iletişim memnuniyetini kullandığımız modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu gösteriyor.

Sonuç olarak elde edilen parametre değerleri ve t terimlerine bakıldığında, iletişim memnuniyetinin anlamlı olduğu görülmektedir.

Bu da devam bağlılık ile iletişim memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğunu gösteriyor.

Devam bağlılığı faktörleri standardize edildiğinde en yüksek Beta katsayısına (0,447) iletişim memnuniyeti değişkenin sahip olduğu görülmektedir.

İletişim memnuniyeti seviyesi 1 birim fazla yapıldığında devam bağlılık 0,475 değer fazlalaşmaktadır ($\beta=0,475$; $t=6,376$; $p=0,000$).

Regresyon analizi ve temin edilen neticeler 2. Hipotezi destekler niteliktedir (Hipotez 2: İletişim memnuniyeti kurumsal bağlılığı etkilemektedir). Bu da demek oluyor ki iletişim memnuniyeti, devam bağlılığı etkiler konumdadır.

Tablo 24: Normatif Bağlılık Unsurunun İletişim Memnuniyeti Seviyelerinden

	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t	Sig.
	β	Std. Hata	β		
Sabit Terim	1.244	.255		4.881	.000
İletişim Memnuniyeti	.672	.071	.594	9.437	.000
Bağımlı Değişken: Normatif Bağlılık					

Etkilenme Boyutunu Test Etmek Amacıyla Uygulanan Regresyon Örneği

Sonuç olarak bulunan modelle alakalı değerlere bakıldığında, farklı değişkenlerin (iletişim memnuniyeti) bağımlı değişken (normatif bağlılık) varyansın %34,9'unu ($R^2=0,349$) açıklamaktadır. Bu da normatif bağlılık değişkeninin %34.9'unu iletişim memnuniyetinin açıkladığını gösteriyor. Geriye kalan %65.1'lik bölüm ile hata terimi aracılığıyla örneğe ilave edilmeyen (iletişim memnuniyeti dışındaki diğer faktörler) değişkenlerce izah edilmektedir.

Modelin bir bütün olarak anlamlı olduğu Anova analizi ile desteklenmektedir ($F=89,063$; $p=0,000$). Bu da normatif bağlılığı açıklamak için iletişim memnuniyetini kullandığımız modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu gösteriyor.

Normatif bağlılığı açısından en yüksek bir Beta katsayısına (0,594) iletişim memnuniyeti değişkenin sahip olduğu görülmektedir.

İletişim memnuniyeti seviyesi 1 birim yükseldiğinde normatif bağlılık 0,672 birim yükselmektedir ($\beta=0,672$; $t=9,437$; $p=0,000$).

2. Hipotez Regresyon analizi neticeleri ile desteklemektedir (Hipotez 2: İletişim memnuniyeti kurumsal bağlılığı etkilemektedir). Yani iletişim memnuniyeti normatif bağlılığı etkilemektedir. Sonuç olarak, iletişim memnuniyeti ile kurumsal bağlılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Bölüm 5

SONUÇ

5.1 Sonuçların Değerlendirmesi

Bu çalışmada Denison'ın kurum kültürü modeli merkezinde, DAÜ personelinin iletişim memnuniyeti irdelenmiştir. Bu amaçla, öncelikle Doğu Akdeniz Üniversitesi'nin kültür yapısı Denison'ın kurum kültürü modeli kapsamında incelenmiş ve mevcut yapının iletişim memnuniyetine olan etkisi saptanmıştır. Bahse konu saptamalar kurumun personel tarafından algılanan kurum kültürü ile iletişim memnuniyeti arasındaki ilişkiyi yorumlamamıza zemin oluşturmuştur.

Araştırma neticesinde elde edilen bulguların yorumlanması sonucunda Doğu Akdeniz Üniversitesi'nin personeline ait iş tatmini bakımından hem negatif hem de pozitif fikirlere haiz olduklarını söyleyebiliriz. Bununla birlikte Doğu Akdeniz Üniversitesi'nin iletişim yapısı ile alakalı kadrolu yönetsel personel genel olarak 'Çalışma grubumla uyumumun derecesi', 'Yazılı rapor ve talimatların anlaşılır ve net olma derecesi', 'Üstlerimin bana güvenme düzeyinin derecelendirilmesi', 'İşimi yapmak için gerekli olan bilgiyi zamanında alma derecelendirilmesi', 'Toplantılarımızın iyi organize edilmesi derecesi' ve 'Üstlerimin fikirlere açık olma derecesi' anlatımlarını benimsemişlerdir.

Denison'ın kurum kültürü modelini katılım, uyum, tutarlılık ve misyon hususlarından meydana gelmektedir. Bahse konu hususların her biri kendi içinde kategorilere ayrılmıştır. Denison'ın kurum kültürünü oluşturan katılım özelliği; yetenek geliştirme, güçlenme, takım çalışması, Uyum özelliği; kurumsal öğrenme,

müşteriye odaklanma, değişim yaratma, tutarlılık özelliği; temel değerler, koordinasyon, uzlaşma (anlaşma) ve bütünleşme bileşenlerinden oluşmaktadır. Misyon özelliğini; amaç ve stratejik yön, hedef ve amaçlar ile vizyon oluşturmaktadır.

DAÜ Kadrolu Yönetmel Personelin geneli %55'i 41-50 yaş aralığındadır ve katılımcıların %51.5'ini kadınlar, %48.5'ini ise erkekler oluşturmuştur. Orta yaşlılar; görevlerini, görev ortamlarını bilen ve görevlerine nispeten alışmış bireylerdir. Orta yaşlı bazı bireyler, yerleşmiş bazı mesai alışkanlıklarına haiz oldukları için görevlerine daha çok tapabilirler. Yaş faktörü en önemli konu başlıklarındandır. Kaynaklardaki genel kabul yaşla birlikte kişilerin kurumsal bağlılıklarının da attığı ifade edilir. Kurumsal bağlılığı etkileyen faktörler arasında düşünülen yaş faktörüne yönelik olarak genel kabul, yaşı ilerlemiş personelin, yaşları küçük olan personele oranla kurumlarına daha fazla bağlılık gösterdikleri söylenebilir.

