



T.C.

İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

GÜZEL SANATLAR EĞİTİMİ ANABİLİM DALI

RESİM İŞ EĞİTİMİ BİLİM DALI

**GÖRSEL SANATLAR ÖĞRETMENLERİNİN MESLEKİ
İMAJLARI İLE MOTİVASYON DÜZEYLERİ ARASINDAKİ
İLİŞKİ (DİYARBAKIR İLİ ÖRNEĞİ)**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ferit ÖZDEMİR

Malatya-2022

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
GÜZEL SANATLAR EĞİTİMİ ANABİLİM DALI
RESİM İŞ EĞİTİMİ BİLİM DALI

**GÖRSEL SANATLAR ÖĞRETMENLERİNİN MESLEKİ İMAJLARI
İLE MOTİVASYON DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ
(DİYARBAKIR İLİ ÖRNEĞİ)**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ferit ÖZDEMİR

Danışman: Doç. Dr. Derya ŞAHİN

Malatya-2022

ONUR SÖZÜ

Doç. Dr. Derya ŞAHİN danışmanlığındaki yüksek lisans tezi olarak hazırladığım *Görsel Sanatlar Öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon Düzeyleri Arasındaki İlişki (Diyarbakır İli Örneği)* başlıklı bu çalışmanın bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın tarafımdan yazıldığını ve yararlandığım bütün yapıtların hem metin içinde hem de kaynakçada yöntemine uygun biçimde gösterilenlerden oluştuğunu belirtir, bunu onurumla doğrularım.

Ferit ÖZDEMİR

ÖNSÖZ

Görsel Sanatlar öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon düzeyleri arasındaki ilişki incelenerek bir değerlendirme yapılmıştır.

Öncelikle bu araştırma süreci içinde tezimin tüm aşamalarında beni destekleyen danışman hocam sayın Doç. Dr. Derya ŞAHİN'e anlayışı, hoşgörüsü ve sabrından dolayı sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Lisansüstü eğitimim boyunca akademik anlamda üzerimde emeği olan tüm hocalarıma teşekkür ederim.

Tez savunma jürimde bulunup desteklerini esirgemeyen değerli hocalarım Dr. Öğrt. Üyesi Münire Meral YAĞÇI TURAN ve Doç. Dr. Binnaz KOCA'ya teşekkür ederim.

Çalışma sürecime imkân açan Kurum Müdürüm İslam DEVİREN'e çalışmanın yazım kurallarında yardımcı olan Edebiyat Öğretmeni Sait ZENGİN'e, istatistiksel olarak katkı sunan Dr. Ramazan ÖZAVCI'ye Dr. Süleyman ASLAN'a ve Mehmet Kasım ASLAN'a, teknik desteğini ve bilgisini esirgemeyen Bilişim ve Teknolojileri öğretmeni Bilal DURMAZ'a katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Hayatımın her alanında yanımda olan ve eğitimimi destekleyen aileme ve özellikle bu çalışma sürecimde sevgiyle ve sabırla bana destek olan, beni her zaman cesaretlendiren eşime, bu süreçte ihmal etmelerime sabır gösteren kızıma göstermiş oldukları manevi desteklerden dolayı şükranlarımı sunuyorum.

Ferit ÖZDEMİR

ÖZET

GÖRSEL SANATLAR ÖĞRETMENLERİNİN MESLEKİ İMAJLARI İLE MOTİVASYON DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ (DİYARBAKIR İLİ ÖRNEĞİ)

ÖZDEMİR, Ferit

Yüksek Lisans, İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Resim-İş Eğitimi
Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Derya ŞAHİN

Haziran-2022, XIV + 81 sayfa

Araştırmanın amacı görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Görsel sanatlar öğretmenlerin “cinsiyet”, “kıdem”, “yaş”, “okuldaki görev süreniz” ve “çalıştığınız okul türü”, değişkenleriyle mesleki imajları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma, nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modelinde betimsel bir çalışmadır. Araştırmanın evrenini, 2021- 2022 yılında Diyarbakır’da görev yapan 543 görsel sanatlar öğretmeni oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini, basit seçkisiz (random) yöntemi seçilen 337 görsel sanatlar öğretmeni oluşturmaktadır. Araştırmada "Öğretmenlik Mesleği İmaj Ölçeği (ÖMİÖ) ve Mottaz (1985) geliştirdiği Ertan (2008) tarafından Türkçeye uyarlanan "İş Motivasyonu Ölçeği" kullanılmıştır. Öğretmenlik Mesleği İmaj Ölçeği (ÖMİÖ) 28 madde ve 5 boyuttan oluşmaktadır. Ölçek boyutları a) öğretmenlerin mesleki ve kişisel özellikleri, b) toplumsal algı, c) mesleki cazibe, d) statü ve e) medya boyutlarıdır. İş Motivasyonu Ölçeği 24 madde ve 2 boyuttan oluşmaktadır. Ölçek boyutları a) içsel ve b) dışsal motivasyondur. İş Motivasyonu ölçeğinde bulunan ilk 9 madde “içsel motivasyon” boyutunda, 10 ile 24. madde arasında tüm maddeler “dışsal motivasyon” boyutunda yer almaktadır (Ertürk, 2016: 87). Veri toplama aracı uygulanmadan önce Çayırağası'nın (2013) güvenilirlik ve geçerlilik çalışmasını yaptığı iş motivasyonu ölçeğinden dışsal motivasyon boyutundaki bazı maddeler (12, 18, 20 ve 23. Madde) bir karşılığı olmadığından örnekleme meydana getiren eğitim kurumlarından çıkarılmıştır.

Araştırma sonucunda, Görsel Sanatlar ğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkide “*Genel Mesleki İmaj*” ile “*Genel Motivasyon*” düzeyleri arasında orta düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir. “*İçsel motivasyon*” ile “*Medya*” alt boyutları arasında çok zayıf düzeyde bir ilişki görülmekte iken “*Toplumsal Algı*” alt boyutu ile arasında pozitif yönde bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Görsel Sanatlar ğretmeni, Mesleki İmaj, Motivasyon Düzeyi



ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE PROFESSIONAL IMAGES OF VISUAL ARTS TEACHERS AND THEIR MOTIVATION LEVELS (EXAMPLE OF DİYARBAKIR CİTY)

ÖZDEMİR, Ferit

Inönü University Institute of Educational Sciences Art Painting

Department Advisor: Assoc. Dr. Derya ŞAHİN

June-2022, XIV + 81 pages

The aim of the study is to examine the relationship between the professional images of visual arts teachers and their motivation levels. The relationship between visual arts teachers' "gender", "seniority", "age", "time of employment" and "type of school you work at", their professional image and their motivation levels were examined. The research is a descriptive study in the relational survey model, which is one of the quantitative research methods. The universe of the research consists of 543 visual arts teachers working in Diyarbakır in 2021-2022. The sample of the research consists of 337 visual arts teachers whose simple random method was chosen. In the study, "Teaching Profession Image Scale (TAMS) and the "Work Motivation Scale" developed by Mottaz (1985) and adapted into Turkish by Ertan (2008) were used. The Teaching Profession Image Scale (TSPS) consists of 28 items and 5 dimensions. Scale dimensions a) teachers' professional and personal characteristics, b) social perception, c) professional attraction, d) status and e) media dimensions The Job Motivation Scale consists of 24 items and 2 dimensions The scale dimensions are a) intrinsic and b) extrinsic motivation. The first 9 items in the Job Motivation scale are in the "intrinsic motivation" dimension, and all the items between the 10th and 24th items are in the "extrinsic motivation" dimension (Ertürk, 2016: 87). Before applying the data collection

tool, some items (12, 18, 20 and 23) in the extrinsic motivation dimension from the work motivation scale, on which ayırağası (2013) conducted the reliability and validity studies, were excluded from the educational institutions that formed the sample.

As a result of the research, it is seen that there is a moderate relationship between the "General Professional Image" and "General Motivation" levels in the relationship between the Professional Image and Motivation levels of Visual Arts teachers. While a very weak correlation was observed between the "intrinsic motivation" and the "Media" sub-dimensions, there was no positive correlation between the "Social Perception" sub-dimension.

