

 İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ 2010  TS EN ISO 9001:2015	T.C. İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ	
	2020 YILI KURUM KÜLTÜRÜ VE ÖRGÜTSEL İLETİŞİM ANALİZ RAPORU	Dok. No: RP/GNL/38
		İlk Yayın Tar.: 29.04.2022
		Rev. No/Tar.: 00/...
	Sayfa 1 / 23	

2020



# KURUM KÜLTÜRÜ VE ÖRGÜTSEL İLETİŞİM ANALİZ RAPORU

2020-2024 DÖNEMİ STRATEJİK PLANI  
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 doyumunu arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amaçlanmıştır. Kurum kültürü ve örgütsel iletişim doyumunu, genel olarak tüm kurumlarda özeldede üniversitelerde çalışanların motivasyonunu, verimliliğini, başarısını etkilemekte ve uzun vadede kurumsal performansı arttırmaktadır. Dolayısıyla bu konularda yapılacak araştırmalar, stratejik planların önemli bir parçasını oluşturmaktadır.

Bu araştırmanın tüm süreçlerinde bilimsel bir yol izlenmiş, gerek verilerin toplanmasında gerekse verilerin analizinde bilimsel etik ve nesnellik çerçevesinde hareket edilmiştir.

Üniversitemizde aynı araştırma 2019 yılında da gerçekleştirilmiştir. 2020 yılı araştırmasında da aynı ölçekler kullanılarak değişimi görmek hedeflenmiştir.

## **YÖNTEM**

### **Katılımcılığı nasıl sağladık?**

Pandemi nedeniyle araştırma kapsamında anket formları, Üniversitemiz Bilgi Sistemi (UBYS) üzerinden 2020 yılının Aralık ayında ve 2021 yılı Ocak ayının başında toplanmıştır. Anketlerde, yalnızca istihdam edilen kadro türü ve cinsiyet sorulmuştur. Yanıtlayan kişinin kimliğini ortaya koyacak sorular sorulmamıştır.

### **Kullanılan bilimsel analizler ve yöntemler neler?**

Araştırmanın veri toplama sürecinde kurum kültürü ölçümü ve örgütsel iletişim doyumunu 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 ulaşılarak ölçek kullanım izni istenmiş; izin, kitabı basan Jossey-Bass Yayınevi'nden gelmiştir. İlgili e-posta, aşağıda yer almaktadır.



## Resim 1. 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](mailto: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,

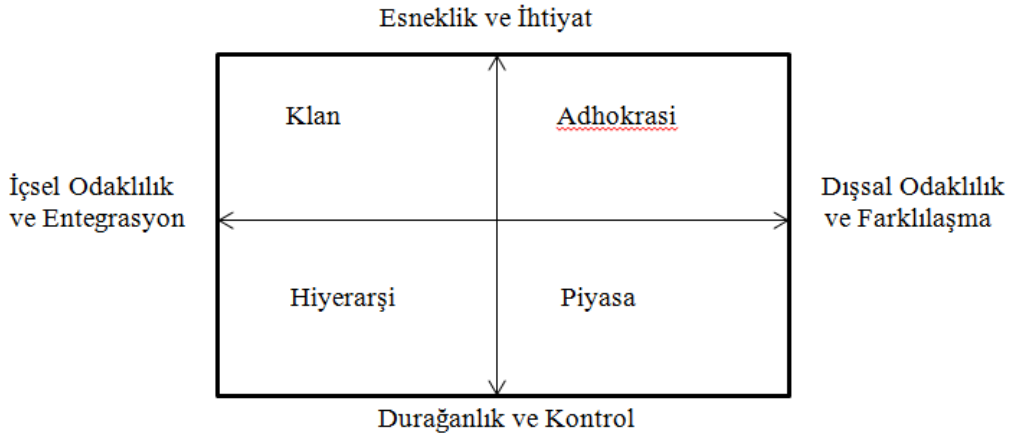
Meredith Smith

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 informel iletişim, kurumsal bilgi ve medya kalitesi olmak üzere 7 faktör ve toplamda 35 madde ile ölçülmektedir.

**Örgütsel bütünleşme:** Bu faktör, çalışanların halihazırdaki iş çevresine ilişkin edindiği bilginin düzeyiyle ilgilidir. Bölüm planları, işlerinin gereklilikleri ve personel haberleri gibi bilgilere ilişkin tatmin düzeyini yansıtmaktadır (Clampitt ve Downs, 1993: 8).