Kadın çalışanların erkeklere oranla daha fazla bağlılık gösterdiği görüşünü savunan araştırmacıların ileri sürdükleri nedenler şu şekilde sıralanabilir:

- **Kadın çalışanlar kurumlarında daha istikrarlıdırlar:** Kadınlar işlerini ve hizmet sundukları kurumu sık sık değiştirmekten hoşlanmamaktadırlar.
- **Kadın çalışanların karşılaştıkları engeller motivasyonlarını artırmaktadır.** Kadınlar erkeklere oranla bulundukları statüye gelebilmek için daha fazla engelle karşılaşmış, daha fazla zaman ve çaba harcamışlardır. Bu durum kadınların motivasyonunu yükselterek kurumlarına daha çok bağlılık göstermelerine zemin oluşturmaktadır.

Kadın ve erkeğin genellikle farklı iş tutumları sergiledikleri görüşü çoğunluktadır. Toplumsal açıdan kadın ve erkeğe uygun görülen ve yüklenen görevler, çalışma yaşamında kadın ve erkeğin davranışlarını etkilemekte, çalışma yaşamına ve işe bakışta önemli bir ayrım teşkil etmektedir.

Personelin büyük bir çoğunluğunun (113 kişi) 20 yıldan fazla bir süredir DAÜ bünyesinde çalıştığı tespit edilmiştir. Kurumda çalışma süresi arttıkça, çalışanın kuruma yaptığı yatırımların ve çabanın artması ve dolayısıyla bağlılığın da bu yönde geliştiğidir. Uzun yıllar sonunda elde edilen deneyimlere sahip çalışanların, kurumlarına daha bağlı olacağı düşünülmektedir; çünkü emekli aylıkları, tatil imkanları ve diğer pek çok faktör, çalışanların kurum içinde kalmalarını sağlayan önemli etmenler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sebeplerle hizmet yılı arttıkça kurum kendi personelinin ihtiyaçlarını daha çok karşılayacağından, kuruma bağlılık ve iş doyum düzeyinin yükseleceği kabul görmektedir. Daha tecrübeli çalışanlar, kurum içinde daha çekici pozisyonlar elde ederler. Kurumdan ayrıldıklarında geride bırakacakları bir statü olacaktır. Bununla birlikte kurumsal kıdem, kurumla bütünleşme ve kuruma ait olma olasılığını da güçlendirir. Uzun yıllar aynı kurumda çalışan birey, kurumun kültürünü, amaçlarını daha yakından bilecek ve kuruma adaptasyonu artacaktır. Bu etmenlerin hepsi kurumdan ayrılmayı zorlaştıracak ve kurumsal bağlılığı kuvvetlendirecek bir etki oluşturacaktır.

Bahse konu kurum personelinin eğitim durumuna genel olarak bakıldığında, 90 kişi yüksekokul ve lisans düzeyinde olduğu saptanmıştır. Eğitim seviyesinin artmasıyla çalışanların daha az bağlılık gösterdikleri savunulur. Daha az eğitilmiş ve gelecekte eğitim almayı planlamayan bireyler daha fazla bağlılık gösterirken, eğitim düzeyi yükseldikçe, çalışanların kuruma olan bağlılıklarında bir düşüş yaşandığı söylenebilir. Araştırmaya katılan anketörlerin 32'si genel hizmetler bölümünde, 37'si yöneticilik hizmetlerinde ve 102'si idari ve mali hizmetler birimlerinde görevlerini sürdürmekte olduğu ortaya çıkmıştır.

1-5 arası sorular katılımı ölçmek için sorulmaktadır ve bu sorulara katılımcıların %56.7'si katıldığını, 6-9 arası sorular tutarlılığı ölçmek amacıyla

sorulmaktadır ve bu sorulara katılımcıların %55.8'i katıldığını, 10-14 arası sorular uyumu ölçmek amacıyla sorulmaktadır ve katılımcıların %53.8'i katıldığını, 15-20 arası sorular misyonu ölçmek amacıyla sorulmaktadır ve katılımcıların %60.4'ü katıldığını belirtmiştir.

Aldığımız anket cevaplarına baktığımızda katılımcıların çoğunun sorulara katıldığı görülmektedir, yani bu sonuçlar bu kurumda kurum kültürünün olduğuna işaret etmektedir. 4.0 ortalama ile personelin işlerinden memnun olduğu yapılan hesaplama ile tespit edilmiştir. Personelin, hizmetlerindeki iletişim dikkate alınarak, onları daha mutlu edebilecek bir varyasyon düşünülmesi hususundaki soruya 171 kişiden, %30.6'sı ise 'Yönetim daha katılımcı bir yol izlemelidir. Rutin toplantılar yapılıp, sorun-öneriler dinlenmeli' tabirleri ile uygulanabilecek farklılıklar konusunda şahsi görüşlerini paylaşmışlardır. Bitmiş, Rodopman, Üner ve Sökmen, 2015'teki çalışması dikkate alındığı zaman Conger ve Kanungo, 1988'de Huang ve arkadaşlarının 2010'da çalışmalarını yürüttükleri motivasyonel modelin irdelendiği görülür Personelin karar alma süreçleri kapsamında tutulmasının katılımdan dolayı duygusal motivasyonu yükselteceği savunulmaktadır (Bitmiş, Rodopman, Üner ve Sökmen).

