

 TS EN ISO 9001:2015	T.C. İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ	
	2019 YILI KURUM KÜLTÜRÜ VE ÖRGÜTSEL İLETİŞİM ANALİZ RAPORU	Dok. No: RP/GNL/37
		İlk Yayın Tar.: 29.04.2022
		Rev. No/Tar.: 00/...
		Sayfa 1 / 25

2019



KURUM KÜLTÜRÜ VE ÖRGÜTSEL İLETİŞİM ANALİZ RAPORU

2020-2024 DÖNEMİ STRATEJİK PLAN
DURUM ANALİZİ

HAZIRLAYANLAR

Doç. Dr. Burcu ÖKSÜZ

İÇİNDEKİLER

AMAÇ VE KAPSAM	3
YÖNTEM	3
VERİLER VE BULGULAR	7
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	15
VERİ KAYNAKLARI	16
EKLER	17

AMAÇ VE KAPSAM

Bu çalışmada, üniversitemizde hâkim olan kurum kültürü tipini, çalışanlardaki örgütsel iletişim doyumunu ve kültür ile iletişim doyumu arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amaçlanmıştır. Kurum kültürü ve örgütsel iletişim doyumu, genel olarak tüm kurumlarda özelde de üniversitelerde çalışanların motivasyonunu, verimliliğini, başarısını etkilemekte ve uzun vadede kurumsal performansı arttırmaktadır. Dolayısıyla bu konularda yapılacak araştırmalar, stratejik planların önemli bir parçasını oluşturmaktadır.

Bu araştırmada, üniversitemiz bünyesindeki tüm akademik ve idari birimlere anket formumuz resmi yazılarla ulaştırılmış, doldurulan formlar kapalı zarflar içinde ve kapalı kutularda teslim alınmıştır. Tüm süreçte bilimsel bir yol izlenmiş, gerek verilerin toplanmasında gerekse verilerin analizinde bilimsel etik ve nesnellik çerçevesinde hareket edilmiştir. Örgüt içerisinde yürütülen çalışmalarda gizlilik ilkesi, büyük önem taşır. Bundan dolayı, tüm araştırma sürecinde, çalışanların anket formunu doldurmasında, teslim etmesinde ve araştırmacının verileri analizinde kişisel veriler alınmamıştır.

YÖNTEM

Katılımcılığı nasıl sağladık?

Bu araştırmada, anket formları Rektörümüz tarafından gönderilen üst yazı ile tüm akademik ve idari birimlere ulaştırılmıştır. Böylece Rektörümüzün stratejik plana ve bu kapsamdaki araştırmalara liderlik ettiği ve anketlerin doldurulmasının önemi tüm çalışanlara aktarılmıştır. Üst yazıda formların kapalı zarf içinde teslim edilmesi gerektiğine vurgu yapılmış, ayrıca birimlerimizde oluşturulan sandıklara kapalı zarfların atılması istenmiştir. Zarfların atıldığı kapalı kutular, bizzat araştırmacı tarafından açılmış ve tüm zarflar birleştirilmiştir. Bu süreçte, hiç kimse hangi zarfın hangi birimden geldiği konusunda bilgi sahibi olmamıştır. Anket formları, 25/03/2019 ile 05/04/2019 tarihleri arasında toplanmıştır.

Resim 1: Anket Formlarının Koyulduğu Kutular



Kullanılan bilimsel analizler ve yöntemler neler?

Araştırmanın veri toplama sürecinde kurum kültürü ölçümü ve örgütsel iletişim doyumu ölçümü için iki ayrı ölçek aynı form içinde kullanılmıştır.

Kurum kültürü ölçümü için bilinen ve farklı ülkelerde çok fazla tercih edilen bir ölçek olan Kim S. Cameron ve Robert E. Quinn'in (2006) Diagnosing and Changing Organizational Culture isimli kitaplarında yer alan 'The Organizational Culture Assessment Instrument' isimli ölçekleri kullanılmıştır. Profesör Kim S. Cameron'a e-posta ile ulaşarak ölçek kullanım izni istenmiş; izin, kitabı basan Jossey-Bass Yayınevi'nden gelmiştir. İlgili e-posta, aşağıda yer almaktadır.