**Üst iletişimi:** Yukarıdan aşağı ve aşağıdan yukarı yöneticilerle iletişim kurma yönlerini içermektedir. Yöneticilerin fikirlere açıklığı, yöneticilerin dinlemesi ve ilgi göstermesi ile işle ilgili problemlerin çözümündeki rehberlik üç temel boyutu oluşturmaktadır (Clampitt ve Downs, 1993: 8).

**Bireysel geribildirim:** Çalışanların kendileri ve performansları hakkındaki değerlendirmelere ilişkin bilgi ihtiyaçlarıyla ilgilidir (Clampitt ve Downs, 1993: 9).

**İletişim iklimi:** Hem örgütsel hem de kişisel düzeyde iletişimi yansıtmaktadır. Bir tarafta çalışanların kurumun amaçlarının yerine getirilmesi konusunda motivasyonun sağlanmasına ve teşvik edilmesine diğer yandan kişilerin kurumda iletişimin sağlıklı olup olmadığı hakkındaki tutumlarına ilişkin maddeleri içermektedir (Clampitt ve Downs, 1993: 8).

**Yatay ve informel iletişim:** Yatay ve informel iletişimin doğru ve serbest olmasıyla ilgilidir. Bu faktör, aynı zamanda dedikodunun aktif olmasıyla ilgili tatmini de içermektedir (Clampitt ve Downs, 1993: 9).

**Kurumsal bilgi:** Bu faktör, bir bütün olarak kurumla ilgili geniş düzeydeki bilgiyle ilgilidir ve değişikliklerle ilgili bildirimler, kurumun politika ve amaçlarıyla ilgili bilgileri içermektedir (Clampitt ve Downs, 1993: 9).

**Medya kalitesi:** Toplantıların organizasyonu, yazılı talimatların kısa ve anlaşılır olması, iletişim düzeyinin doğru olması gibi konularla ilgilidir (Clampitt ve Downs, 1993: 8).





## VERİLER VE BULGULAR

Araştırma kapsamında elde edilen kurum kültürü ve örgütsel iletişim doyumu verileri, SPSS programı ile analiz edilmiştir. 2019 verileri ile karşılaştırılmıştır.

**Tablo 1. Kültür Ortalama Değerleri**

Kültür Tipi	Mean (2019)	Mean (2020)
Hiyerarşi Kültürü	3,08	3,27
Pazar Kültürü	2,90	3,26
Adhokrasi Kültürü	2,79	3,15
Klan Kültürü	2,76	3,16

Üniversitemizde 2019 yılında hiyerarşi kültürü öne çıkarken, 2020 yılında tüm kültür tiplerine yönelik dağılımın birbirine yaklaştığı görülmektedir. Tüm kültür eğilimlerinde artış göze çarparken özellikle Klan ve Adhokrasi kültürü ortalaması önemli artış göstermiştir.

**Tablo 2. Kültür Tiplerinin Kadroya Göre Dağılımı**

Kadro		N	Mean (2020)	Rank değerleri
Klan Kültürü	Akademik Personel	59	3,2034	0,798
	İdari Personel	41	3,1179	
Adhokrasi Kültürü	Akademik Personel	59	3,1582	0,938
	İdari Personel	41	3,1463	
Pazar Kültürü	Akademik Personel	59	3,2712	0,947
	İdari Personel	41	3,2561	
Hiyerarşi Kültürü	Akademik Personel	59	3,2910	0,950
	İdari Personel	41	3,2439	

2019 yılında kültür ortalamaları, genellikle kararsızlık eğiliminde 2,723,23 değerleri arasında seyretmektedir.

2020 yılında akademik ve idari personelin tüm kültürel eğilimlerin ortalamaları bir önceki seneye göre yükselmiştir.

**Tablo 3. Kültür Tiplerinin Cinsiyete Göre Dağılımı**

Cinsiyet		N	Mean	sign
Klan Kültürü	Kadın	40	3,2917	0,348
	Erkek	60	3,0861	
Adhokrasi Kültürü	Kadın	40	3,2875	0,403
	Erkek	60	3,0639	
Pazar Kültürü	Kadın	40	3,4292	0,195
	Erkek	60	3,1556	
Hiyerarşi Kültürü	Kadın	40	3,4042	0,274
	Erkek	60	3,1833	

2019 yılında cinsiyete göre kültür anlayışlarında herhangi bir farklılık bulunmamaktadır. 2020 yılında da cinsiyete göre farklılık görülmemekle beraber, kültür tiplerine katılımın cinsiyetler düzeyinde yükseldiği görülmektedir.