Keywords: Visual ArtsTeacher, Occupational Image, Motivation Level



İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	viii
TABLolar LİSTESİ.....	xiv
BÖLÜM I.....	1
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Problem Durumu.....	1
1.2. Araştırmanın Amacı.....	5
1.3. Araştırmanın Önemi	6
1.4. Varsayımlar	7
1.5. Sınırlılıklar	7
1.6. Tanımlar.....	7
1.7. Kısaltmalar.....	8
BÖLÜM II	9
2. KURAMSAL BİLGİLER VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	9
2.1. İmaj	9
2.1.1. İmajın Oluşum Süreci	12
2.2. Meslek.....	13
2.2.1. Meslek imajı	14
2.3. Öğretmenlik Mesleğinin İmajı.....	15
2.4. Motivasyon	16
2.4.1. Motivasyon Çeşitleri.....	17
2.4.1.1. İçsel Motivasyon.....	17
2.4.1.2. Dışsal Motivasyon	18
2.4.2. Motivasyon Yöntemleri	18
2.4.2.1. İletişim	19
2.4.2.2. Amaç Birliği	19
2.4.2.3. Ceza ve Ödül.....	20
2.4.2.4. Eğitim ve Yükselme.....	21
2.4.2.5. Çalışma Ortamını Geliştirme	22
2.4.2.6. Kararlara Katılım	22

2.4.2.7. Meslek veya Kurum ile Özdeşleşme	23
2.4.2.8. Toplumsal Yarar Sağlayan İş	23
2.4.2.9. Rekabet	24
2.4.3. Motivasyon Kuramları	24
2.4.3.1. Kapsam Teorileri	25
2.4.3.1.1. İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi	25
2.4.3.1.1.1. Fizyolojik ihtiyaçlar:	26
2.4.3.1.1.2. Güvenlik ihtiyacı:	27
2.4.3.1.1.3. Sosyal İhtiyaçlar:	27
2.4.3.1.1.4. Saygı ihtiyacı:	27
2.4.3.1.1.5. Kendini gerçekleştirme ihtiyacı:	27
2.4.3.1.2. Varolma-İlişki Kurma-Gelişme İhtiyaçları Teorisi:	27
2.4.3.1.3. Çift Faktör Teorisi:	28
2.4.3.1.3.1 Motivasyonel faktörler:	28
2.4.3.1.3.2. Hijyen faktörler:	28
2.4.3.1.4. Başarı İhtiyacı Teorisi (David McClelland):	29
2.4.3.2. Süreç Teorileri:	29
2.4.3.2.1. Şartlandırma ve Pekiştirme Teorisi:	29
2.4.3.2.2. Eşitlik Teorisi:	29
2.4.3.2.3. Beklenti Teorisi:	30
2.4.3.2.4. Geliştirilmiş Beklenti Teorisi:	30
2.4.3.2.5. Amaç Teorisi:	30
2.5. İlgili Araştırmalar	31
2.5.1. İmaj ile ilgili yurt içinde yapılan çalışmalar	31
2.5.2. İmaj ile ilgili yurt dışında yapılan çalışmalar	35
2.5.3. Motivasyon ile ilgili yurt içinde yapılan çalışmalar	37
2.5.4. Motivasyon ile ilgili yurt dışında yapılan çalışmalar	39
2.6. Sanat Eğitimi	40
2.6.1. Görsel Sanatlar Öğretmeninin Önemi	41
2.6.2. Görsel Sanatlar Öğretmeninin Motivasyonunu Etkileyen Faktörler	42
BÖLÜM III	47
3. YÖNTEM	47

3.1. Araştırmanın Modeli.....	47
3.2. Evren ve Örneklem	47
3.3. Veri Toplama Araçları	50
3.3.1. Öğretmenlik Mesleği İmaj Ölçeği (ÖMİÖ).....	50
3.3.2. İş Motivasyonu Ölçeği.....	50
3.4. Verilerin Analizi	51
BÖLÜM IV	53
4. BULGULAR VE YORUM.....	53
4.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum.....	53
4.2. İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum	54
4.3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum	55
4.4. Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum	56
4.5. Beşinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum.....	57
4.6. Altıncı Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum.....	58
4.7. Araştırmanın Ölçeklere Yönelik Normallik Dağılımı ve Güvenirlik Bulguları ve Yorum.....	60
BÖLÜM V	61
5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER	61
5.1. Sonuçlar	61
5.1.1. Cinsiyet Değişkenine Göre Görsel Sanatlar öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon Düzeylerine İlişkin Sonuçlar	61
5.1.2. Kıdem Değişkenine Göre Görsel Sanatlar öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon Düzeylerine İlişkin Sonuçlar	62
5.1.3. Yaş Değişkenine Göre Görsel Sanatlar öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon Düzeylerine İlişkin Sonuçlar	62
5.1.4. Okul Türü Değişkenine Göre Görsel Sanatlar öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon Düzeylerine İlişkin Sonuçlar	62
5.1.5. Okuldaki Görev Süresi Değişkenine Göre Görsel Sanatlar öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon Düzeylerine İlişkin Sonuçlar.....	63
5.1.6. Korelasyon Analizi sonuçlarına İlişkin Sonuçlar	63
5.1.7. Araştırmanın Ölçeklere Yönelik Normallik Dağılımı ve Güvenirlik Sonuçları.....	63
5.2. Öneriler	64
KAYNAKÇA.....	65

EKLER	72
EK 1: Bilimsel Araştırma ve Etik Kurul İzni	72
EK 2: Araştırma İzni.....	73
EK 3 : İş Motivasyonu Ölçeği	74
EK 4: Öğretmenlik Mesleği İmaj Ölçeği.....	76
Ek 5: Ölçek İzin Talebi.....	77
Ek 6: Özgeçmiş.....	78



TABLolar LİSTESİ

Tablo Numarası	Sayfa Numarası
Tablo 1. Cinsiyet Değişkenine İlişkin Frekans ve Yüzdeler	49
Tablo 2. Kıdem Değişkenine İlişkin Frekans ve Yüzdeler	49
Tablo 3. Yaş Değişkenine İlişkin Frekans ve Yüzdeler	49
Tablo 4. Okuldaki Görev Süresi Değişkenine İlişkin Frekans ve Yüzdeler	50
Tablo 5. Okul Türü Değişkenine İlişkin Frekans ve Yüzdeler	50
Tablo 6. Cronbach's Alpha güvenilirliği Katsayı	52
Tablo 7. Cinsiyet değişkenine göre Mesleki İmajları ile Motivasyon düzeylerine İlişkin bulgular	54
Tablo 8. Kıdem değişkenine göre öğretmenlik mesleğinin imajına yönelik bulgular	55
Tablo 9. Yaş değişkenine göre öğretmenlik mesleğinin imajına yönelik bulgular	56
Tablo 10. Okul türü değişkenine göre öğretmenlik mesleğinin imajına yönelik bulgular	57
Tablo 11. Okuldaki görev süresi değişkenine göre öğretmenlik mesleğinin imajına yönelik bulgular	58
Tablo 12. Görsel Sanatlar öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon Düzeylerine İlişkin Korelasyon	60
Tablo 13. Araştırmanın Ölçeklere Yönelik Normallik Dağılımı ve Güvenirlik Bulguları	61

BÖLÜM I

1. GİRİŞ

Araştırmanın giriş bölümünde problem durumu, araştırmanın amacı, önemi, sınırlılıklar ve tanımlar bulunmaktadır.

1.1. Problem Durumu

İnsanoğlu tüm yaşam süresince çeşitli ortamlara girmekte ve farklı yaşam diyaloglarını deneyimlemektedir. Bu süreç içerisinde her deneyimden bir kazanım elde etmekte, bir bilgiye ulaşmakta ve bir şeyler öğrenmektedir. Bu öğrenme süreci her seferinde birbirinden farklı türde ve farklı şekilde olabilmekte ve kişiyi bir bilgiye götürebilmektedir. Ancak bu sürecin plansız olması hem zaman kaybına hem de yanlış şeylerin öğrenilmesiyle birlikte bilgi kirliliğine yol açabilmektedir. Dolayısıyla birçok birey güvenilir bir rehber ihtiyacı duymuş ve bunu bulmanın arayışı içinde olmuştur. Çünkü bireyi, her zaman yeni bir deneyim ve yeni bir öğrenme ortamı beklemektedir. Bu öğrenme ortamları içerisinde her zaman merak edilen bir durum ve cevabı merakla beklenen sorular bulunacaktır. Bu nedenle bireylere bilgiyi daha doğru, daha kısa sürede aktaracak ve onlara daha iyi bir şekilde yol gösterecek bir rehber ihtiyacı duyulmaktadır. Yaşam pratiğine eklenen deneyimler sayesinde öğrenilecek durumlar arttığı için öğretmene de ihtiyacı artacak ve bununla beraber öğretmenin vazgeçilmezliği ve değeri de artacaktır.

İnsanlar doğduğu andan itibaren öğrenmek isterler ve okul eğitimiyle bu iş daha profesyonel hale gelir. Bu profesyonel sistem içerisinde birinci faktör öğrenci, ikinci faktör öğretmendir (Okçabol, 2005, s. 9-12).