Resim 2: Jossey-Bass Yayınevi Ölçek Kullanım İzni

Dear Dr. Oksuz,

Thank you for your inquiry regarding the Organizational Culture Assessment Instrument (OCAI). Kim Cameron copyrighted the OCAI in the 1980s, but because it is published in the Diagnosing and Changing Organizational Culture book, it is also copyrighted by Jossey Bass.

The instrument may be used free of charge for research or student purposes, but a licensing fee is charged when the instrument is used by a company or by consulting firms to generate revenues. As a researcher you may use it free of charge. Please be sure all surveys and your dissertation include the appropriate copyright information (© Kim Cameron). Professor Cameron appreciates your sharing your results with him when you finish your study.

We do have a local company (BDS, Behavioral Data Services, 734-663-2990, Sherry.Slade@b-d-s.com) which can distribute the instrument on-line, tabulate scores, and produce feedback reports for a fee. These reports include comparison data from approximately 10,000 organizations--representing many industries and sectors, five continents, and approximately 100,000 individuals.

I hope this explanation is helpful. Congratulations on your program, and I wish you well on your project.

Best wishes,

Meredith Smith

Anketin Türkçeye çevirisi araştırmacı tarafından yapılmıştır. Çevirisi yapılan anket, bir Yönetim Profesörü, bir Halkla ilişkiler Doçenti, İngiliz Dili ve Edebiyatı eğitimi almış bir Doktor Öğr. Üyesi tarafından kontrol edilmiş ve görüşler doğrultusunda ankete son hali verilmiştir. Anket, öncelikle pilot bir gruba uygulanmıştır.

Cameron ve Quinn (2006) kurum kültürü ölçeğine göre kurum kültürleri, ‘Hiyerarşi-Pazar-Klan-Adhokrasi’ olmak üzere dört tipe ayrılmaktadır.

Şekil 1: Kurum Kültürü Tipleri



Kaynak: Cameron ve Quinn, 2006: 32.

Hiyerarşi Kültürü: Kurumun etkili şekilde çalışmasında liderler, koordinatörler ve düzen sağlayıcılar kilit bir role sahiptir. Bu kurumlar istikrar, öngörülebilirlik ve etkinlik odaklıdır; kural ve prosedürler belirleyicidir (Cameron ve Quinn, 2006: 34).

Pazar Kültürü: Bu tür kurumlar, içsel ilişkilerden daha çok dışsal çevre odaklı hareket ederler. Bu kurumlarda rekabet edebilirlik ve verimlilik esastır. Kurumların temel amaçları kârlılık, niş pazarların artışı ve hedeflerin büyütülmesidir (Cameron ve Quinn, 2006: 32).

Klan Kültürü: Bu kültür tipinde odak, takım çalışması ve örgütsel bağlılıktır. Kurumlarda çalışan gelişimi esastır. Yönetimin temel görevi çalışanları güçlendirmek ve çalışanların katılımını, adanmışlığını ve sadakatini arttırmaktır. Klan kültürüne sahip kurumlar, çalışanlar arasında çok fazla paylaşımın olduğu dostane bir işyeri olarak açıklanmaktadır. Liderler, akıl hocası ve hatta aile figürü olarak görülebilmektir (Cameron ve Quinn, 2006: 36-38).

Adhokrasi Kültürü: Bu kültür tipine sahip kurumlar dinamik, girişimsel ve yaratıcı olarak görülmektedir. Liderliğin etkinliği, vizyoner, inovatif ve risk yönlü olmaya dayalıdır. Kurumun odağı, yeni bilgiye, ürünlere ve/veya hizmetlere öncülük edebilmektir. Başarının temeli, özgün ve orijinal ürün ile hizmetlere dayalıdır (Cameron ve Quinn, 2006: 40).

Cameron ve Quinn (2006: 40) kültür tiplerini dominant özellikler, liderlik, yönetim, örgütsel bütünleşme, stratejik odak ve başarı kriteri olmak üzere 6 faktör ve toplamda 24 madde ile ölçmektedir.