Örgütsel iletişim araştırmacılarının bakışıyla bir yorumlama yapılacaksa Örgütsel iletişim, örgüt dışı ve örgüt içi hedef topluluk arasındaki çift yönlü iletişimi kullanarak, iletişimin aktifliğini her iki kitleyle kurum arasında yükselten bir iletişim yönetimidir. Bahse konu iletişim bir bütünsellik dahilinde stratejik ve sistematik görülerek hayata geçirilmelidir. Sonunda bahse konu iletişimi gerçekleştirmek amacı ile kurum kapsamında Grunig'in (2005) düşüncesi ile eksiksiz müdürlüklere gereksinim duyulmaktadır. Bu profesyonel müdürlükler oluşmadan örgüt dışı ve örgüt

içi etkili, ses getiren, yankı uyandıran bir iletişim idaresinden söz etmek mümkün değildir.

5.2 Sonuçlardan Çıkarılabilecek Öneriler

Kurumların amaçlarını elde etmesi sürecinde, bireylerin de amaçlarına kavuşmaları kurum hayatının esas gereklilikleri kapsamında gösterilir. Bilhassa yüz yüze iletişimin yaygınlaştırılması amacıyla, onları önemsendiğinin hissettirilmesi yönünden uygulanması öngörülen bir yöntem olarak bahsedilir. Tezden çıkan sonuçlar doğrultusunda Doğu Akdeniz Üniversitesi kurum kültürünün yaygınlaştırılması ve hizmet sunan personelin örgütsel bağlılık seviyelerinin yükseltilmesi amacıyla şu önerilerde bulunmak mümkündür:

- Kurum içinde iki yönlü iletişim teşvik edilmelidir.
- Personel için kendilerini gösterebilecekleri ortamları yaratmak,
- Çeşitli alanlarda sunulan ve bireylerin kendilerini bağımsız anlatımla aktarabilecekleri bir düzeni meydana getirilmek,
- Personel düşüncelerine saygı göstermek,
- Birlikte hareket etme gücü oluşturacak zihniyetle, bireysel gelişmeden daha çok takım çalışmasına dönülmesini sağlamak,
- Personel hatalarının tekrarlanmamasına özen göstermek,
- Birimler arası koordinasyonun sağlamak, personel ve yöneticilerin rutin hazırlanan takım toplantıları yapmak, böylece birbirlerinin faaliyetlerinden bilgi sahibi olmak,
- Yönetim tarafından personelin beklenti, istek ve tekliflerine objektif ve açık bir tutumla yaklaşmak,

- Kurum liderleri personelle ifa edeceği yüz yüze sohbetleri artırmak ve kurumun genel faaliyetleri ve personelin liderlerle ve iş arkadaşlarıyla iletişimlerinde meydana gelen sorunlardan haberlerinin olmasını sağlamak,
- Olumlu yönde iş birliği ve takım çalışmasına önem göstermek,
- İş tanımına uyan, doğru bireyleri işe kabul etmek,
- Kurum kapsamında tüm yönetsel personelin endişelerini ve fikirlerini dile getirebilecekleri kurumsal karar üretme sisteminin ve katılımcı yönetim zihniyetinin meydana getirilmesi önerilmektedir.
- Kurum çalışanların yaşadığı problemleri açıkça ifade edilebileceği bir kurumsal ortamı oluşturmak,
- Kurumsal hiyerarşinin en düşük kademesinden en yüksek kademesine kadar her kademedeki sorunların gerçek anlamda değerlendirmek,
- Kurum kapsamında bütün paydaşların birbirleriyle iletişim kurabileceği etkin bir iletişim ağı oluşmasını sağlamak,

Unutulmamalıdır ki, kurumsal amaç ve hedeflerin başarıyla sonuçlanması sürecinde bütün kurum bireylerine sorumluluk düşmektedir. Kurumsal yapı tasarımı yapılırken, bütün kurum bireylerinin sorumluluklarını huzur ve keyifle uygulayabilecekleri bir kurumsal ortamın oluşturulması sağlıklı ve verimli bir iş ortamının oluşturulması için şarttır.

KAYNAKLAR

- Akgöz, B. E. (2013). *Denison'ın Kurum Kültürü Modeli Bağlamında İletişim Memnuniyetinin Kurumsal Bağlılığa Etkisi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Akgöz, B. E., & Engin, E. (2014). Kurum kültürünün iletişim memnuniyetine etkisi. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 3(5), 61-83.
- Akıncı, Z. B. (1998). *Kurum Kültürü ve Örgütsel İletişim*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Akkoç, D., Turunç, D. & Çalışkan, D. (2011). Gelişim kültürü ve lider desteğinin yenilikçi davranış ve iş performansına etkisi: İş-aile çatışmasının aracılık rolü. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 13(4), 83-114.
- Aksu, M. (2002). *Eğitimde Stratejik Planlama ve Toplam Kalite Yönetimi*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Aktepe, V. & Buluç, B. (2014). Sınıf öğretmenlerinin algılarına göre okul yöneticilerinin öğretim liderliği özelliklerinin değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 34(2), 227-247.
- Akyar, H. S. (2007). *İşletmelerde Kurum kültürünün oluşmasında kurumiçi Halkla ilişkiler uygulamalarının rolü ve Etkisi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.

- Arslan, G. (2013). *Liderliğin kriz yönetimine etkisi üzerine bir araştırma*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Aydede, C. (2002). *Halkla İlişkiler Kampanyaları*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Baloğlu, N. & Öz, H. (2021). Yükseköğretim kurumlarında akademik liderlik ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22(1), 410-445.
- Başığit, A. (2006). *Örgütsel İletişimin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Baysal, C. & Tekarslan, E. (1998). *Davranış Bilimleri*. (3. Baskı). İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Becerikli, S. Y. (2000). Örgüt kültürü oluşumunda örgüt içi iletişim ve kurum içi halkla ilişkilerin rolü: Beğendik AŞ örneği. *Selçuk İletişim*, 1(2), 73-89.
- Bennis, W. (2016). *Bir Lider Olabilmek* (5. Baskı). Aura Yayıncılık.
- Bitmiş, M. G., Rodopman, B., Üner, M. M. & Sökmen, A. (2015). Katılımcı liderliğin iş tatmini üzerindeki etkisi: Örgütsel feda etmenin aracılık rolü. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), 1-13.