İnsanlık tarihinden bugüne kadar insanoğlu zorlu yaşam şartlarına uyum sağlamak ve hayati mücadelelerini sürdürüp yaşam serüvenlerini sürdürebilmek için çeşitli bilgiler öğrenmişlerdir. Bu öğrenme sürecinde bilgi ve deneyim aktarımını yapan kişi “muallim, yol gösteren, usta, lider, hoca, rehber, öğretmen, üstat” gibi çeşitli kavramlar ile anılmıştır. Bu ismi almaya layık olan kişi, çok zor bir işin kendini

beklediğini bilmektedir ve bu zorluk, süreç içerisinde öğreten kişiyi maddi bir kaynak bulmaya itmekte, öğrenen ile öğreten kişi arasında bir ücret alışverişine ortam hazırlamaktadır. Öğretmenlik mesleği, sosyal, kültürel, ekonomik, bilimsel ve teknolojik olmak üzere çeşitli boyutlara sahip, alanda özel uzmanlık bilgi ve becerisini temel alan, akademik çalışma ve mesleki formasyonu gerektiren bir meslek olarak tanımlanmaktadır (Erden, 1998).

İnsanlık tarihi kadar eski olan öğretmenlik mesleği her zaman önemli ve değerli olsa da bir birlik ve beraberlik içinde, belli bir plan dâhilinde, programlı ve iş birliği içinde örgütlü yürütüldüğü zamandan sonra daha da önemli ve değerli olduğu düşünülmektedir. İşte bu değerli yapının mimarı olan öğretmenler; öğrencilerinin, aile ortamının dışına çıkıp, yeni sosyal yaşamına geçiş yaparak hayata başladığı okul döneminde ailesinden daha çok gördüğü kişi haline gelmiştir. Son zamanlardaki hayati şartlar veya tercihler hem babanın hem de annenin çalışmasına sebep olurken uyuşmayan dönüşümlü mesai saatleri çocukların öğretmenleriyle daha fazla zaman geçirdiği gerçeğini ortaya koymuştur. Bu gerçek, ailenin ve tüm toplum bireylerinin öğretmenlerden beklentileri yükseltip, öğretmenin sorumluluklarını arttırmış ve artık bu beklentiler ailenin tamamlayamadıkları durumları tamamlama beklentisine dönüşmüştür. Öğretmene verilen değer de haksız beklentileri karşılama derecesine göre değişmeye başlamıştır.

Öğretmenlik; kişinin yaşamına yön veren, hayatının dönüm noktalarında başrolü oynayan bir meslek olduğu için her dönemde kıymeti artmaktadır fakat yapılan iş ne olursa olsun her mesleğin olduğu gibi öğretmenlik mesleğinin de kötü örnekleri olabilir ama bu, mesleğini kendine yaşam rehberi yapan, kendini öğrencilerine adayan öğretmenleri gölgelememelidir. Unutulmamalıdır ki birçok insanın kalbine dokunmuş, yaşamlarında izler bırakan, onlara yön veren ve anılarında olan öğretmenler olmuştur. (Çelikten, Şanal ve Yeni, 2005, s. 213). Bu anı serüveninde insanların mesleklere nasıl baktığı ve mesleğe verdiği değer anlamına gelen mesleki statü, öğretmenlerin mesleki bilgileri, deneyimi ve bireysel özellikler, mesleğin bazı kriterleri ve öğretmenlik mesleğine uygun hareket etmeyen kişilerin haber programlarında yer bulması insanların akıllarında bir öğretmen profili oluşturmaktadır. İnsanların akıllarında beliren bu profil, tek bir öğretmene yansıtılmayıp, mesleğini layıkıyla icra eden tüm öğretmenleri

yansıtan bir imaj oluşturmaktadır ve bu durum ister istemez olumsuz öğretmen imajını oluşturmaktadır.

İnsanların artık seçimlerinde belirleyici olan ve bazen de başrollerde olan imaj olgusu, her geçen gün değerini arttırmakta ve artık insanların üzerine çalışmalar yapmasına sebep olmaktadır. Çoğu zaman kamusal alanlarda hizmet veren sektörlerde, üretim sahalarında ve pazarlama alanlarında araştırma odağı olan imaj, kişilere sunulan hizmetin veya ürünün kalitesine, insanların bunlar hakkındaki görüşlerine, ürünü ve hizmeti sunan personellerin tutumuna, kullanıcıların memnuniyetine, medyada yer bulma şekline göre oluşmaktadır (Dowling, 1986, 2001; Tran, Nguyen, Melewar ve Bodoh, 2015).

İnsanların karşılaştıkları bu gibi durumlar imaj kavramının oluşumuna katkı sunmaktadır. İnsanların akıllarında oluşan imaj, bir kurum, hizmet, ürün veya meslek birimi ile ilgili olabilir. Akıllarda yer edinen imajlar insanların seçimlerini etkilemekte, tercih listesini oluşturmada başrolü oynamakta ve tercih edilebilir prestijli meslekler ve tercih dışı kalan meslekler listesini oluşturmada etkin faktörlerin başında gelmektedir.

Yaşamdaki yeri ve önemini belirleyen birçok sebepten ötürü öğretmenlik mesleği hem sıkça tercih edilmekte hem de bireylerin meslekten beklentileri ve öğretmenlere yükledikleri ödev ve sorumluluklardan ötürü eleştirilen bir meslek haline gelmektedir. Kişilerin ailesinin dışında bir sosyal yaşama geçip hayata atılma sürecinde kendisine her konuda yardımcı olan öğretmen, toplumda zaman zaman olumlu veya olumsuz imajlarla anılmaktadır. Mesleklerin imajı haline gelen etmenler çağın gereklerine ve önem verilen durumlara göre değişebilir (Akyüz, 1978b; Buyruk, 2015). Öğretmenliğin mesleki kriterleri, statüsü, toplumun beklentisi ve öğretmenlik algısı, öğretmenlerin deneyimleri ve bilgi birikimleri, öğretmenin bireysel özellikleri, haber programlarının anlatım şekilleri ve öğretmenin mesleğine ve kendine verdiği değer sonucunda oluşan imaj, toplumun öğretmene bakış açısını göstermektedir. Öğretmenlerin, bu bakış açıları sonucu oluşan imajını doğru okuyup doğru yönetmesi hem kendi motivasyonunu arttıracak hem de öğrencilerine daha faydalı olma imkanı yaratacaktır.

Öğretmenin çalışırken yapmayı istediği mesleğin başta kendisini tatmin etmesi, yaşamında yapmayı planladığı birçok şeyi yapabilmesi ve günlük ihtiyaçlarını

karşılatabilmesi, mesleğini yürütürken gerekli motivasyonu hissetmesinde ve duygusal doyuma ulaşmasında çok önemli bir yere sahiptir. İnsanlar çalışırken fizyolojik ihtiyaçlar başta olmak üzere güvenlik, barınma, sağlık, sosyal ihtiyaçlar, saygınlık, takdir görme ihtiyaçları ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçlarını giderme yolları ararlar. Çalışarak üretime katılma sadece ekonomik bir sebep değil aynı zamanda bir motivasyon elde etme sebebidir. Bireyin topluma kendi varlığını kabul ettirmek, varlığının bir anlamı olduğunu ifade etmek ve işe yararlılığını göstermek için bir mesleğinin olması gerektiğine inanır.

Yaşamda her iş gibi öğretim işi de yorucu ve zor bir görevdir. Öğretmenler, öğrencilere öğrenmede zorluk yaşadıkları kazanımları öğretirken ve gün içerisindeki okul içi faaliyetlerle uğraşırken aşırı stres yaşamış olabilirler (Frieson ve ark., 1988). Bu zamanda öğretmenlerden; insanları, hızına yetişilmeyen teknolojiye adapte etmesi ve farklı sorunlarla baş etme becerileri katmaları beklenmektedir. Ama bu süreçte de gerekli teknik ve donanım desteği verilmemekte hem ekonomik hem de eğitim açısından desteklenmemektedirler.