Bu araştırma kapsamında örgütsel iletişim doyumu ölçümünde Downs ve Hazen (1977) tarafından geliştirilen ve pek çok araştırmada kullanılan ‘A Factor Analytic Study of Communication Satisfaction’ başlıklı çalışmada kullanılan ölçek esas alınmıştır. Ölçeğin Birol Gülnar (2007) tarafından Türkçeye çevrilmiş ve ‘Araştırma Görevlilerinin İş Tatminini Sağlama Aracı Olarak Örgütsel İletişim ve İletişim Doyumu: Kamu ve Özel Üniversite Karşılaştırması’ başlıklı doktora tezi kapsamında üniversitelerde uygulanmış hali doğrudan kullanılmıştır. Bu ölçekte iletişim doyumu örgütsel bütünleşme, üst iletişimi, bireysel geribildirim, iletişim iklimi, yatay ve informal iletişim, kurumsal bilgi ve medya kalitesi olmak üzere 7 faktör ve toplamda 35 madde ile ölçülmektedir.

VERİLER VE BULGULAR

Araştırma kapsamında elde edilen kurum kültürü ve örgütsel iletişim doyumu verileri, SPSS programı ile analiz edilmiştir.

Tablo 1. Kültür Güvenilirlik Düzeyi

Kültür Tipi	Güven Düzeyi Cronbach alfa
Hiyerarşi Kültürü	0,889
Pazar Kültürü	0,895
Adhokrasi Kültürü	0,890
Klan Kültürü	0,920

Tüm kültür faktörleri için güvenilirlik düzeyleri kabul edilebilir düzey olan %60’ın üzerindedir.

Tablo 2. Kültür Ortalama Değerleri

Kültür Tipi	Mean	Sum
Hiyerarşi Kültürü	3,0844	1440,44
Pazar Kültürü	2,9007	1354,62

Adhokrasi Kùltürü	2,7993	1307,25
Klan Kùltürü	2,7647	1291,14

Üniversitemizde, hiyerarşı kùltürünün daha fazla hissedildiği gör÷lmektedir. Klan kùltürü ise en zayıf düzeydedir.

Tablo 3. Kültür Tiplerinin Kadroya Göre Dağılımı

Kadro		N	Mean	sign
Klan Kültürü	Akademik Personel	169	2,8720	0,138
	İdari Personel	246	2,7262	
Adhokrasi Kültürü	Akademik Personel	169	2,9049	0,124
	İdari Personel	246	2,7669	
Pazar Kültürü	Akademik Personel	169	3,0430	0,021
	İdari Personel	246	2,8411	
Hiyerarşi Kültürü	Akademik Personel	169	3,2392	0,008
	İdari Personel	246	3,0156	

Kültür puanları, genellikle kararsızlık eēiliminde 2,723,23 deēerleri arasında seyretmektedir. Klan ve adhokrasi kültürü eēilimleri, kadro tipine göre farklılık göstermemektedir. Pazar kültürüne ilişkin görüşler, personel grupları arasında farklılık göstermektedir. Akademik personel, kurumdaki pazar kültürünün varlıēına idari personele göre daha fazla inanmaktadırlar. Benzer şekilde akademik personelin kurumdaki hiyerarşi kültürünün varlıēına ilişkin düşüncesi de idari personele göre daha yüksektir.

Tablo 4. Kültür Tiplerinin Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet		N	Mean	sign
Klan Kültürü	Kadın	176	2,7651	0,861
	Erkek	233	2,7829	
Adhokrasi Kültürü	Kadın	176	2,8345	0,703
	Erkek	233	2,8001	
Pazar Kültürü	Kadın	176	2,9902	0,190
	Erkek	233	2,8746	
Hiyerarşi Kültürü	Kadın	176	3,1316	0,724
	Erkek	246	3,0156	

Cinsiyet  zelliklerine göre kültür anlayı larında herhangi bir farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 5. Kurum Kültürü Faktör Ortalamaları

	Ortalama Deēer
Başarı Kriteri	3,0308
Stratejik odak	2,9548
Örgütsel Bütünleşme	2,9157
Dominant �zellikler	2,8348
Yönetim	2,8281
Liderlik	2,8016

Kültür tiplerine ilişkin faktörlere katılımcıların verdiği cevapların ortalama düzeyleri karşılaştırılmıştır. Başarı kriteri ortalaması, katılımcıların en yüksek puan verdiği faktör olarak öne çıkmaktadır. Bu faktörü stratejik odak ve örgütsel bütünleşme takip etmektedir.