Bolden, R., Gosling, J., O'Brien, A., Peters, K., Ryan, M. K., Haslam, S. A., Longworth, L., Davidovic, A., & Winklemann, K. (2012). *Academic Leadership: Changing Conceptions, Identities and Experiences in UK Higher Education*. (Seri 3: Yayın 4). Londra: Leadership Foundation for Higher Education.

Bulut, F. (2020). Kültürün reklamı: İngiliz ve Alman geleneklerinde kültür diplomasisi. *TRT Akademi*, 5(10), 870-881.

Cameron K.S. & Freeman, S. J. (1991). Cultural congruence, strength, and type: Relationships to effectiveness. *Organizational Change and Development*, 5, 23-58.

Can, H., Akg n, A. & Kavuncubaşı, Ő. (1998). *Kamu ve  zel Kesimde Personel Yönetimi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Candar, M. (2015). * rg tsel İletişimin Verimliliğe Etkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Cardno, C. (2014). The functions, attributes and challenges of academic leadership in New Zealand polytechnics. *International Journal of Educational Management*, 28(4), 352-364.

Cerit, K., Aytur  zen, T. & Ekici, D. (2021). Sağlık  alıőanlarında yenilikçi kültür algısının çeşitli örgütsel değişkenler ile ilişkisinin incelenmesi. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 1-10.

- Conger, J. A., & Kanungo, R. N. (1988). The empowerment process: Integrating theory and practice. *Academy Of Management Review*, 13(3), 471-482.
- Çalışkan, A., Akkoç, İ. & Turunç, Ö. (2019). Yenilikçi davranış: Bir ölçek uyarlama çalışması. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(1), 94-111.
- Çalışkan, D.A. (2013). İç odaklı örgüt kültürünün yenilikçi davranışa etkisinde personel güçlendirmenin aracılık rolü. *ISGUC Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 15(1), 88-112.
- Çalışkan, A. (2011). Gelişim kültürü ve lider desteğinin yenilikçi davranış ve iş performansına etkisi: İş-aile çatışmasının aracılık rolü. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 13(4), 83-114.
- Çeçen, A. (1985). Kültür yönetimi. *Amme İdaresi Dergisi*, 16(3), 113-126.
- Çelik, V. (2007). *Eğitimsel Liderlik* (4. Baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Çetinsaya, G. (2014). *Büyüme, Kalite, Uluslararasılaşma: Türkiye Yükseköğretimi İçin Bir Yol Haritası*. Ankara: YÖK.
- Demirel, Y. & Seçkin, Z. (2008). Bilgi ve bilgi paylaşımının yenilikçilik üzerine etkileri. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 189- 202.
- Doğan, E. (2002). *Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi*. Ankara: Academyplus Yayınevi.

Dombrowski C, Kim J.Y., Desouza K.C., Braganza A., Papagari S., Baloh P. & Jha S. (2007). Elements of innovative cultures. *Knowledge and Process Management*. 14(3), 190-202.

Duderstadt, J. J. (2003). *A University for the 21st Century*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.

Elçi, Ş. (2011). Gelecek için eğitim programları ve politikaları. TED (Ed.), *Uluslararası Eğitim Forumu II: Eğitimde İnovasyon* (s. 69-73), Ankara: İşkur Matbaacılık Kağ. San. ve Tic. Ltd. Şti.

Erciş, K.A. (2021). Kurum kültürünün çalışanların örgütsel bağlılığına etkisi: Koluman Holding A.Ş.'de bir uygulama örneği. *Kurgu*, 29(2), 115-133.

Erçelik, E. (2008). *Örgütsel İletişimin İş Gören Verimliliği Açısından Değerlendirilmesi ve Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.

Erel, D. (2012). Yeni kurumsalcı yaklaşım örgütlerin analizinde bir paradigma değişimine işaret ediyor mu? Erişim 16 Mayıs 2022, adres: <http://members.multimania.co.uk/>

Ergun, D. (2000). *Kimlik Kısılacında Ulusal Kişilik*. Ankara: İmge Yayınları.

Erol, F. (2018). Yenilikçi Örgüt Kültürünün Sinizm Algısına Etkisi: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi'nde Bir Uygulama. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.

Ervay, S. (2006). Academic leadership in America's public schools. *NASSP Bulletin*, 90(2), 77-86.

Ertekin, İ. , Ilgın, H. Ö. & Ataman Yengin, D. (2018). Örgütsel iletişim kuramları . *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 8(2) , 297-311 .

Gandolfi, F. & Stone, S. (2018). Leadership, leadership styles, and servant leadership. *Journal of Management Research*, 18(4), 261-269.

Gedik, Y. (2020). Dönüşümsel ve işlemsel liderlik. *Uluslararası Liderlik Çalışmaları Dergisi: Kuram ve Uygulama*, 3(2), 19-34.

Gençer, Y. (2020). Mustafa Kemal Atatürk'ün sözsüz iletişim yönetimi. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, 6, 39-69

Gibb, A., Haskins, G., & Robertson, I. (2013). Leading the entrepreneurial university: Meeting the entrepreneurial development needs of higher education institutions. In *Universities in Change* (s. 9-45). Springer: New York.

Gigliotti, R. A. (2017). An exploratory study of academic leadership education within the Association of American Universities. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 9(2), 196-210.

Ginevicius, R. & Vaitkūnaite, V. (2006) Analysis of organizational culture dimension impacting performance. *Journal Of Business Economics And Management*, 7(4), 201-211.

Gonos, J. & Gallo, P. (2013). Model for leadership style evaluation. *Management: Journal Of Contemporary Management Issues*, 18(2), 157-168.

Greenwood, R.G. (1996). Leadership theory: A historical look at its evolution. *Journal of Leadership Studies*, 3(1), 3-16.