Toplumun maddi kaygıları ve beklentileri sonucunda öğretmene verilen değer, öğretmenlerin branş türlerine göre değişmekte ve çeşitlenmektedir. Maddi konforu sağlayacak bölümler ve branşlar yüksek bir imaj elde ederken, o konforu sağlayamayacağı düşünülen görsel sanatlar branşı, bu sıralamada daha geride kalmaktadır. Sanat eğitimi, öğrencinin duygularını hissetmesi ve tanınmasına, empati kurabilmesine, analitik düşünüp problem çözebilmesine ve içinde bulunduğu toplumu kavramasına yardımcı olmaktadır. Sanat eğitimi sadece yetenekli öğrencilere verilmesi gereken bir ders değil, genel olarak eğitim ve öğretimin vazgeçilmez bir parçasıdır. Sanat eğitiminin önemi her mecrada konuşulmakta ve araştırma sonuçlarıyla da desteklenmektedir. Ama eğitim sistemindeki sınav kazanma odağı ve ailelerin bu odağa yönelmeleri, görsel sanatlar dersine ilgisizlik, sistemsiz sıkıntılar, eğitim programını hazırlayan ve denetleyen kişilerin gerektiği kadar sanat eğitimi almamış olmaları, gerekli malzeme ve teknik desteğin sunulmaması, düşük ücret gibi kötü etkenler görsel sanatlar öğretmenlerinin imajını zedelemekte ve motivasyonlarını kötü etkilemektedir. Tüm bu kötü şartlarla mücadele etmek isteyen görsel sanatlar öğretmenin ihtiyaç duyduğu şey mesleki imaj ve motivasyondur. Çünkü her öğretmen gibi motivasyonu düşük bir görsel sanatlar öğretmenin öğrencilerine faydası olmamaktadır. Eğitim ve

öğretimden fayda görmek istiyorsak öncelikle öğretmenin motivasyonunu yüksek tutmak gerekir çünkü motivasyon; işin verimliliğini, verimlilik işin değerini ve kalitesini, kalitenin iş duyumunu, iş doyumunun da işin sürekliliğini ve sonucun mükemmelliğini arttıracığı kaçınılmazdır. Öğretmenlerin iş devamlılık azmini, iş verimliliğini arttırmak ve belli bir istikrar sağlamak için gerekli destek sunulmalıdır. Bu desteğin sağlıklı bir şekilde verilmesi için öğretmenler yakından takip edilmeli, motivasyonlarını etkileyen faktörler belirlenmeli ve buna uygun programlar düzenlenip öğretmenler dahil edilmelidir (Taş, 2005).

Öğretmenin kendini işine ve öğrencilerine adanması ve öğrencisiyle kurduğu gönül bağının gücü, motivasyonunun bir göstergesidir. Bu bağlamda motivasyonun temelinde öğretmeye istekli olma, adanmışlık, özveri, üretme ve fedakârlık vardır. Bu süreçte öğrenci motivasyonu kadar öğretmen motivasyonu da önemlidir. Çünkü öğrencinin motivasyonunun derse yönelebilmesi için öğretmenin de bu duruma motive olması gerekir. Maddi ve manevi olarak motivasyon sorunu yaşayan bir öğretmenin öğrencisine sağlıklı bir yol gösterici olması beklenemez (Gençer, 2002).

Bu bağlamda düşünüldüğünde görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi gereksinimleri araştırmanın problem durumunu temsil etmektedir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkinin “cinsiyet”, “kıdem”, “yaş”, “okuldaki görev süresi” ve “çalışılan okul türü”, değişkenleri bağlamında anlamlı bir fark oluşturup oluşturmadığının incelenmesidir. Bu amaç kapsamında aşağıda yer alan sorulara yanıt aranacaktır:

1.Diyarbakır ilinde çalışan Görsel Sanatlar Öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon düzeyleri arasındaki ilişki ne düzeydedir?

2.Görsel Sanatlar Öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkide,

- a. Cinsiyet
- b. Kıdem
- c. Yaş
- d. Okuldaki görev süresi
- e. Çalışılan okul türü değişkenlerine göre anlamlı bir fark var mıdır?

1.3. Araştırmanın Önemi

Öğretmenlik, alanında uzman kişilerin eğitime tabi olmuş, branşıyla ilgili tüm alan bilgisine sahip olan, mesleki formasyona hâkim, toplumun değerlerinden uzak olmayan, dönemin teknolojik gelişmelerine hâkim, bireysel ve sosyal yaşamında örnek alınabilen ve yeniliklere açık olarak gerekli eğitime gönüllü katılarak profesyonellik gerektiren bir meslektir. Bu kadar nitelikli bir sürecin ürünü ve kahramanı olan meslek üyelerinin sorunlarının çözümü tüm toplumun gelişimi açısından büyük bir öneme sahiptir (Yalın, 2002; Taş 2005).

Toplum içinde ve eğitim kurumlarında görsel sanatlar öğretmeninin değerini ve verimini arttırmak, statüsünü yükseltip prestijli bir imaj seviyesine çıkartıp motivasyonunu yükseltmek çok önemli bir durumdur. Çünkü bu durum her branş gibi görsel sanatlar dersinin hak ettiği ve ihtiyaç duyduğu bir durumdur ve bu durum hem toplumun hem de eğitim kurumunun kalitesinin artmasına sebep olacaktır. Görsel sanatlar öğretmeninin prestijli bir imaja sahip olması motivasyonunu arttıracak ve artan motivasyon düzeyi içinde başarılı olmasına, işine katkı sağlama azminin artmasına, öğrencilerinin sanata duyarlı yetişmesine, meselelere farklı bakabilip duygu bağı kurabilmesine ve empati kurmasına sebep olacaktır.

Bu araştırmayla görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişki araştırılmıştır. Yapılan araştırmalarda görsel sanatlar öğretmenlerinin motivasyon düzeyleriyle ilgili az sayıda çalışma olsa da mesleki imajları ve mesleki imajlarının motivasyon düzeyleri arasındaki ilişki konulu çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu araştırma, görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ve motivasyon düzeylerine bakarak onların daha iyi anlaşılmasını sağlayacağına inanılmıştır. Bir ülkenin ne kadar geliştiğinin bir göstergesi de sanata ve sanatçıya verdiği önem ve destektir. *Atatürk, sanattan bahsederken "Sanatsız kalan bir milletin hayat damarlarından biri kopmuş olur."* diyor. Sanat eğitimcilerinin prestijli bir imaja

sahip olmaları ve motivasyonlarının yüksek seviyelerde olması, ülkemizin kültürel birikimini ve sanat eğitimini çok iyi yerlere getireceği için bu çalışmanın faydalı olabileceği sanılmaktadır.

Araştırmanın sonunda elde edilen bulguların yetkililerin hazırlayacakları projelere ışık tutarak görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ve motivasyonlarını artırıcı yöntemlerin geliştirilmesinde, çalışma koşullarının iyileştirilmesinde ve verimliliklerini artırılmasında iyi bir kaynak olacağına inanılarak böyle bir çalışma yapılmıştır.

1.4. Varsayımlar

- Araştırmada kullanılacak olan mesleki imaj ve motivasyon ölçeği için ulaşılan öğretmen görüşlerinin yeterli olduğu varsayılmıştır.
- Araştırmada katılan öğretmenlerin gerçek görüşlerini ifade ettikleri varsayılmıştır.
- Araştırmada kullanılan mesleki imaj ve motivasyon ölçeğinin görsel sanatlar öğretmenlerinin motivasyonlarını ölçmek için yeterli olduğu varsayılmıştır.

1.5. Sınırlılıklar

- Araştırma 2021–2022 eğitim-öğretim yılında çalışan Görsel Sanatlar Öğretmenleri ile sınırlıdır.
- Araştırma; Diyarbakır ilinde görev yapan, anketi cevaplamak isteyen gönüllü katılan 337 görsel sanatlar öğretmeni ile sınırlandırılmıştır.

1.6. Tanımlar

İmaj: Bir kişi ya da grubun bir kurum ya da bir nesne hakkında sahip olduğu inanç, tutum ve izlenimlerin bütünüdür. (Barich ve Kotler, 1991, s. 94).

Meslek imajı: İnsanlar bir mesleğin üyesi ile karşılaştıklarında o kişinin mesleği yapan diğer bireylerin özelliklerini de taşıdığını düşünerek, mesleki genelleme yapma eğilimi gösterirler (Birnbaum, 1985, s. 4).

Motivasyon(güdüleme): Bir güç yardımıyla bir veya birden çok insanı belli bir amaca doğru devamlı şekilde harekete geçirmek için yapılan çabaların toplamıdır (Eren, 1998).

1.7. Kısaltmalar

MEB: Milli Eğitim Bakanlığı

ÖMİÖ: Öğretmenlik Mesleği İmaj Ölçeği



BÖLÜM II

2. KURAMSAL BİLGİLER VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Araştırmanın bu bölümünde araştırma konusu ile ilgili kuramsal çerçeveye yer verilmiş, yurt içinde ve yurt dışında konu ile ilgili yapılan araştırmalar incelenmiştir.

2.1. İmaj

Günümüz insanları için, nasıl gözüktüğü ve diğer insanların kendilerini nasıl algıladığı çok önemli bir hâle gelmektedir. Bunun sonucunda insanların kendilerini farklı biçimlerde gösterme, belli bir kalıba göre hareket etme çabası oluşmakta ve imaj sorunu yaşamaktadır. Bu sorun beraberinde birçok imaj tanımının oluşmasına sebep olmuştur. Aşağıda birçok açıdan değerlendirilen imaj tanımlarına yer verilmiştir.