Tablo 6. Kadroya Göre Kurum Kültürü Faktörleri

Kadronuz		N	Mean	sign
Dominant Özellikler	Akademik Personel	168	2,9702	0,065
	İdari Personel	235	2,8021	
Liderlik	Akademik Personel	166	2,9383	0,076
	İdari Personel	239	2,7605	
Yönetim	Akademik Personel	168	2,9688	0,036
	İdari Personel	241	2,7697	
Örgütsel Bütünleşme	Akademik Personel	167	3,0763	0,012
	İdari Personel	234	2,8365	
Stratejik Odak	Akademik Personel	168	3,0208	0,346
	İdari Personel	237	2,9262	
Başarı Kriteri	Akademik Personel	167	3,1377	0,109
	İdari Personel	239	2,9822	

Yönetim faktörü, kadroya göre farklılık göstermektedir. Akademik personelin (2,96) yönetim faktörüne ilişkin ortalaması idari personelden (2,76) daha fazladır. Örgütsel bütünleşme faktörü de kadroya göre farklılık göstermektedir. Akademik personelin (3,07) örgütsel bütünleşme faktörüne verdiği ortalama, idari personelden (2,83) fazladır. Diğer faktörlerde herhangi bir farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 7. Cinsiyet Gruplarına Göre Kurum Kültürü Faktörleri

Kadronuz		N	Mean	sign
Dominant Özellikler	Kadın	172	2,8009	0,151
	Erkek	226	2,9392	
Liderlik	Kadın	172	2,8314	0,873
	Erkek	227	2,8150	
Yönetim	Kadın	175	2,8700	0,674
	Erkek	229	2,8286	
Örgütsel Bütünleşme	Kadın	170	3,0103	0,548
	Erkek	226	2,8650	
Stratejik Odak	Kadın	173	2,9913	0,198
	Erkek	227	2,9262	
Başarı Kriteri	Kadın	174	3,1149	0,724
	Erkek	227	2,9868	

Cinsiyete göre herhangi bir farklılık bulunamamıştır.

Tablo 8. Kültür Tiplerinin Faktörlerle İlişkisi

		Dominant �zellikler	Liderlik	Yönetim	�rg�tsel Bütünleşme	Stratejik Odak	Başarı Kriteri
Klan K�lt�r�	Pearson Correlation	,841**	,870**	,908**	,862**	,855**	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	441	440	449	442	444	448
Adhokrasi K�lt�r�	Pearson Correlation	,843**	,875**	,878**	,842**	,879**	,866**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	440	439	446	440	444	447
Pazar K�lt�r�	Pearson Correlation	,844**	,845**	,875**	,861**	,870**	,885**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	432	430	434	434	434	435
Hiyerarşi Kültürü	Pearson Correlation	,826**	,818**	,868**	,869**	,860**	,867**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	436	439	446	439	440	441

Tüm kültür tiplerinin faktörlerle ilişkisi olduğu g r lmektedir. Bu faktörler, kültür ifadelerinden oluştuğu için güçlü bir pozitif ilişki çıkması beklenen bir sonuçtur. Elde edilen bulgu, tüm kültür tiplerinin etkisi arttıkça faktörlerin de etkisinin arttığı yönündedir.

Tablo 9. İletişim Doyumu Güvenilirlik Düzeyi

	Güven Düzeyi Cronbach alfa
Örgütsel Bütünleşme (�B)	0,705
Kurum Bilgisi (KB)	0,821
Bireysel Geribildirim (BG)	0,834
Üst İletişimi (�İ)	0,923
İletişim İklimi (İİ)	0,870
Yatay ve İnförmel İletişim (Yİİ)	0,505
Medya Kalitesi (MK)	0,833

Yatay iletişim hariç güvenilirlik düzeyleri kabul edilebilir olan 0,60 sınırının üzerindedir.

Tablo 10. İletişim Doyumu Genel Ortalaması

	Mean	Sum
Örgütsel Bütünleşme (ÖB)	3,2248	1505,97
Kurum Bilgisi (KB)	3,0246	1412,49
Bireysel Geribildirim (BG)	3,1138	1454,16
Üst İletişimi (Üİ)	3,2498	1517,64
İletişim İklimi (İİ)	3,0036	1402,68
Yatay ve İnförmel İletişim (Yİİ)	3,3755	1576,36
Medya kalitesi (MK)	3,0898	1442,93

Yatay ve införmel iletişim, en yüksek puana sahiptir. İletişim iklimi ise en düşük puan ve ortalamaya sahip olan iletişim doyumu boyutudur.