Güçdemir, Y., Çakar Mengü, S. & Günay, K. (2021). Büyük veri metin madenciliği bağlamında İstanbul Büyükşehir Belediyesi seçimlerinde aday liderlerin Tweet kullanımları üzerine bir inceleme. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 59, 161-191.

Gürgen, H. (1997). *Örgütlerde iletişim Kalitesi*. İstanbul: Der Yayınları.

Güllüoğlu, Ö. (2012). *Örgütsel İletişim İletişim Doyumu ve Kurumsal Bağlılık*. Eğitim Yayınevi.

- Harman G. (2002). Academic leaders of corporate managers: Deans and heads in Australian higher education. *Higher Education Management and Policy*, 14(2), 53–70.
- Hejres, S., Braganza, A., & Aldabi, T. (2017). Investigating the effectiveness of leadership styles on instructional leadership and teachers job expectancy in Kingdom of Bahrain. *American Journal of Educational Research*, 5(7), 694-709.
- Henkel, M. (2004). Current science policies and their implications for the formation and maintenance of academic identity. *Higher Education Policy*, 17, 167-182.
- Huang, X., Iun, J., Liu, A., & Gong, Y. (2010), Does participative leadership enhance work performance by inducing empowerment or trust? The differential effects on managerial and non-managerial subordinates. *Journal Of Organizational Behavior*, 31(1), 122-143.
- İspir, İ. (2018). Çalışanların iş tatmini ile yenilikçi davranışının bireysel performansa etkisi. *İNİJOSS-İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 120-135.
- Kahya, C. (2018). Sessizliği bozmak: Örgütsel çatışma yönetiminin rolü: Türkiye örneği. *Journal Of International Social Research*, 11(60), 953-964.
- Karadağ, E. (2020). Akademik bir örgütte iletişim doyumu ile örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi. *Kurgu*, 28(1), 43-60.

Karadoğın Doruk, S., & Savaş, S. (2017). Benzer sektörde faaliyet gösteren kurumların kuruluş tarihi sıralamasının kurum kültüründe ortaya çıkan yansımaları: Alfred adler üzerinden Coca Cola ve Pepsi kurumları üzerine bir değerlendirme. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 53, 103-137.

Karalar, R. (1997). Toplam kalite yönetiminin pazarlama süreci açısından irdelenmesi. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1), 14-42.

Karsantık, İ. & Çetin, M. (2020). Yükseköğretim kültürü ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 54, 258-281.

Karsantık, İ. (2019). *Yükseköğretimde Akademik Liderlik, Yükseköğretim Kültürü ve Akademik Kimlik Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Kayalar, M., & Özmutaf, Ö. G. D. N. M. (2007). Gelişme yönelimli kurum kültürü ile yöneticinin yönetsel tutumları arasındaki ilişkisellik: 100 büyük sanayi kuruluşunda bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 163-176.

Kekeç Morkoç, D. & Erdönmez, C. (2018). Yükseköğretim öğrencilerinin yaşam kalitesine yönelik algıları: Çomü örneğı. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 16(32), 509-532.

- Kim, D. H., & Senge, P. M. (1994). Putting systems thinking into practice. *System Dynamics Review*, 10(2-3), 277-290.
- Kızıloğlu, M. & Bayrak Kök, S. (2017). Denison örgüt kültürü üzerine bir araştırma. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 4(11): 141-159.
- Konokman, Y., Yokuş, G. & Yanpar Yelken, T. (2016). Yenilikçi materyal tasarlamının sınıf öğretmeni adaylarının yenilikçilik düzeylerine etkisi. *Bartın University Journal of Faculty of Education*, 5(3), 857-878.
- Kotter, J. P., & Heskett, J. L. (1992). *Culture and Performance*. New York: Free Press.
- Köktürk, M. (2006). *Kültürün Dünyası*. Ankara: Hece Yayınları.
- Köse, M.F. & Korkmaz, M. (2019). Üniversitelerde öğüt kültürü üzerine karşılaştırmalı bir inceleme. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39(2), 963-987.
- Kuh, G. D. & Whitt, E.J. (1988). *The Invisible Tapestry: Culture In American Colleges and Universities*. ASHE-ERIC Higher Education Report No. 1. Washington, D.C.: Association For The Study Of Higher Education.
- Kukut, M. (2021). *Yükseköğretim Kurumlarında Yenilikçi Öğrenme-Öğretme Uygulamalarının Benimsenmesi Süreci: Sorunlar ve Çözümler*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.

- Kula, S. (2012). *İşgörenlerin Şirket İçindeki İletişimi ve Kurum Kültürü Algısı*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Kurnaz, Ö. (2010). *Yükseköğretimde Araştırma Kalitesinin İncelenmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Kurt, S. (2016). *Kurum Kültürü ve Alt Kültürler: Halkla İlişkiler Birimi Olmayan Bir Şirkette Kurum Kültürü Analizi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Mehmeti, N. (2003). *Kurum Kültürünün Kurum Kimliğine, Ürün Kimliğine ve Ambalaj Tasarımına Yansıması*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Mengi, F. & Schreglmann, S. (2013). Akademisyenlik bağlamında bilimsel üretkenliği etkileyen çevresel faktörler. *Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 1-17.
- Morrison J.M., Brown C.J, & Smit M. (2006). A supportive organizational culture for project management in Matrix organizations: A theoretical perspective. *South African Journal of Business Management*, 37(4), 39-54.
- Nartgün, S.S. & Kurt, A. (2014). Yönetici kişilik algısı ölçeği geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Journal Of Human Sciences*, 11(1), 1238-1252.
- Okay, A. (2003). *Kurum Kimliği*. İstanbul: Kapital Medya A.Ş.

Okay, A. & Okay, A. (2001) *Halkla İlişkiler*. İstanbul: Der Yayınları.

Osterloh, M. & Frey, B. (2000). Motivation, knowledge transfer, and organizational forms. *Organization Science*, 11(5), 538-550.