İmaj kavramı Türk Dil Kurumu'na göre “imge” olarak tanımlanmaktadır. İmge kelimesinin sözlük anlamına bakıldığında ise “genel görünüş, izlenim”, “duyularla algılanan, bir uyaran söz konusu olmaksızın bilinçte beliren nesne, olaylar ve hayal” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2020).

Farklı disiplinler açısından önemli bir araştırma konusu olarak imajın pek çok tanımı bulunmaktadır. İşletme ve pazarlama açısından tüketicilerin zihinlerinde istendik etkinin oluşturulması ön plandayken, siyaset bilimi açısından imajın bir strateji olarak kullanıldığı görülmektedir. Buna göre imaj, herhangi bir konu ya da kavram hakkında toplumsal bir görüşü yansıtmaktadır (Balta Peltekoğlu, 2001: 125).

Psikoloji disiplini açısından imaj, insanların belli, konu, olay ya da olgulara yönelik olarak inanç, tutum ve izlenimlerinin toplamı olarak tanımlanmaktadır. İmajın tanımı, insanların belli bir konu ya da nesneye ilişkin ilk intibasında ve düşüncelerinden oluşan inançlar topluluğu olarak gösterilebilir. Bireylerin izlenimlerinin genel bir değerlendirmesini ifade eden imajın oluşması gelişmesi ve kapsadığı anlamların değişmesi mümkündür (Güneş Ergin, 2018).

İmaj, bir durumun, bir objenin, kişinin veya topluluğun, bir markanın ya da kuruluşun akıllarda bıraktığı izlenimi ifade etmek olarak tanımlanabilir. Bireyin herhangi bir olayı, durumu, objeyi, olguyu, bir insanı veya bir topluluğu düşündüğünde aklına onlarla ilgili bilgilerin birleşmesi ve şekillenmesiyle bir resim oluşur (Schuler, 2004, s. 38). Bir başka tanıma göre imaj, kişinin karşısında olan her şey hakkındaki yorumudur.

İmaj, bilge bir kişi, bir şehir veya bir bölge veya ülke, bir dernek, siyasi bir parti veya temsilcileri, bir kurum veya üyeleri için de kullanılabilir. İmaj kavramı tek bir insanın fikrine göre değil birçok insanın aklında oluşan fikirlere göre oluşur. İmaj, “bir bireyin bir nesne, kişi, grup veya örgütten gelen planlı veya plansız mesajları sonucunda istemli veya istemsiz izlenimlere dayalı olarak oluşan düşünceler, algılar, inançlar, tutumlar toplamının zihindeki özet bir resmi” (Polat ve Arslan, 2015, s. 3) olarak tanımlanabileceği gibi “herhangi bir kişi, kuruluş ya da durum hakkındaki tüm görüşlerin toplamı” (Peltekoğlu, 1998, s. 278) olarak da tanımlanmaktadır.

İmaj bir ürün, bir obje, bir durum veya topluluk ile ilgili oluşan düşünce, izlenim, bağlılık, bilgi, duygu, düşünce ve önemsemelerin harmanlamasıyla oluşan görünen veya görünmeyen duygular veya diyaloglar bütünüdür.

İmaj, insanların bir ürünü, markayı ya da kurumu, bir başka insanı, bir topluluğu fark etme, ayırt etme veya tanımlamalarını sağlayan bilgiler bütünü, akıllarda kalan bir bilgi veya kalpte kalan bir duygu durumudur. İmajı gönderen kaynak sabit olsa da kişilerin duygu durumları, bakış açıları, olayları değerlendirme şekilleri, bilgi birikimleri, fikirleri ve değer kriterleri değiştiği için aynı durum hakkında farklı imajlar oluşabilir (Dowling, 1986, s. 110). Algı ise izleyenler tarafından kabul edilen imaj unsurlarının birleşimidir Gregory, 1991, s. 2).

Algı, insanların bir durum, işaret veya sembolle karşılaştıklarında, bir bilgiyi aldıklarında, o bilgiyi fark etme, ayırt etme, kabul etme, bölümlere ayırma, anlamlandırma ve karşılık verme bölümleri sonrasında tamamlanır. Bu süreç herkeste benzer ilerlese de anlamlandırma, konumlandırma ve tepki verme durumları kişiden kişiye göre değişebilir (Hellriegel ve Slocum, 2009, s. 103).

İnsanların bireysel özellikleri, algılanan durum ile karşılaşma anının insandaki etkisi, toplumun algılanan duruma bakış açısı, imajın oluşmasında etkilidir. Her insanın

duygu dünyası ve algılama şekli kendine özgü ve farklı olduğu için imaj durumlarını aynıymış gibi algılamak doğru değildir. Aynı resme veya olaya bakan, aynı şarkıyı dinleyen ve söyleyen kişilerin hepsi aynı durumu çok farklı kabul edecek ve çok farklı anlamlandırıp konumlandıracaktır. Çünkü mesaj tek olsa da kişiler ve yapıları farklı ve benzersizdir.

İmaj, insanların durum hakkında tutumu ve yorumudur. Bu oluşumda yaşanan süreç etkilidir (Bulduklı, 2015, s. 14). Örtük bir amacı da bulunan imaj, insanların anlatmak istedikleri durumları, mesajları ve fikirlerini aktarma ve insanları etkilemek için de kullanılmıştır. Bu durum da kişiden kişiye göre değişen bir durumdur (Thomassy, 1997 s. 12).

Sosyal yaşamda insanlar birçok durumla karşılaşır ve karşılaştıkları durumları kendi bakış açılarına göre yorumlayıp anlamlandırır ve konumlandırır. Sürecin sonunda algılanan durumlar bir fikre, görüşe, tutuma ve resme dönüşür. Çıkan sonuç kişinin yaşam şekline, duygu dünyasına ve görüşlerine yakın ise olumlu, değil ise olumsuz kabul edilir ve seçilmez. Bu nedenle her insanın zihninde aynı durum farklı imajlar üretebilir (Hill, 1962, s. 73). İnsanlar bilgileri farklı farklı kaynaklardan alır, değerlendirir ve işler. İmaj, kimi zaman isteyerek kimi zaman da istemsiz gelen birincil kaynaklar, medya yoluyla alınan veya sosyal diyaloglarla elde edilen dışsal kaynaklar sonucu oluşur.

İmaj, kişinin algılarının devrede olması sebebiyle, seçimlerinin belirleyici olduğu bir tanımdır. İnsanlar algıları sayesinde istediğini seçer, ayırt eder, anlamlandırır, karar verir ve bu kararları doğrultusunda istediğini alır, istediği topluluğa girer veya girmez ve seçimlerini kendisi yapar. Marconi'ye göre insanları genelde yöneten şey algılarıdır ve algıları insana oyun oynayabilir (1996, s. 1). Bu oyun serüveninde algılar birçok dış etken tarafından yönetilir ve değiştirilir çünkü seçimlerimiz sadece bizi etkilemez, bizim seçimlerimizden etkilenen ve bundan menfaat elde edenler olabilir. Bundan ötürü algıladığımız durum gerçek durumun tamamen dışında bir kavram olabilir. Bu algılamanın tamamlanması için iki unsur vardır. Birinci unsur olarak sunulan ürünün, hizmetin veya fikrin güvenilirliği veya kalitesidir çünkü insanların beklentisine denk bir güvenilirlik ve kalite imajın doğru oluşmasını sağlayacaktır. İkinci unsur olarak da insanların sosyal yaşam içerisinde elde ettikleri bilgiler, yorumlar ve

görüşler olduğu söylenebilir. Çünkü insanlar için değerli olan, örnek aldığı ve etkilendiği bireylerin görüşleri tercihlerini, algılarını ve fikirlerini etkilemektedir. Bu etkileme de imajın etkileme ve yönlendirme özelliğini ortaya koymaktadır. Bu etkileme nasıl olursa oluşturun nihayetinde insanlar yine her durumu kendi dünya görüşlerine göre yorumlayacak ve anlamlandırıp istediği imaja büründüreceklerdir.

2.1.1. İmajın Oluşum Süreci

“İnsanların kendilerini çeşitli işaret ve sembollerle ifade etmeye başladığı günden bu yana imaj oluşturma çabası hep olmuştur” (akt. Ünsal, 2015). Erdoğan, “imaj oluşturmaya, bireylerin beyinlerinde bir ürün, kişi veya organizasyon hakkında olumlu düşünceler yerleştirme” şeklinde tanımlamaktadır (2006:225).