Tablo 11. Kadroya Göre İletişim Doyumu

Kadronuz		N	Mean	Sig.
Örgütsel Bütünleşme (ÖB)	Akademik Personel	169	3,3201	,124
	İdari Personel	246	3,2072	
Kurum Bilgisi (KB)	Akademik Personel	169	3,1246	,231
	İdari Personel	246	3,0304	
Bireysel Geribildirim (BG)	Akademik Personel	169	3,0725	,133
	İdari Personel	246	3,2044	
Üst İletişimi (Üİ)	Akademik Personel	169	3,3479	,420
	İdari Personel	246	3,2610	
İletişim İklimi (İİ)	Akademik Personel	169	3,0438	,777
	İdari Personel	246	3,0173	
Yatay ve İnförmel İletişim (Yİİ)	Akademik Personel	169	3,4317	,433
	İdari Personel	246	3,3853	
Medya Kalitesi (MK)	Akademik Personel	169	3,2324	,016
	İdari Personel	246	3,0412	

Kadroya göre iletişim doyumunu değerlendirmelerinde, sadece medya kalitesi boyutunun farklılık gösterdiğini söylemek mümkündür. Akademik personelin medya kalitesi doyumunu 3,23, idari personelin 3,04 tür. Akademik personelin medya kalitesine ilişkin doyumunu anlamlı derecede yüksektir. Katılımcılar genel olarak değerlendirildiğinde ise iletişim doyumu boyutlarında ortalama değerlerin kararsızlık düzeyinde ağırlık kazandığı görülmektedir.

Tablo 12. Cinsiyet Gruplarına Göre İletişim Doyumu

Cinsiyet		N	Mean	Sig.
Örgütsel Bütünleşme (ÖB)	Kadın	176	3,2325	,692
	Erkek	233	3,2621	
Kurum Bilgisi (KB)	Kadın	176	3,1034	,177
	Erkek	233	2,9945	
Bireysel Geribildirim (BG)	Kadın	176	3,0988	,579
	Erkek	233	3,1482	
Üst İletişimi (Üİ)	Kadın	176	3,3017	,613
	Erkek	233	3,2472	
İletişim İklimi (İİ)	Kadın	176	2,9762	,653
	Erkek	233	3,0190	
Yatay ve İnförmel İletişim (Yİİ)	Kadın	176	3,3996	,948
	Erkek	233	3,4036	
Medya kalitesi (MK)	Kadın	176	3,1432	,444
	Erkek	233	3,0815	

Katılımcıların cinsiyet gruplarına göre iletişim doyumunu değerlendirmeleri incelendiğinde cinsiyete göre iletişim doyumı boyutlarında farklılık bulunamamıştır. Katılımcılar genel olarak değerlendirildiklerinde ise iletişim doyumı boyutlarında ortalama değerlerin kararsızlık düzeyinde ağırlık kazandığı görölmektedir.

Tablo 13. Kurum Kültürü Tipleri ile İletişim Doyumu Boyutları İlişkisi

		Klan	Adhokrasi	Pazar	Hiyerarşi
Örgütsel Bütünleşme (ÖB)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,519** ,000 467	,498** ,000 467	,454** ,000 467	,488** ,000 467
Kurum Bilgisi (KB)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,581** ,000 467	,549** ,000 467	,525** ,000 467	,515** ,000 467
Bireysel Geribildirim (BG)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,581** ,000 467	,524** ,000 467	,467** ,000 467	,493** ,000 467
Üst İletişimi (Üİ)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,581** ,000 467	,559** ,000 467	,480** ,000 467	,576** ,000 467
İletişim İklimi (İİ)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,728** ,000 467	,692** ,000 467	,625** ,000 467	,660** ,000 467
Yatay ve İnförmel İletişim (Yİİ)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,431** ,000 467	,400** ,000 467	,420** ,000 467	,450** ,000 467
Medya kalitesi (MK)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,719** ,000 467	,704** ,000 467	,652** ,000 467	,698** ,000 467

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Klan kültürü ile tüm iletişim doyumu boyutlarında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Klan kültürü etkisi arttıkça, iletişim doyumu da artmaktadır. İletişim iklimi (0,72) ve medya kalitesi (0,71) en güçlü ilişkiye sahiptirler. Yatay iletişim ise orta düzeyde (0,430) fakat diğer iletişim doyumu boyutlarına göre en düşük ilişkiye sahiptir.