Oyman, M. & Göksel, G. (2019). *Çalışanların Kurumsal Yönetim İlkelerine İlişkin Algılarının Yenilikçi Örgüt Kültürü ve İş Tatminine Etkisi: Mobilya Sektörü Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Özay, M.A. (2020). *Yenilikçi İş Davranışının Öncülleri Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi, Bursa.

Özdemir, İ. (2011). Kültürlerarası iletişimin önemi. *Folklor/Edebiyat*, 17(66), 29-38.

Özdoğan Özbal, E. (2018). Yükseköğretim yöneticilerinin bireysel planlama davranışlarının örgütsel planlama davranışlarına etkisi konusundaki görüşleri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 45, 37-54.

Özkal, M. E. (2021). Örgütsel kültür ve liderlik ilişkisinin değerlendirilmesi: Koluman Holding A.Ş. 'de bir uygulama örneği. *Kurgu*, 29(2), 134-161.

Özkalp, E. & Kirel, Ç. (2001). *Örgütsel Davranış*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

- Özyer, Y. & Gözükar, E. (2016). Yenilikçi kültürün örgütsel yaratıcılık öğrenme çabaları üzerindeki etkisi. *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 23-33.
- Pado, D.G. & Tezcan, L. (2018). Kültür ve kültür boyutlarının inovasyon kapasiteleri üzerine etkileri. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 275-292.
- Parlıyan, B.M. (2022). Eğitimde kalite ve akreditasyon. *Kalite ve Strateji Yönetimi Dergisi*, 2(1), 93-95.
- Perdomo-Ortiz, J., González-Benito J. & Galende J. (2006). Total quality management as a forerunner of business innovation capability. *Technovation*, 26, 1170-1185.
- Putnam, L.L. & Krone, K.J. (2006). Editors' introduction. L. L. Putnam ve K. J. Krone (Ed.), *Organizational Communication* (Ss. Xxiii – Xliii). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ravasi, D. & Schultz, M. (2006). Responding to organizational identity threats: Exploring the role of organizational culture. *Academy Of Management Journal*, 49, 433-458.
- Van Riel, C.B.M. (1995). *Principles Of Corporate Communication*. Londra: Prenticehall.
- Ruben, B.D. (2009). *Understanding, Planning and Leading Organizational Change: Core Concepts and Strategies*. Washington, DC: National Association of College and University Business Officers.

- Sabuncuoğlu, Z. & Tüz, M. (2005). *Örgütsel Psikoloji*. Bursa: Furkan Ofset.
- Sarak, A. (2015). *Farklı Örgüt Kültürleri ve Örgütsel İletişim İlişkisi: Bir Uygulama Örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Schein, E.H. (2004). *Organizational Culture and Leadership* (3. Baskı). San Francisco, CA: John Wiley & Sons, Inc.
- Sökmen, A., Yazıcıoğlu, İ., & Kenek, G. (2021). Katılımcı liderlik, duygusal bağlılık ve iş tatmini ilişkisi: Örgütsel güvenin aracılık rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 2746-2758.
- Spendlove, M. (2007). Competencies for effective leadership in higher education. *International Journal Of Educational Management*, 21(5), 407-417.
- Şama, E. & Kolamaz, C. (2011). Destekleyici ve geliştirici liderlik özellikleri ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2, 313-342.
- Şişman, M. (2012). *Öğretim Liderliği*. (4. Baskı). Ankara: Pegem A. Yayıncılık.
- Taş, Y. F. & Aksu, A. (2011). Toplam kalite yönetimi ve stratejik liderlik. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 351-361.
- Tierney, W.G. (1988). Organizational culture in higher education: Defining the essentials. *The Journal Of Higher Education*, 59(1), 2-21.

Tomlinson, J. (2013). *Küreselleşme ve Kültür*. (Tercüme: Eker, A.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Tunç, B. (2007). *Akademik Unvan Olgusu Akademik Yükseltme ve Atama Sürecinin Değerlendirilmesi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Turan, İ., Şimşek, Ü., & Aslan, H. (2015). Eğitim araştırmalarında likert ölçeği ve likert-tipi soruların kullanımı ve analizi. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30, 186-203.

Välimala, J. (1998). Culture and identity in higher education research. *Higher Education*, 36(2), 119-138.

Vural, Z.B.A. & Erkan, M. (2018). Kurumsal imajın güçlendirmesinde kurumsal kimliğinin rolü. *SDÜ İfade*, 1(1), 9-41.

Yahyagil, M.Y. (2004). Denison örgüt kültürü ölçeği aracının Ggçerlik ve güvenilirlik çalışması: Ampirik bir uygulama. *İÜ İşletme İktisadi Enstitüsü, Yönetim Dergisi*, 47, 53-76.

Yıldırım Becerikli, S. (2014). Örgüt kültürü oluşumunda örgüt içi iletişim ve kurum içi halkla ilişkilerin rolü: Beğendik A.Ş. örneği. *Selçuk İletişim*, 1(2), 73-89.

Yüksel, Y. (2019). Kurumlarda kültürel değişim ve iletişim: Compstat örnek olayı. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 1(1), 77-91.

EKLER

Ek 1: Anket Formu

ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

Doğu Akdeniz Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Araştırma Enstitüsü, İletişim Fakültesi, İletişim ve Medya Çalışmaları Programı bünyesinde yürütmekte olduğum ‘Yüksek Eğitim Kurumlarında Kurum İçi İletişim: Doğu Akdeniz Üniversitesi Örnekleme’ başlıklı tez için hazırlanan anket formu aşağıda yer almaktadır.

Bu anket formundan elde edilecek bilgiler, yürütmekte olduğum yüksek lisans tez kapsamında kullanılacaktır. Elde edilen bilgiler kişi bazında değil yığın olarak değerlendirilecek, tez çalışması dışında başka bir amaçla kullanılmayacaktır. Bu iş yerinde gerekli izin sağlanmış olup, çalışmanın sonuçları gizlilik anlayışıyla değerlendirilecektir. Vereceğiniz bilgiler kişisel bazda kesinlikle gizli kalacak, hiçbir kişi ve kurumla paylaşılmayacaktır.

