

Öğrencilerin Okulların İmajına İlişkin Algıları ve Aidiyet Düzeyi

Fikri ÖZKAN¹

Prof. Dr. Hasan Basri GÜNDÜZ²

Son yıllarda yönetim biliminin önemli kavramlardan biri de imaj kavramıdır. İmaj kelimesi, kişiden kişiye değişen anlamlar taşımaktadır. Bazı kişiler imaj kelimesine pozitif bakmakta, bazı kişiler ise imajın doğal olmayan, gerçeklerden uzak, yapay özellikler veya davranış kalıpları içerisine girerek meydana getirildiğini savunmaktadır. Gerek pozitif, gerek negatif açıdan bakıldığında, günümüzde imaj kavramı günlük hayatımızda önemli yer tutmaktadır.

Kurumlar kurumsal imajlarını güçlü tutmak ve sahip olduklarını tüm paydaşlarına doğru yansıtmak zorundadır. Bu nedenle kurumun içinde ve dışında tüm paydaşların, hizmet edilen tüm kitlenin, kurumsal imaj algısına dair fikir sahibi olunmalıdır.

Öğrenciler günlük yaşantılarının büyük bir kısmını okullarda geçirmektedir. Onların sosyalleşme sürecinde okullar temel toplumsal görevi görmektedir. Öğrenciler kendilerini mutlu ve güvende hissetmeleri, onların okul hakkında olumlu düşünmelerine bağlıdır.

Okula aidiyet duygusu, öğrencilerin okulun sosyal çevresinde bir birey olarak kabul görmesi, varlığına saygı duyulması ve destek görmesi biçiminde tanımlanmaktadır. Okula aidiyet duygusu yüksek olan öğrencilerin kendilerini değerli hissettikleri, özgüvenlerinin de yüksek olduğu ve bu duygunun okulu bırakma davranışı üzerinde olduğu düşünülmektedir. Okula bağlılık duygusu yüksek olan öğrencilerin okul ve sınıf düzenine uyum düzeyi daha yüksek olabilmektedir.

Okula aidiyet duygusu düzeyi, öğrencinin bireysel olarak okuldaki diğer bireyler tarafından ne ölçüde onaylandığına, saygı duyulduğuna, dâhil

¹ *İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*

² *İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*

edildiğine ve desteklendiğine yönelik öznel duygu durumudur. Yapılan çalışmalarda, aidiyet duygusundaki sürekliliğin sosyal, psikolojik ve akademik uyuma elverişli bir okul ortamında elde edilebileceği düşünülmektedir.

Bu araştırma, tarama modelinin kullanıldığı bilimsel bir çalışmadır. Genel tarama modelleri, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup, örnek ya da örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir.

Araştırmanın Amacı

Alt, orta ve üst düzey sosyoekonomik çevrelerde yer alan resmi ortaokulların, yedinci ve sekizinci sınıflarında öğrenim görmekte olan öğrencilerinin, okulun imajına ilişkin algıları ve aidiyet duygu düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemektir.

Bu araştırmanın alt amaçları:

1. Ortaokul yedinci ve sekizinci sınıf öğrencilerinin okul imajına ilişkin algıları ile aidiyet duygu düzeyi; okulun bulunduğu sosyoekonomik çevreye göre değişmekte midir?
2. Ortaokul yedinci ve sekizinci sınıfta öğrenim gören öğrencilerin okul imajına ilişkin algıları ile aidiyet duygu düzeyi, sınıf seviyesine göre değişmekte midir?
3. Ortaokul yedinci ve sekizinci sınıf öğrencilerinin okul imaj algısı ve aidiyet duygu düzeyi arasında cinsiyete göre farklılık var mıdır?
4. Okul imaj algısı ve aidiyet duygu düzeyi, ailenin maddi gelirine, anne ve babanın mesleğine göre değişmekte midir?

Araştırmanın Önemi

Eğitim sisteminin temel kurumu olan okullar, hizmet ettikleri kitleye ve çevreye çekici gelmesi, kurum imajının etkileme düzeyine bağlıdır. Dünyamızda rekabetin yoğun yaşandığından, dolaylı okullar da kurum imajını sürekli geliştirmelidir.

Sınırlılıklar

Çalışma İstanbul Eyüp ilçesine bağlı üç ortaokul ile sınırlandırılmıştır. Bu üç okulda öğrenim gören öğrencilerin, ölçeklerde yer alan sorulara verdikleri cevaplarla okul imaj algısı ve aidiyet duygu düzeyi ile ilgili

görüşlerini kapsamaktadır.

Araştırmada kullanılan iki ölçek de amaca uygundur.