Adhokrasi kültürü ile tüm iletişim doyumu boyutlarında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Adhokrasi kültürü etkisi arttıkça, iletişim doyumu da artmaktadır. İletişim iklimi (0,69) ve medya kalitesi (0,70) en güçlü ilişkiye sahiptirler. Yatay iletişim ise orta düzeyde (0,400) fakat diğer iletişim doyumu boyutlarına göre en düşük ilişkiye sahiptir.

Pazar kültürü ile tüm iletişim doyumu boyutlarında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Pazar kültürü etkisi arttıkça, iletişim doyumu da artmaktadır. İletişim iklimi (0,69) ve medya

kalitesi (0,70) en güçlü ilişkiye sahiptirler. Yatay iletişim ise orta düzeyde (0,420) fakat diğer iletişim doyumu boyutlarına göre en düşük ilişkiye sahiptir.

Hiyerarşi kültürü ile tüm iletişim doyumu boyutlarında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Pazar kültürü etkisi arttıkça, iletişim doyumu da artmaktadır. İletişim iklimi (0,69) ve medya kalitesi (0,70) en güçlü ilişkiye sahiptirler. Yatay iletişim ise orta düzeyde (0,450) fakat diğer iletişim doyumu boyutlarına göre en düşük ilişkiye sahiptir.

Tablo 14. Kurum Kültürü Faktörleri İle İletişim Doyumu Faktörleri Arasında İlişki

		Örgütsel Bütünleşme (ÖB)	Kurum Bilgisi (KB)	Bireysel Geribildirim (BG)	Üst İletişimi (Üİ)	Ast İletişimi (İİ)	Yatay ve İnformel İletişim (Yİİ)	Medya Kalitesi (MK)
Dominant Özellikler	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,471** ,000 451	,485** ,000 451	,437** ,000 451	,489** ,000 451	,633** ,000 451	,361** ,000 451	,638** ,000 451
Liderlik	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,511** ,000 451	,515** ,000 451	,502** ,000 451	,557** ,000 451	,644** ,000 451	,387** ,000 451	,700** ,000 451
Yönetim	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,469** ,000 458	,535** ,000 458	,514** ,000 458	,530** ,000 458	,649** ,000 458	,398** ,000 458	,668** ,000 458
Örgütsel Bütünleşme	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,445** ,000 451	,534** ,000 451	,514** ,000 451	,528** ,000 451	,645** ,000 451	,448** ,000 451	,653** ,000 451
Stratejik Odak	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,469** ,000 454	,526** ,000 454	,523** ,000 454	,549** ,000 454	,666** ,000 454	,445** ,000 454	,686** ,000 454
Başarı Kriteri	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,454** ,000 455	,517** ,000 455	,490** ,000 455	,510** ,000 455	,657** ,000 455	,409** ,000 455	,647** ,000 455

Kurum kültürünün tüm boyutlarındaki ifadelerle katılım arttıkça, iletişim doyumundaki tüm özellikler da artmaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Araştırma verilerine göre üniversitemizde, hiyerarşi kültürü diğer kültür tiplerine göre daha fazla hissedilmektedir. Klan kültürünün ise diğer kültür tiplerine göre daha zayıf düzeyde olduğu görülmüştür. Devlet üniversitesinde hiyerarşi kültürünün hâkim olması beklenen bir sonuç olarak değerlendirilebilir.

Örgütsel iletişim doyumu ölçümü sonuçlarına bakıldığında ise iletişim doyumunun genel olarak ve tüm boyutlarında kararsızlık düzeyinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla çalışanların örgütsel iletişim doyumunun orta düzeyde olduğu görülmektedir. Örgütsel iletişime ilişkin çalışmalar arttıkça, iletişim doyumunun da yükseleceği öngörülmektedir.

VERİ KAYNAKLARI

- Cameron, K. S. & Quinn, R. E. (2006). Diagnosing and Changing Organizational Culture Based on the Competing Values Framework. New York: Addison Wesley Longman, Inc.
- Downs, C.W. & Hazen, M.D. (1977). A Factor Analytic Study of Communication Satisfaction. The Journal of Business Communication, 14(3), 63-73.
- Gülnar, B. (2007). Araştırma Görevlilerinin İş Tatminini Sağlama Aracı Olarak  rg tsel İletişim ve İletişim Doyumu: Kamu ve özel  niversite Karşılaştırması. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi.