Katkı ve desteğiniz için teşekkür ederim.

Hatice Bekiroğlu
Doğu Akdeniz Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Araştırma Enstitüsü
Yüksek Lisans Öğrencisi

A. Yaşınız?

.....

B. Cinsiyetiniz?

☐ Erkek

☐ Kadın

C. Bu iş yerinde çalışma süreniz?

.....

D. Eğitim durumunuz?

☐ İlkokul

☐ Ortaokul

☐ Lise

☐ Yüksekokul

☐ Lisans

☐ Lisansüstü/Doktora

E. Göreviniz: (Bölüm belirtmeksizin yönetici, uzman, şef, idari-teknik personel v.b. şeklinde yazınız).....

.....

Diğer sayfaya geçiniz.

Lütfen, aşağıda belirtilen her bir ifadeye, *yalnızca çalıştığınız bu kurumun koşullarını* düşünerek ne ölçüde katıldığınızı, katılma oranınızı gösteren sayıları kullanarak işaretleyiniz.

	İFADELER	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	Çalışanlar arasında yeterli ölçüde bilgi paylaşımı olduğundan, gerektiğinde herkes istenilen bilgiye ulaşabilmektedir.	1	2	3	4	5
2	İş planları yapılırken, tüm çalışanlar karar verme sürecine belli ölçüde dahil edilmektedir.	1	2	3	4	5
3	Takım çalışması yapılması, bütün iş faaliyetlerinde esas alınmaktadır.	1	2	3	4	5
4	Çalışanlara kendi işlerini planlamaları için gerekli yetki verilmektedir.	1	2	3	4	5
5	Çalışanların iş-görme becerilerini arttırmak için gereken her şey yapılmaktadır.	1	2	3	4	5
6	Yöneticiler söylediklerini uygulamaktadırlar.	1	2	3	4	5
7	İş faaliyetlerinde bir anlaşmazlık meydana geldiğinde, her bir çalışan tatmin edici bir çözüm bulmak için çok gayret göstermektedir.	1	2	3	4	5
8	Bu iş yerinde güçlü, bir işletme kültürü vardır.	1	2	3	4	5
9	Problematic konularda dahi kolayca bir görüş birliği sağlanabilmektedir.	1	2	3	4	5
10	İş-görme tarzımız oldukça esnek ve değişime açıktır.	1	2	3	4	5
11	İş alanımızdaki yenilik ve gelişimler, yönetim tarafından izlenmekte ve uygulanmaktadır.	1	2	3	4	5
12	Herhangi bir başarısızlıkla karşılaşıldığında bu, yönetim tarafından, gelişim ve öğrenme için bir fırsat olarak değerlendirilmektedir.	1	2	3	4	5
13	Yenilikçilik ve yapılan işlerde risk almak, yönetimde istenmekte ve ödüllendirilmektedir.	1	2	3	4	5
14	Çalışanların işleriyle ilgili olarak öğrenmeleri (yeni bilgiler edinmesi) önemli bir amaçtır.	1	2	3	4	5
15	Uzun-dönemli bir iş programı ve belli bir gelişim planımız mevcuttur.	1	2	3	4	5
16	Çalışanların yaptıkları işlere yön verebilecek net, açık bir işletme misyonumuz vardır.	1	2	3	4	5
17	İşletmenin faaliyet amaçlarına ilişkin olarak çalışanlar arasında tam bir uzlaşma vardır.	1	2	3	4	5
18	Yöneticiler, işletmemizin temel hedefleri doğrultusunda hareket edebilmektedirler.	1	2	3	4	5
19	Çalışanlar, uzun dönemde işletmenin başarılı olabilmesi için yapılması gerekenleri bilmektedir.	1	2	3	4	5
20	Yöneticilerimiz uzun-dönemli bir bakış açısına sahiptirler.	1	2	3	4	5

Lütfen, aşağıda belirtilen her bir ifadeye ne ölçüde katıldığınızı, katılma oranınızı gösteren sayıları kullanarak işaretleyiniz.

	İFADELER	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	İşinizden ne kadar memnunsunuz?	1	2	3	4	5

Diğer sayfaya geçiniz.

2. Eğer, işinizde iletişimle ilgili olarak, sizi daha memnun edebilecek herhangi bir değişiklik yapılabilirse, bu nasıl olmalıdır? Lütfen açıklayınız.

İşyerinin tarafından sağlanan, bilginin miktar ve kalitesine ilişkin olarak, kurumunuzun ve işinizin farklı yönlerini göz önüne alarak, kurumunuzun sizi ne kadar memnun etmekte olduğunu seviyesini lütfen belirtiniz.