Safir ve Tarrant’a göre imaj oluşturma manipülasyon değil, bir portre sunumu işlemidir. İmaj oluşturma, insanların algılama biçimlerini derinleştirilmesini, alanın çoğalmasını ya da algıların değiştirilmesini içermektedir (akt. Ünsal, 2015). Yine bu anlayışa göre; imaj belirleme, metaforlar oluşturma ya da zihin dünyasını karıştırıp insanları gerçeklerden uzaklaştırmak değildir.

İnsanların bilgi veri tabanı, okuduklarından, gördüklerinden, medyadan, deneyimlerinden ve çevresinde anlatılanlardan vs. oluşmaktadır. Oluşan bu bilgiler insanların bilinç süzgecinden geçer ve içinde bulunduğu psikolojik duruma göre bir davranış kalıbına dönerler. Bu nedenle içsel ve dışsal etkenlerin etkileşimiyle imaj oluşur (Gemlik ve Sığı, 2007).

İmaj, insanların bilgi birikimi ve bakış açısına göre değişip, olumlu veya olumsuz olsa da net olan durumun, o imajın kabullenildiğidir. Fakat kabulleniş kişinin kriterleriyle değerlendirip kazandığı bir durumun yanı sıra istemsizce de elde ettiği bir kazanım olabilir (Peltekoğlu, 2001).

İmaj, yaşam serüveninde insanların birbirini etkilemesi sonucunda doğal bir süreç şeklinde oluşmaktadır. Bu süreç içerisinde iletişim ve etkileşim imajın oluşmasına yön verirken iki ana unsur oluşmaktadır. Bu unsurlardan biri algılayan, bir diğeri ise algılanandır. Algılayan bireyken algılanan ise, bir fikir, duygu, düşünce sembol, meslek, parti, takım, sivil oluşumlar veya bir insan olabilir. İmaj süreci, algılayan kişinin algılanan durum, fikir, insan veya guruplar için edindiği izlenim, yaptığı yorum veya

konumlandırma biçimidir. İnsanlar sosyal yaşamın içerisinde etkin bir varlıktır, her zaman bir şeylerle karşılaşır algılamaktadır ve bunu hem kendi görüşlerinden etkilenip hem de dış yorumlar veya algılanan şeyin cazibesıyla değerlendirip imaja çevirmektedir.

İmajı, insanlar günlük yaşantısı sonucu elde edebildiği gibi, bir kurum veya kuruluşun reklamı, bir kullanıcısının veya üyesinin anlattıklarıyla da elde edilebilir.

Bu durumdan hareket edersek imajın oluşmasında, yaşantılar, deneyimler, psikolojik durum, sosyal çevre, medya, kültürel değerler ve oluşumlar, önyargılar vs. etkili olabilir.

2.2. Meslek

Bireyler yaşamlarını sürdürürken kimi zaman yeteneklerine ve seçimlerine göre belirledikleri işlerde çalışmakta kimiz zamanda bunların dışındaki sebeplerin sonucunda çeşitli işlerde çalışıp bir mesleğin temsilcisi haline gelmektedir.

Meslek kavramı çok boyutlu olmasından dolayı genel olarak ekonomi, endüstriyel ilişkiler, işletme, psikoloji ve sosyal psikoloji gibi sosyal bilimlerin ilgi alanına giren, disiplinler arası bir inceleme konusudur (İlhan, 2004:132).

Latince kökenli bir kelime olan profession sözcüğü, bildirme, ifade etme anlamına gelen meslek sözcüğünün karşılığıdır. Meslek kavramı, alanında uzman kişilerden alınan, özel uzmanlık bilgisi ve becerilerin kazanılması ve sürekli bilinçlice yapılan bir işi tarif eder.

Meslek kavramı yaşamın içerisinde hep var olsa da günümüz dünyasındaki kullanım şekillerine denk bir kullanımın temellerini, 19. yy ortaya çıkan sanayileşmenin sonucunda doğan iş bölümü, uzmanlaşma ve profesyonel mesleklerin doğuşu atmıştır.

Meslek, işin uzmanından alınan eğitim doğrultusunda bilgi birikimi, beceri ve tecrübeye sahip, iş için gerekli planları yapıp önlemleri alabilen kişilerin, karşılığında belli bir ücret alabildiği bir iş olarak tanımlanabilir.

Meslek kavramı sadece ücret elde edilen bir kavram değil, önemi ve özellikleri bakımından bireysel ve toplumsal hayatın bir vazgeçilmezidir. Bu nedenle iki durum da

birbirinden ayrılmaz bir bütünün parçasıdır. Meslek kavramını bireysel olarak değerlendirdiğimizde bireyin ekonomik özgürlüğünü sağlaması, kendine karşı bakış açısının değişmesi ve kendine güvenip kendini iyi hissetmesi, sosyal statü elde etmesi, toplumsal yaşamın çözüm ortağı olması ve bilgi birikimine göre belli bir ayrıcalığı kazanmasını sağlayan bir durum olarak değerlendirilir.

2.2.1. Meslek imajı

Sosyal yaşam içerisinde her insan, topluluk veya varlık, kabul edilir olsun veya aykırı bulunsun, bir imaj olgusuna sahiptir. Bu olgu sayesinde bireyler, guruplar, kurum veya kuruluşlar, meslekler ve işletmeler asli işlerinin ötesinde imajları ile anılmaktadırlar.

İmaj, bireylerin çabaları ve kazanımları sonucu kuruma yüklenen ve kazandırılan algılar ve anlamlar bütünüken (Peltekoğlu, 1997:358) meslek imajı ise mesleğin her bir ferdinin çabasıyla mesleğe kattığı algılar ve anlamlar bütünüdür.

Mesleki imaj, mesleğin icra edicileri tarafından kazandırılan ve insanların kendi görüşlerine göre değerlendirdiği algılama bütünüdür. İnsanların meslek üyelerine dair izlenimleri ve yaşantıları sonucunda oluşan fikirleri meslek imajını oluşturur (Çelik, vd., 2013).

Toplumsal statü ve imaj arasında bir etkileşim olduğu düşünülebilir. İnsanların gözünde prestijli bir konuma ve imaja sahip meslek üyelerinin yüksek bir statüsü olduğu düşünülür. İmaj herhangi bir objenin başkaları üzerinde bıraktığı etki ve algı; meslek imajı ise bir mesleğin insanlar üzerinde bıraktığı izlenimdir (Çelik, vd., 2013).

Meslek imajı: İnsanların yaşantı sonucu bir meslek ile ilgili kazanımı, mesleğe dair önyargıları ve yaşadığı sosyal çevrenin o mesleğe bakış açısı etkisiyle insanın aklında oluşan ve birikerek biçimlenen mesleğe yönelik, algılamalar ve tutumlar şeklinde tanımlanabilir (Gök ve Derin, 2014).

İnsanların mesleklere karşı görüş ve algılamaları sonucu oluşan imajın ön yargıdan uzak ve sağlam temellere dayandırılarak daha güçlü ve pozitif olabilmesi için hem mesleği icra edenlerin duygusal tatmininin sağlanması, onlara gerekli desteğin,

özverinin verilmesi ve fikirlerinin alınması hem de hedef kitlenin ihtiyaçlarını karşılayıp düşünce ve hassasiyetlerine yakın olup fikirlerinin alınması gerek.

2.3. Öğretmenlik Mesleğinin İmajı

Öğretmenlik meslek imajını oluşturan birçok etken bulunmaktadır. Bunun nedeni ise kavramın kendisinin birçok alana sahip birimlerinin oluşu ve bu alanların multidisipliner olma özelliği ve karmaşık olmasından kaynaklıdır. (Walhout, 2013). Öğretmenlik meslek imajının tanımının ne olduğu, hangi kriterlere sahip olması gerektiği hususunda yurt içinde ve yurt dışında birçok farklı araştırma yapıлып, alan yazına farklı tür ve şekillerde eklenmiştir.

Lin Ching (1994) öğretmenlik mesleğinin imajı kavramını iki açıdan ele almıştır.

1-Toplumun genelinin öğretmenlik mesleğiyle ilgili görüşleri ve düşünceleri.

2-Öğretmenlerin kendi meslekleri ile ilgili görüş ve düşüncelerini içermektedir. Öğretmenlik mesleki imajının, mesleki saygınlık ve mesleki statü olarak iki boyuttan oluştuğunu düşünmektedir.

Geçmişten günümüze yaklaştıkça toplumun öğretmen mesleğine karşı bakış açısı ve saygısı bozulsa da hâlâ öğretmenlik mesleğini önemseyen ve gereken değeri verenlerin sayısı fazladır. Çünkü tüm toplum üyeleri de bilmektedir ki öğretmensiz bir millet ve kültür inşa edilemez.