EKLER

Ek 1: Anket Formu

Değerli İKÇÜ çalışanı,

Bu anket, 2020-2024 Dönemi Stratejik Planımızın hazırlanması çalışmaları kapsamında, Üniversitemiz çalışanları tarafından benimsenen ve paylaşılan değerler bütününi ortaya koyarak, sorunların üstesinden gelinmesi ve **daha iyi bir kurum kültürü ortamı için** harekete geçilmesi amaçlarıyla yapılmaktadır. Katılımınız için teşekkür ederiz.

Kadro:

A) Akademik Personel

B) İdari Personel

Cinsiyet:

A) Kadın

B) Erkek

Lütfen, aşağıdaki maddelerde yer alan ifadelerden üniversitemiz için doğru olduğunu düşündüğünüz seçeneği işaretleyiniz.

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Üniversitem; çok özel bir yerdir. Geniş bir aile gibidir. İnsanlar, birbirleriyle pek çok şeyi paylaşır.					
2. Üniversitem; çok dinamik ve girişimci bir yerdir. İnsanlar, ortaya çıkmaya ve risk almaya isteklidir.					
3. Üniversitem; sonuç odaklıdır. Esas amaç, iş bitirmektir. İnsanlar, çok rekabetçi ve başarı odaklıdır.					
4. Üniversitem; kontrol ve biçimi esas alan bir yerdir. İnsanların yaptıklarını genel olarak resmi prosedürler belirlemektedir.					
5. Üniversitemde liderlik; genel olarak akıl hocalığı/mentörlük, kolaylaştırıcılık ve geliştiricilik olarak görülür.					
6. Üniversitemde liderlik; genel olarak girişimcilik, yenilikçilik ve risk alabilme olarak görülür.					
7. Üniversitemde liderlik, genel olarak akılcılık, atılganlık ve sonuç odaklılık olarak görülür.					
8. Üniversitemde liderlik, genel olarak koordine edicilik, örgütleyicilik ve düzgün işleyişi sağlayıcılık olarak görülür.					
9. Üniversitemin yönetim tarzında; takım çalışması, fikir birliği ve katılım esastır.					

10. Üniversitemin yönetim tarzında; bireysel risk alma, inovasyon, özgürlük ve özgün olma esastır.					
11. Üniversitemin yönetim tarzında; sıkı rekabet, yüksek beklenti ve başarı esastır.					
12. Üniversitemin yönetim tarzında; iş güvenliği, ilişkilerde uyum, öngörülebilirlik ve istikrar esastır.					
13. Üniversitemde insanları bir arada tutan birleştirici öğeler, sadakat ve karşılıklı güvendir. Üniversiteye bağlılık yüksektir.					
14. Üniversitemde insanları bir arada tutan birleştirici öğeler, inovasyon ve gelişmedir. Buradaki en önemli nokta, budur. Güncel oluşa özel önem verilir.					
15. Üniversitemde insanları bir arada tutan birleştirici öğeler, başarı ve amaçlara ulaşmadır.					
16. Üniversitemde insanları bir arada tutan birleştirici öğeler, resmi kurallar ve politikalardır. Üniversitenin düzenli işleyişini sürdürmek önemlidir.					
17. Üniversitem; insanın gelişimine odaklanmıştır. Yüksek güven, açıklık ve katılım esastır.					
18. Üniversitem; yeni kaynaklar ve yeni fırsatlar yaratmaya odaklanmıştır. Yeni şeyler denemek ve yeni fırsatlar yaratmak değerlidir.					
19. Üniversitem; rekabetçi davranışlara ve başarılarla odaklanmıştır. Zor hedeflere ulaşmak ve kazanmak önemlidir.					
20. Üniversitem; sürekliliğe ve istikrara odaklanmıştır. Verimlilik, kontrol ve düzenli faaliyetler önemlidir.					
21. Üniversitem başarıyı; insan kaynağının gelişimi, takım çalışması, çalışan bağlılığı ve insani değerlere dayalı olarak belirler.					
22. Üniversitem başarıyı; kendine özgü olma ve yeni hizmetlere dayalı olarak belirler. Bu durum, yenilikçi olmakla ilgilidir.					
23. Üniversitem başarıyı; rekabet ortamında kazanmaya dayalı olarak belirler. Eğitimde lider olmak önemlidir.					
24. Üniversitem başarıyı; verimliliğe bağlı olarak belirler. Eğitimin güvenilir şekilde ve zamanında verilmesi önemlidir.					