**Tablo 4. Kurum Kültürü Faktör Ortalamaları**

	Ortalama Değer (2019)	Ortalama Değer (2020)
Başarı Kriteri	3,0308	3,42
Stratejik Odak	2,9548	3,23
Örgütsel Bütünleşme	2,9157	3,22
Dominant Özellikler	2,8348	3,13
Yönetim	2,8281	3,16
Liderlik	2,8016	3,19

2019 yılı için kurum kültürü özelliklerine katılımcıların verdiği cevapların ortalama düzeyleri karşılaştırılmıştır. Başarı kriteri ortalaması, katılımcıların en yüksek puan verdiği özellik olarak öne çıkmaktadır. Bunu stratejik odak ve örgütsel bütünleşme takip etmektedir.

2020 yılı verileri incelendiğinde kurum kültür faktörlerinin ortalama değerlerinin yükseldiği görülmektedir. Başarı kriteri halen en öne çıkan kültürel faktördür. Diğer faktörler de ortalamanın üstündedir.

**Tablo 5. Kadroya Göre Kurum Kültürü Faktörleri**

<b>Kadronuz</b>		<b>N</b>	<b>Mean</b>	<b>sign</b>
Dominant Özellikler	Akademik Personel	59	3,1864	0,640
	İdari Personel	41	3,0671	
Liderlik	Akademik Personel	59	3,1992	0,819
	İdari Personel	41	3,1890	
Yönetim	Akademik Personel	59	3,1695	0,986
	İdari Personel	41	3,1524	
Örgütsel Bütünleşme	Akademik Personel	59	3,2669	0,678
	İdari Personel	41	3,1585	
Stratejik Odak	Akademik Personel	59	3,2034	0,647
	İdari Personel	41	3,2683	
Başarı Kriteri	Akademik Personel	59	3,3602	0,958
	İdari Personel	41	3,3110	

2019 verilerinde yönetim faktörü, kadroya göre farklılık göstermektedir. Akademik personel (2,96) yönetime idari personelden (2,76) yönetime daha fazla önem vermektedir. Örgütsel bütünleşme de kadroya göre farklılık göstermektedir. Akademik personel, (3,07) örgütsel bütünleşmeye idari personele (2,83) göre daha fazla önem vermektedir. Diğer kriterlerde herhangi bir farklılık bulunmamaktadır.

2020 verileri incelendiğinde ise personelin kadrosuna göre, kurum kültürü faktörleri arasında bir farklılık olmadığı görülmektedir.

**Tablo 6. Cinsiyete Göre Kurum Kültürü Faktörleri**

<b>Kadronuz</b>		<b>N</b>	<b>Mean</b>	<b>sign</b>
Dominant Özellikler	Kadın	40	3,2688	0,387
	Erkek	60	3,0500	
Liderlik	Kadın	40	3,3438	0,410
	Erkek	60	3,0958	
Yönetim	Kadın	40	3,3500	0,186
	Erkek	60	3,0375	
Örgütsel Bütünleşme	Kadın	40	3,3688	0,215
	Erkek	60	3,1250	
Stratejik Odak	Kadın	40	3,3813	0,249
	Erkek	60	3,1292	
Başarı Kriteri	Kadın	40	3,4063	0,597
	Erkek	60	3,2958	

2019 verilerinde cinsiyete göre kurum kültürü faktörlerinde bir farklılık bulunamamıştır. Benzer şekilde 2020 verilerinde de cinsiyete göre fark olmadığı görülmüştür.