Walhout (2011)'a göre, öğretmenlerin davranışları sonucu halkta oluşan fikir, öğretmenlik mesleki imajını oluşturmaktadır. Her toplumun kültürünü öğrenmeye ve kültürünü yeni nesillere aktarmaya ihtiyacı vardır. Bu ihtiyacı karşılayan kültürel değerleri ve toplumun özelliklerini yeni nesillere aktaran, toplumu daha kültürlü ve donanımlı bir millet seviyesine çıkarmaya çalışıp bildiklerini öğreten öğretmenler vardır ve toplumun onlara ihtiyacı olacaktır. Bu ihtiyaca rağmen öğretmenlerin halkın üzerinde bıraktığı birçok özellik olumlu iken bazı özellikler de olumsuz olmaktadır. Olumsuz özellik maaş düşüklüğünden kaynaklanırken, olumlu özellik ise yüksek eğitim birikimine sahip olmaları ve birçok insanın kalbine dokunup hayatına yön vermeleridir.

Gidonse (1984) öğretmenlerin mesleki imajının birçok boyutunun olduğunu fakat, dört ana boyutun önemli olduğunu belirtmiştir.

1- Sanatçı olarak öğretmen: Bu imaj öğretmenin hassas oluşunu, çabasını ve iletişimini kapsar.

2- Ahlak ustası olarak öğretmen: Bu boyut, değerlerin incelenmesi sürecini ve yaşamda temel rehberin hangi unsurlardan oluşması gerektiğini belirtir.

3- Bilim adamı olarak öğretmen: Bu boyutta, öğrenme yöntemlerini ve öğrenme çıktılarını içeren geçerli, güvenilir prensiplerin oluşturulması ve hayata geçirilmesini içerir.

4- Karar alıcı olarak öğretmen: Bu boyutta ise öğretmenin öğrencileri motive etme, öğretmen ortamlarını planlarını yapma, programa uygun etkinlikler hazırlayıp sunma ve denetleme gibi görevlerini içerir.

2.4. Motivasyon

Motivasyonun psikolojik ve sosyolojik bir olgu olması sonucu farklı açılardan ele alınması farklı farklı tanımlarının oluşmasına sebep olmaktadır. Aşağıda bu tanımlardan bazıları verilmiştir.

Motivasyon kelimesi Latince “Movere” kökünden gelerek “hareket etmek” anlamında kullanılır. İngilizce ve Fransızcadan türetilmişmiş ‘güdü, motive ve harekete geçme’ kelimeleri Türkçede motivasyon anlamında kullanılmaktadır. Motivasyon kelimesinin üç temel özelliği vardır. Bunlar, bireyi harekete geçirme, hareketi sürdürme ve pozitif yönde yöneltmedir. Bu bağlamda motivasyon bir ya da birden çok bireyi, belli bir odağa ya da hedefe doğru sürekli bir şekilde yöneltmek için yapılan uğraşların hepsi şeklinde açıklanır (Karakaya ve Ay, 2007:56).

Motive etmek, kavramsal açıdan güdünün önünde ve güdüden daha zengin bir anlamdadır. Çünkü güdü tek bir kişiye hitap ederken motivasyonda işin içinde birden çok kişi olabilir. Motive etmek, bireyin bir işi tamamlama ve başarabilmesi için harekete geçmesini sağlayacak dürtü ve güdülerini devreye koymaktır. Motive edilen kişinin ilgi ve odağını harekete geçirebilmesi için bu hedefe yöneltmiş ve böylece amaçları hayata geçirebilme süreci başlatılmıştır (Adair, 2003: 1). Motivasyonu, gerekli hareketin başlaması ve tamamlanması sayesinde kişinin bir ihtiyacını karşılaması veya istediğini elde etmesi olarak da düşünebiliriz.

Motivasyon, yalnız bireylerin özel hayatlarında değil çalışma sürecinde de önemlidir. Hem kişinin iş motivasyonunun hem de tüm çalışanların motivasyonları çok önemlidir ve yöneticilerin bunları sağlamaları gerekmektedir. Bu konuda en büyük iş yöneticiye düşmektedir ve bunu sağlarken hem çalışanların motivasyonunu yüksek tutmalı hem de yüksek motivasyonlu bireyleri bir araya getirmelidir. Tüm bunlar olurken de tüm bireyler görevlerini başarma ve işe değer katma noktasında istekli ve azimli olmalıdırlar. Söz konusu isteği devamlı kılmak, canlandırmak ve ilerletmek motivasyon sayesinde olmaktadır. (Ünlü, Eroğlu, Gökda, Ergüven, 2013:4).

Çalışma ortamında motivasyon, çalışan bireylerin ihtiyaçlarının giderilmesi isteğiyle başlar ve çalışanların ihtiyaçlarını gidermeye başlamasıyla ilerler. İhtiyaçları giderilen çalışanlar son olarak iş anlamında doyuma ulaşarak motivasyonlarını sağlarlar (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2001: 122).

2.4.1. Motivasyon Çeşitleri

Motivasyon içsel motivasyon ve dışsal motivasyon olarak iki grupta incelenmiştir.

2.4.1.1. İçsel Motivasyon

İnsanlar her zaman bir şeylere sahip olmak istemişlerdir ve hangi toplumda yaşarsa yaşasınlar ister istemez ilk olarak ihtiyaçlarını giderme yoluna gitmişlerdir. İstedikleri ne olursa olsun ilk dürtüleri hep kendilerine dönük olmuş ve bu dürtüler hep içten gelen isteklerle hareket edip buna motive olmuşlardır. Zaman içerisinde sosyalleştikçe kendi isteklerinin dışındaki istekleri yapmaya ve kendi dışındaki motive komutlarına cevap vermeyi öğrenmeye başlamıştır.

Kişinin gereksinimlerini ya da içsel bir güdüsünü karşılamak için sarf ettikleri içten bir çabaya içsel motivasyon denir. İçsel motivasyon bireyi etkin kılmaya zorlayan, istediklerini elde edinceye kadar kişiyi faal tutan ve doyuma ulaşmasını sağlayan etkin bir güçtür (Başaran, 2000).

İçsel motivasyonu elde etmiş kişiler; hedefe götürecektir gayreti ve bu gayretin ne kadarını sar edeceğini tespit edip belirli bir süre içerisinde bu gayreti sarf ederek davranışına devam etmektedir. (Kahraman, 2017). Kişinin hedeflerine erişebilmesi için gayret sarf etmesi, içsel motivasyona ulaşması, kendi isteklerine yönelmesi anlamına

gelir, herhangi bir istek durumunun olmaması ise çabalamaya gerek olmaması anlamına gelir (Başaran, 2000).

İnsanlar ait olduk gurupta veya oluşumda yine ilk olarak kendi ihtiyaçlarını giderme yoluna giderler. Gurubun amaçlarını içsel bir motivasyonla yerine getirme isteği insan özünde olmayan bir durumdur. Buna rağmen ait olduğu topluluğun belirlediği hedefler için uğraşmayı kabullenmesinin nedeni yine hedeflerini yerine getirme isteğinden kaynaklıdır. Buda insanların, toplumun amaçları ile kendi amaçlarını birleştirmesiyle gerçekleşmektedir. Yani kişi kendi için koyduğu hedefleri gerçekleştirmek için grubun hedeflerini yerine getirmeyi içselleştirmiştir (Başaran, 2000).

2.4.1.2. Dışsal Motivasyon

İnsanların kişisel ihtiyaçları sonrasında oluşan dürtüleri ve motivasyonları her zaman sürecelecektir. Fakat insan sosyal bir varlık olduğundan istemli veya istemsiz bir şekilde belli grupların içinde ve belli bir toplumun bir ferdi olarak yaşamını sürdürecektir. Bu durum da insanların sadece kendi ihtiyaçları için motive olmalarını sınırlandıracak ve kimi zaman kendi motivasyonlarının dışında bir motivasyon kaynağıyla karşılaşacaklar.

Dışsal motivasyon da içsel motivasyon gibi insanların hedeflerine yönelik çaba harcamalarında etkili olacaktır fakat bu süreç içsel motivasyon kadar süreklilik kazanmayacaktır. Çünkü bireyin sürekli çaba göstermesi için sürekli olarak dışarıdan gelen isteğe yönelik etkilerle mümkündür (Başaran, 2000).

İnsanların başka etkenler tarafından güdülenmesi veya motive olması anlamına gelen dışsal motivasyon, insanların ihtiyaçlarını karşılamak veya insanlara yeni ihtiyaç alanları açmak için dışarıdan gelen bir etkiyle insanı harekete geçirme isteğinin oluşması anlamına gelmektedir. Motive etme, örgütün lideri tarafından geliştirilmesi gereken bir stratejidir (Kahraman, 2017).