	İFADELER	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
3	İşimdeki gelişimim hakkında bilgilendirme	1	2	3	4	5
4	Personel haberleri	1	2	3	4	5
5	Kurumun politikaları ve hedefleri ile ilgili bilgi	1	2	3	4	5
6	Nasıl değerlendirildiğim hakkında bilgi	1	2	3	4	5
7	Çabalarımın tanınması/fark edilmesi	1	2	3	4	5
8	Bölüm politikaları ve hedefleri hakkında bilgi	1	2	3	4	5
9	İşimin gereksinimleri ile ilgili bilgi	1	2	3	4	5
10	Kurumdaki değişiklikler hakkında bilgi	1	2	3	4	5
11	Kurumdaki kar ve mali durumla ilgili bilgi	1	2	3	4	5
12	Kurumun başarı ve/veya başarısızlıkları hakkında bilgi	1	2	3	4	5
13	Üstlerimin astlarının karşılaştığı sorun ve problemleri bilme ve anlama derecesi	1	2	3	4	5
14	Üstlerimin beni ne kadar dinlediğinin ve dikkate aldığıının derecesi	1	2	3	4	5
15	Kurumumdaki kişilerin iletişimci olarak üstün kabiliyetli/yetenekli olma derecesi	1	2	3	4	5
16	Üstlerimin iş ile ilgili problemlerimi çözmemde rehberlik sunma derecesi	1	2	3	4	5
17	Kurumsal iletişimin beni olduğum gibi tanımlama ya da kurumun önemli bir parçası gibi hissettirme derecesi	1	2	3	4	5
18	Üstlerimin bana güvenme düzeyinin derecelendirilmesi	1	2	3	4	5
19	İşimi yapmak için gerekli olan bilgiyi zamanında alma derecelendirilmesi	1	2	3	4	5
20	Dedikodunun kurumumuzda aktif düzeyde olma derecesi	1	2	3	4	5
21	Üstlerimin fikirlere açık olma derecesi	1	2	3	4	5
22	Çalışma grubumla uyumunun derecesi	1	2	3	4	5
23	Toplantılarımızın iyi organize edilmesi derecesi	1	2	3	4	5
24	Denetimlerin miktarı hakkında bana doğru bilgi verilme derecesi	1	2	3	4	5
25	Yazılı talimat ve raporların net ve anlaşılır olması derecesi	1	2	3	4	5

Diğer sayfaya geçiniz.

26. İşinizdeki verimliliğinizi nasıl derecelendirirsiniz?

(Sadece bir maddeyi seçiniz)

- ☐ Çok düşük
- ☐ Düşük
- ☐ Ortalamanın çok az altında
- ☐ Ortalama
- ☐ Ortalamanın çok az üstünde
- ☐ Yüksek
- ☐ Çok yüksek

Lütfen, aşağıda belirtilen her bir ifadeye çalıştığınız kuruma olan bağlılığınızı göz önüne alarak ne ölçüde katıldığınızı, katılma oranınızı gösteren sayıları kullanarak işaretleyiniz.

	İFADELER	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	Kariyerimin devamında (geri kalan kısmında) bu kurumda çalışmaktan çok mutlu olacağım.	1	2	3	4	5
2	Bu kurumun sorunlarını gerçekten kendi sorunum gibi hissediyorum.	1	2	3	4	5
3	Kurumuma karşı güçlü bir 'aidiyet' duygusu hissetmiyorum.	1	2	3	4	5
4	Bu kuruma 'duygusal açıdan bağlı' olduğumu hissetmiyorum.	1	2	3	4	5
5	Kurumumda kendimi 'ailenin parçası' gibi hissetmiyorum.	1	2	3	4	5
6	Bu kurum benim için kişisel anlamda çok şey ifade ediyor.	1	2	3	4	5
7	Şu anda kurumumu bırakmaya karar verseydim, yaşamımın büyük bir kısmı alt üst (bozulmuş) olacaktı.	1	2	3	4	5
8	Bu kurumu bırakmak için çok az seçeneğin göz önünde olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
9	Bu kuruma kendinden çok şey katmasaydım başka yerde çalışıyor olmayı göz önünde bulundurabilirdim.	1	2	3	4	5
10	Bu kurumu bırakmanın olumsuz sonuçlarından birisi var olan alternatiflerin azlığı olacaktı.	1	2	3	4	5
11	Şu anki işverenimle herhangi bir devam etme yükümlülüğü (zorunluluğu) hissetmiyorum.	1	2	3	4	5
12	Şu anda kurumumdan ayrılıysaydım suçluluk duyardım.	1	2	3	4	5
13	Bu kurum bağlılığımı hak ediyor.	1	2	3	4	5
14	Şu anda kurumumdan ayrılmam çünkü bu kurumdaki insanlara karşı yükümlülük duygum var.	1	2	3	4	5
15	Bu kuruma çok şey borçluyum.	1	2	3	4	5

Ek 2: Anket Kullanma İzin Belgesi

Mehmet Y. Yahyagil <yahyamet@gmail.com>

Thu 12/2/2021 5:17 PM

To: Hatice Bekiroglu <Hatice.Bekiroglu@emu.edu.tr>

3 attachments (440 KB)

DenisoniNEWQuest.uyarlama.doc; DENISON Original Quest.doc; Denison'un Örgüt

Kültürü Ölçeği Makalesi Düzeltilmiş.doc;

Merhaba Hatice Hanım,

Size ancak yanıt verebiliyorum. Çalışmanızda D. Denison'un arafımdan Türkçe'ye uyarlanmış ve kısaltılmış "örgüt kültürü" soro formunu kullanmanıza elbette izin veriyorum. Size ekte hem ölçeğin özgün halini hem de kısaltılmış versiyonunu ekte iletiyorum.

Ayrıca dergide yayınlanan makalede 10. syfada misyon/vizyon sözcükleri yanlış basılmıştır. Düzeltilmiş versiyonu da iletiyorum.

Çalışmanızda başarı dileklerim ve selamlarımla,

Prof. Dr. M. Y. Yahyagil,

NOT: Kırmızı harfle yazılan maddeler ters (reverse) maddelerdir, buna dikkat ediniz.

Ek 3: Etik Kurul Onayı



Sayı: ETK00-2021-0095

30.11.2021

Konu: Etik Kurulu'na Başvurumuz Hk.

Sayın Hatice Bekiroğlu

İletişim Fakültesi

İletişim Fakültesi Etik Alt Kurulu'nun 29.11.2021 tarih ve 2021/109 sayılı toplantısında incelenerek uygun bulunan, Yrd. Doç. Dr. Nilüfer Türksay danışmanlığında yürüttüğünüz "Yüksek Eğitim Kurumlarında Kurum İçi İletişim: Doğu Akdeniz Üniversitesi Örneklemi" adlı yüksek lisans tez çalışmanız, Doğu Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından onaylanmıştır.

Çalışmalarınızda Başarılar dilerim.

Prof. Dr. Yücel Vural

Etik Kurulu Başkanı

YV/ns.