**Tablo 7. Kültür Tiplerinin Faktörlerle İlişkisi**

		Dominant Özellikler	Liderlik	Yönetim	Örgütsel Bütünleşme	Stratejik Odak	Başarı Kriteri
Klan Kültürü	Pearson Correlation	,960**	,951**	,905**	,959**	,916**	,897**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Adhokrasi Kültürü	Pearson Correlation	,951**	,950**	,895**	,963**	,923**	,918**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Pazar Kültürü	Pearson Correlation	,905**	,939**	,928**	,944**	,953**	,913**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Hiyerarşi Kültürü	Pearson Correlation	,905**	,946**	,919**	,941**	,920**	,934**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100

Tüm kültür düzeylerinde özellikler arasında ilişki olduğu görülmektedir. 2019 yılında tüm değişkenler arasında ilişki varken, benzer şekilde 2020 yılı değişkenlerinde de ilişki olduğu görülmektedir. Bu özellikler kültür ifadelerinden oluştuğu için güçlü bir pozitif ilişki çıkması beklenen bir sonuçtur. Elde edilen bulgu, tüm kültür boyutlarının etkisi arttıkça özelliklerin de etkisinin arttığı yönündedir.

**Tablo 8. İletişim Doyumu Genel Ortalaması**

	Mean (2019)	Mean (2020)
Örgütsel Bütünleşme (ÖB)	3,2248	3,43
Kurum Bilgisi (KB)	3,0246	3,31
Bireysel Geribildirim (BG)	3,1138	3,44
Üst İletişimi (Üİ)	3,2498	3,39
İletişim İklimi (İİ)	3,0036	3,57
Yatay ve İnförmel İletişim (Yİİ)	3,3755	3,56
Medya kalitesi (MK)	3,0898	3,48

2019 verilerinde yatay ve informal iletişim en yüksek puana sahip özellik olarak tespit edilmiştir. Üst iletişimi ise en düşük puan ve ortalamaya sahip olan iletişim türüdür.

2020 verilerine göre ise yatay ve informal iletişim ile iletişim iklimi değişkenleri öne çıkan faktörlerdir. Bununla beraber 2019'a göre iletişim doyumu değerlerinin 2020 yılında da arttığı görülmektedir. Tüm değişkenler artarak katılma yönünde ağırlık kazanmıştır.

**Tablo 9. Kadroya Göre İletişim Doyumu**

<b>Kadronuz</b>		<b>N</b>	<b>Mean</b>	<b>Sig.</b>
Örgütsel Bütünleşme (ÖB)	Akademik Personel	49	3,4678	,504
	İdari Personel	51	3,3659	
Kurum Bilgisi (KB)	Akademik Personel	49	3,3051	,888
	İdari Personel	51	3,3268	
Bireysel Geribildirim (BG)	Akademik Personel	49	3,3932	,814
	İdari Personel	51	3,5122	
Üst İletişimi (Üİ)	Akademik Personel	49	3,3661	,841
	İdari Personel	51	3,4390	
İletişim İklimi (İİ)	Akademik Personel	49	3,5864	,827
	İdari Personel	51	3,5561	
Yatay ve İnfornel İletişim (Yİİ)	Akademik Personel	49	3,5797	,963
	İdari Personel	51	3,5512	
Medya Kalitesi (MK)	Akademik Personel	49	3,4407	,449
	İdari Personel	51	3,5463	

2020 verilerine göre kadroya göre iletişim doyumu değişkenlerinde bir farklılık bulunamamıştır. Buna karşılık personelin kadrosuna göre ortalama iletişim doyumu değerlerinin arttığı görülmektedir. Personelin ortalamaları, katılma yönünde ağırlık kazanmaktadır.

**Tablo 10. Cinsiyete Göre İletişim Doyumu**

<b>Cinsiyet</b>		<b>N</b>	<b>Mean</b>	<b>Sig.</b>
Örgütsel Bütünleşme (ÖB)	Kadın	40	3,5000	,690
	Erkek	60	3,3767	
Kurum Bilgisi (KB)	Kadın	40	3,4100	,456
	Erkek	60	3,2500	
Bireysel Geribildirim (BG)	Kadın	40	3,4600	,952
	Erkek	60	3,4300	
Üst İletişimi (Üİ)	Kadın	40	3,4900	,693
	Erkek	60	3,3333	
İletişim İklimi (İİ)	Kadın	40	3,6100	,888
	Erkek	60	3,5500	
	Kadın	40	3,5600	,758

Yatay ve İnförmel İletişim (Yİİ)	Erkek	60	3,5733	
Medya kalitesi (MK)	Kadın	40	3,5200	,860
	Erkek	60	3,4600	

2020 verilerinde katılımcıların cinsiyetine göre, iletişim doyumu açısından bir farklılık olmadığı görülmüştür. Bununla beraber tüm iletişim doyumu değerlerinin arttığı görülmektedir.