Varsayımlar

Araştırmanın amacına ulaşabilmesi için kullanılan “Okul İmaj Algısı Ölçeği” ve “Okula Aidiyet Duygu Düzeyi Ölçeği” yeterli oldukları varsayılmaktadır. Araştırmaya katılan öğrenciler sorulara verdikleri cevaplar, onların samimi ve gerçek duygularını yansıttığı varsayılmaktadır.

Tanımlar

İmaj kelimesi, kişiden kişiye değişen anlamlar taşımaktadır. Bazı kişiler imaj kelimesine pozitif bakmakta, bazı kişiler ise imajın doğal olmayan, gerçeklerden uzak, yapay özellikler veya davranış kalıpları içerisine girerek meydana getirildiğini savunmaktadır. Gerek pozitif, gerek negatif açıdan bakılsın, günümüzde imaj kavramı, günlük hayatımızda önemli yer tutmaktadır. Kurum imajı, kurumda çalışanlar ve kurum hedefi gözünde oluşan ve kuruma ruh kazandıran, ona soyut bir kavramdan öte bir anlam katan değerdir.

Okul imajı, müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için, yapısını ve işleyişini ona göre biçimlendirmelidir. Okulun imajını oluşturan unsurlar, teknolojik donanımı ve olanakları, kütüphane hizmetlerinin sunumu, beslenme olanakları, sosyal, kültürel ve sportif etkinliklerine verilen önem, öğretmenlerin kalitesi oluşturmaktadır. Öğrencilerin okula aidiyetini, öğrenci kendisini okulun bir parçası olarak hissetmesi, kabul görmesi, fikirlerinin önemsenmesi, ilgi görmesi, arkadaş ilişkileri, sosyal etkinliklere katılma, saygı duyulması, kendini gerçekleştirme fırsatlarının verilmesi unsurlarından meydana gelmektedir.

Yöntem

Bu araştırma, tarama modelinin kullanıldığı bilimsel bir çalışmadır. Araştırmanın evreni 2014-2015 eğitim öğretim yılı, İstanbul ili Eyüp ilçesine bağlı, alt, orta ve üst sosyoekonomik düzeyde bulunan üç resmi ortaokulun yedinci ve sekizinci sınıfında öğrenim gören 400 öğrenciden oluşmaktadır. Evreni temsil edici bir örneklemin seçiminde amaçlı örnekleme yoluna gidilmiştir. Bu tür örneklemede evrendeki her tabaka için kotanın konulmadığı ancak uygunluk örneklemede olduğu gibi her

önüne gelenin de örnekleme alınmadığı, bazı alt kümelerin evreni genel hatlarıyla yansıttığı görülse de bundan sonra da yansıtacağı varsayımına dayalı olarak alt kümelerden oluşan bir örnekleme yoluna gidilmektedir.

Veriler iki farklı ölçme aracı kullanarak toplanmıştır. Bu araçlar, Okul İmaj Algısı Ölçeği (OİAÖ), (Cerit, 2006); Okula Aidiyet Duygusu Ölçeği (OADÖ), (Sarı, 2013). Okul İmaj Algısı Ölçeği, 20 maddeden, Okula Aidiyet Duygusu Ölçeği ise 18 maddeden oluşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İmaj, kurum imajı, okulun kurumsal İmaj, aidiyet duygu düzeyi

Kaynakça

- Akar, R., Yılmaz Özelçi, S. Ve Çengel Gömleksiz, M. (2013). Okula aidiyet duygusu ölçeğinin geliştirilmesi, *Eğitim Araştırmaları Dergisi*.
- Cerit, Y. (2006). Eğitim fakültesi öğrencilerinin üniversitenin örgütsel imaj düzeyine ilişkin algıları, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 47, 343-365.
- Çobanoğlu, A. (2011). *Resmi ve özel ilköğretim okulların okul imajının öğretmen ve veli görüşlerine göre değerlendirilmesi*. (Yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Güzelcik, E. (1999). *Küreselleşme ve işletmelerde değişen kurum imajı*. Sistem Yayıncılık.
- Kılıçaslan, H. (2011). *İlköğretim okullarının kurumsal imajına yönelik yönetici ve öğretmenlerin algıları: Bolu ili merkez ilçe örneği*. (Yüksek lisans tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- Özgök, A. (2013). Ortaokul öğrencilerinde okula aidiyet düzeyinin ve empatik sınıf atmosferi algısının incelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi). Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Özüpek, M. N. (2005). *Kurum imajı ve sosyal sorumluluk*. Konya: Tablet Kitapevi.
- Özdemir, S. (2010). İlköğretim okulu öğrencilerinin okul iklimine ilişkin algılarını yordayan değişkenlerin incelenmesi, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38(38).
- Polat, S. (2011). Üniversite öğrencilerine göre kocaali üniversitesi'nin örgütsel imajı, *Eğitim ve Bilim*, 36(160).
- Sarı, M. (2013). Lise öğrencilerinde okula aidiyet duygusu. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 147-160.