Lütfen, aşağıdaki maddelerde yer alan ifadelerden üniversitemiz için doğru olduğunu düşündüğünüz seçeneği işaretleyiniz.

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. İşimdeki ilerlememle ilgili elde ettiğim bilgi miktarı, tatmin edici düzeydedir.					
2. Personel haberlerinden yeterince haberdarım.					
3. Üniversitemin politikaları ve hedefleri ile ilgili sahip olduğum bilgi düzeyinden tatmin oluyorum.					
4. İşimin diğer çalışanlarla karşılaştırılmasına ilişkin yeterli bilgi düzeyine sahibim.					
5. Nasıl değerlendirildiğime ilişkin tatmin edici düzeyde bilgi miktarına sahibim.					
6. Çabalarımın takdir edildiğine ilişkin yeterli düzeyde bilgiye sahibim.					
7. Bölüm politikaları ve hedefleri ile ilgili sahip olduğum bilgi düzeyinden tatmin oluyorum.					
8. İşimin gerekleriyle ilgili yeterli bilgi düzeyine sahip olduğumu düşünüyorum.					
9. Üniversitemi etkileyen hükümet ve YÖK faaliyetleriyle ilgili sahip olduğum bilgi düzeyinden tatmin oluyorum.					
10. Üniversitemdeki değişikliklerle ilgili yeterli bilgiye sahibim.					
11. İşimdeki sorunların nasıl ele alındığına ilişkin yeterli bilgi düzeyine sahibim.					
12. Yan ödemeler ve ücretle ilgili sahip olduğum bilgi düzeyi yeterlidir.					
13. Üniversitemin akademik başarılarıyla ilgili yeterli bilgi miktarına sahibim.					
14. Üniversitemin başarısızlıklarıyla ilgili yeterli bilgi miktarına sahibim.					
15. Yöneticilerim astlarının karşılaştıkları sorunlarla yakından ilgilenmektedirler.					
16. Üniversite içi iletişim, üniversite hedeflerine ulaşmak için bizleri motive etmektedir.					
17. Yöneticim beni dinlemekte ve dikkate almaktadır.					
18. Üniversitemde çalışan insanlar, iyi bir iletişimci olarak beni tatmin etmektedir.					
19. Yöneticim işle ilgili sorunlarımda bana rehberlik etmektedir					
20. Üniversite içi iletişim bende üniversiteyle özdeşleşme					

ve bütünleşme duygusu uyandırmaktadır.					
21. Üniversite yayınlarının faydalı ve ilginç olduğunu düşünüyorum.					
22. Yöneticimin bana güvenme düzeyi tatmin edicidir.					
23. İşimle ilgili gerekli bilgileri zamanında elde edebiliyorum.					
24. Üniversite içi iletişim çatışmaları, doğru iletişim kanalları aracılığıyla ele alınmaktadır.					
25. Dedikodunun üniversitemizde aktif düzeyde olduğunu düşünüyorum.					
26. Yöneticimin yeni fikirlere açıklık düzeyi beni tatmin etmektedir.					
27. Eşit düzey çalışanlar arasındaki iletişim, eksiksiz ve serbest yönlüdür.					
28. Üniversite içi iletişim uygulamaları, olağanüstü durumlara kolayca uyum sağlayabilmektedir.					
29. Mesai arkadaşlarımla uyum içinde çalışıyorum.					
30. Toplantılarımız iyi organize edilmektedir.					
31. Sahip olduğum yetki miktarı, beni tatmin etmektedir.					
32. Üniversitemdeki yazılı yönergelerin ve raporların kısa ve net olduğunu düşünüyorum.					
33. Üniversitemde genel olarak iletişime karşı geliştirilen tutumlar sağlıklıdır.					
34. Üniversitemde etkin düzeyde gayrı-resmi iletişim kurulmaktadır.					
35. Genel olarak üniversitemdeki iletişim miktarından tatmin oluyorum.					