**Tablo 11. Kurum Kültürü Tipleri ile İletişim Doymu Boyutları İlişkisi**

		Klan Kültürü	Adhokrasi Kültürü	Pazar Kültürü	Hiyerarşi Kültürü
İletişim Boyutunda Örgütsel Bütünleşme	Pearson Correlation	,796**	,808**	,836**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Üst iletişim	Pearson Correlation	,859**	,866**	,905**	,877**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Bireysel Geri Bildirim	Pearson Correlation	,765**	,767**	,807**	,799**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
İletişim İklimi	Pearson Correlation	,780**	,802**	,832**	,792**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Yatay ve İnförmel İletişim	Pearson Correlation	,804**	,804**	,834**	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Kurumsal Bilgi	Pearson Correlation	,772**	,808**	,810**	,813**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Medya Kalitesi	Pearson Correlation	,779**	,781**	,800**	,786**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100

Tüm boyutlarda yüksek düzeyde ilişki tespit edilmiştir. Kültürel tiplerinin gücü artıkça iletişim doyumu da artmaktadır.





**Tablo 12. Kurum Kültürü Faktörleri İle İletişim Doymu Faktörleri Arasında İlişki**

		İletişim Boyutunda Örgütsel Bütünleşme	Üst iletişim	Bireysel Geri Bildirim	İletişim İklimi	Yatay ve İnförmel İletişim	Kurumsal Bilgi	Medya Kalitesi
Dominant Özellikler	Pearson Correlation	,761**	,834**	,732**	,757**	,746**	,727**	,742**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Liderlik	Pearson Correlation	,817**	,870**	,783**	,811**	,814**	,794**	,778**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Yönetim	Pearson Correlation	,808**	,874**	,759**	,781**	,796**	,796**	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Örgütsel Bütünleşme	Pearson Correlation	,805**	,862**	,786**	,788**	,810**	,774**	,778**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Stratejik Odak	Pearson Correlation	,799**	,843**	,776**	,789**	,786**	,786**	,739**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Başarı Kriteri	Pearson Correlation	,789**	,830**	,739**	,749**	,819**	,795**	,796**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100

2019 verilerine göre, kurum kültürünün tüm boyutlarındaki özelliklere katılım arttıkça, iletişim doymunda tüm alt özellikler da artmaktadır.

2020 verilerinde de benzer sonuçlar elde edilmiş, değişkenler arasında ilişkilerin korunduğu görülmüştür.

## **SONUÇ VE DEĞERLENDİRME**

2019 yılı araştırma verilerine göre üniversitemizde, Hiyerarşi Kültürünün diğer kültür tiplerine göre daha fazla hissedildiği sonucuna ulaşılmış idi. 2020 verilerine göre tüm kültür tiplerine katılımda artış görülmüştür. En fazla artış, Klan Kültürü ve Adhokrasi Kültüründe olmuştur. Erdem ve diğerlerinin (2010) yaptıkları araştırmada elde ettiği bulguya göre, üniversitelerde egemen olması gereken kurum kültürü tipi Adhokrasi ve Klan kültürüdür.

2020 verilerine göre Stratejik Planımızda hedeflediğimiz gibi iletişim doyumu artmış; iletişim doyumu boyutlarındaki ifadelerle katılım arttıkça, kurum kültürünün boyutlarındaki ifadelerle katılım da artmıştır.

## 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.
- Clampitt, P. G., & Downs, C. W. (1993). Employee perceptions of the relationship between communication and productivity: A field study. *The Journal of Business Communication*, 30(1), 5-28.
- Downs, C.W. & Hazen, M.D. (1977). A Factor Analytic Study of Communication Satisfaction. *The Journal of Business Communication*, 14(3), 63-73.
- Erdem, R., Adıgüzel, O., & Kaya, A. (2010). Akademik Personelin Kurumlarına İlişkin Algıladıkları Ve Tercih Ettikleri Örgüt Kültürü Tipleri. *Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 36, 73-88.
- Gülner, B. (2007). Araştırma Görevlilerinin İş Tatminini Sağlama Aracı Olarak Örgütsel İletişim ve İletişim Doyumu: Kamu ve Özel Üniversite 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 başarıya 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.					