2.4.2. Motivasyon Yöntemleri

İnsanlar yaşamları süresince anlamlı anlamsız birçok davranış sergilemekte ve hep bir hedefe yönelmektedir. Yapısı gereği yeni şeyleri merak etmekte ve sahip olmak istemektedir. Bu sahip olma, bir şeyleri yapabilme, bir yere ait olma istekleri hiçbir

zaman bitmeyecektir. Bu istekler doğrultusunda kimi zaman bir üye kimi zaman da bir lider olacaktır. Her bir davranışının temelinde istek menzilineyse bir amaç bulunmaktadır. İsteği yerine getirilen insanlar, kendisinin ve dahil olduğu grubun hedeflerini yerine getirmek için büyük bir azimle çalışırlar (Aksel, 2016).

Bu sebeple lider olan kişi çalışanlarını doğru ve yakından tanımalı, çalışanlarının hareketlerini ve sebeplerini araştırmalı ve elde ettiği bilgiler doğrultusunda çalışanlarını arttırıcı seçenekler hazırlayıp bu seçenekleri zamanı geldiğinde gecikmeden yerine getirmelidir (Karaman, 2010: 28).

Bu bölümde motivasyon yöntemleri incelenecektir.

2.4.2.1. İletişim

Kurumsal İletişim Süreçleri, kurumun iç birimleri ve kurumun başka bir kurumla veya kurumlarla olan iletişimini tanımlar. Bu iletişimde amaç kurumun devamlılığı ve amaçlara ulaşım şeklini belirlemektir. Kurumsal iletişim, kurumun çalışma dinamiğinin devamlılığını ve amaçların sürekli hayata geçirilmesi için iletişim halinde olmasını sağlayan sosyalleşmeye dayalı etkendir (Güney, 2001). Kurum içerisinde kurumun tüm fertleri arasındaki iletişim çok önemlidir çünkü kurumun iletişim kurmaması kurumun hedefleri önündeki en büyük engeldir. Bir kurumda çalışan paydaşların sürekli iletişim ve etkileşim halinde olması kurumun amaçlarını gerçekleştirmesinde büyük katkı sağlayacaktır. Her insan kendisini dinleyen bir ortamda bulunmak, fikirlerinin değer gördüğü kişilerle çalışmak ister. Bu, insanın iş devamlılık azmini arttırır ve sadece ondan işleri yapmak yerine kendisinin de kuruma kazandıracığı önemli değerleri kazandırmak için çalışır.

Araştırmaların çoğu, sürekli ve dinamik bir iletişimin bulunduğu kurumlarda iş devamlılık azminde ve kararlılığında artma, kişinin çalışma performansına dair şikayetlerde azalma, iş motivasyonunda artma ve üretkenlikte istikrarın geliştiği ve bundan dolayı kurumsal olarak verimliliğin arttığı belirlenmiştir (Özarallı, 1996).

2.4.2.2. Amaç Birliği

İnsanlar bireysellikten çıkıp bir yapının etrafında birleştiklerinde artık kişisel davranmayı bırakıp topluluğun hedeflerine ve amaçlarına uygun hareket etmelidirler.

Bu amaçlar oluştururken bile emek harcamalı ve hem paydaşlarıyla hem de lider konumundaki kişilerle beraber hareket edip ortak hedef için çabalamalıdır. Bu süreçte çalışanlar kadar lidere de büyük iş düşmektedir. Lider konumundaki kişinin takipçilerini etkileyecek donanımları kazanıp uygulamayı hedef edinmeleri zorunludur (Tracy, 2014: 9). Liderler ve takipçileri hedeflerini yerine getirmeleri için süreç içerisinde yoğun bir çaba sarf ederler (Wu, 2013: 34).

İnsanlar kendilerini ve gurubu çok iyi yerlere taşıyacaklarına inandıkları önemli ve kazançlı hedefler karşısında etkilenip güdülenebilirler. Örneğin, bireylerin yüksek gelir elde etmesi veya zam almasının yanında işinin en iyisi olmak ve kariyerinde yükselmek de onu motive etmektedir (Tracy, 2014: 9). Bu nedenle gurubun üyelerine amaçlar tam ve açık aktarılmalı; bu amaçlar net, ulaşılabilir, gerçekçi, olumlu, kazançlı ve gerçekçi olmalı ve sonrasında elde edilen bilgi ve deneyimlerin rehberliğinde amaçlar yerine getirilmeye çalışılmalı. İnsanlar menzilini amaçları doğrultusunda belirlerler. Amacın karmaşık ve ulaşılamaz olması hem bireyi hem de paydaşlarını olumsuz etkiler. Amaca giden yol ve yöntemin de seçimi çok önemlidir ve bu konuda en önemli pusula liderdir.

Lider, amaçları ve yöntemi çok net olarak belirlediğinde ve bu yol yöntemlerin bireyleri amaca en hızlı bir şekilde götürebildiği inancı kazandırdığında elde ettiğimiz bu pusula bizlere sürekli doğru yolları gösterecektir (Sercan, 2010: 122).

2.4.2.3. Ceza ve Ödül

İnsanlar her zaman önce fizyolojik ihtiyaçlarını gidermek istemişlerdir. Bu ihtiyaçlarını karşılama kullandıkları en önemli obje paradır. Bu sebeple insanlar ihtiyaçlarını karşılamak için her zaman paraya ulaşmaya çalışmaktadır. Bu da

sistematsel olarak çalışma hayatında maaş kavramını doğurmakta ve maaş kavramı da en önemli motivasyon kavramları arasına girmektedir.

İnsanların emeğinin karşılığını alması, aldığı üretilen emeğine denk olduğunu bilmesi kişinin iş devamlılık azmini ve üretkenliğini arttıracaktır. Paydaşlarından daha az ücretle çalıştığını bilmek kişinin iş motivasyonunu düşürürken alacağı küçük bir zam bile ona motivasyon kaynağı olacaktır. Tam tersi durumda olup aldığı maaşın emeğine denk olduğunu bilenlerde ise artık üret sorun olmayacak ve kendilerini çok daha rahat işlerine vereceklerdir. Burada maddiyatın yerini, takdir edilmek ve seçim haklarının olması almaktadır (Sercan, 2010: 126). Maddiyatın bu derece önemli olduğu bir yerde yöneticiler çalışanların çalışma koşullarını iyileştirip zamlarla güdülemektedir (Tracy, 2014: 29).

İş alanında lider konumundaki kişiler çalışan kişileri dikkatlice izlemeli, performanslarını yakından takip etmeli ve işini layıkıyla yapanları anında ödüllendirip motivasyonlarını arttırmalıdır. Çünkü çabasının fark edilip takdir gördüğünü gören kişini iş azmi ve verimliliği artacaktır. Alınan ödüller de kişiye özgü ve ihtiyacına uygun olmalıdır. Bunun için de liderlerin çalışanlarla iş dışı etkinlikler yapıp çalışanları çok iyi tanması ve iyi bir ihtiyaç analizi oluşturup uygun ödüller belirlemelidir. Bu ödüllerden bazılarını zam, görevde yükselme, seçim hakkı ve kararlara katılma sıralayabiliriz (Keser, 2006: 62). Maaş artım sisteminde de performans büyük bir etken olmalı ve kriterler çalışanlar tarafından bilinmelidir. Bu şekilde gelirini arttırabileceğini bilen kişi iş motivasyonunu ve azmini arttırıp performanslarını en üst seviyeye yükseltebilirler (şimşek vd.,2010: 171).

2.4.2.4. Eğitim ve Yükselme

İnsanoğlu tüm yaşam serüveninde kendine farklı gelen ve dikkatini çektiği şeyleri bilmek, keşfetmek istemiştir. Bu onun içsel bir ihtiyacıdır. İnsan bir topluluğun üyesi bir işin parçası olma konumunda olduğunda artık öğrenme zaruri bir durum teşkil edecektir. Artık burada sıradan bir merak duygusu devre dışı kalacak ve asıl hedeflenen işin devamlılığı ve verimliliğini arttırmak için, işin tekniğini bilme, bu alanlardaki ilerlemeleri takip etme, teknolojik ilerlemeler konusunda teknik destek alma, yeni teknikleri çözümleyip bilimsel çağa ayak uydurma ve kültürel gelişimi yakalamak olacaktır. Çünkü tüm kurumlar her gelişmeyi takip edip en iyisi olmayı hedefleyecektir.

Bu süreçte kişisel gelişimi ve teknik donanımı yakalayamayan bireyler paydaşlarının gerisinde kalacak ve nitelikli personel vasfını yitirecektir. Bu durumu yaşamak istemeyen kurum ve yöneticilerin, sahayı yakından takip edip oluşan ihtiyaç analizleri doğrultusunda hizmet içi eğitimler yapıp çalışanlarının niteliklerini arttırması gerekmektedir. Kişinin bu süreçte bireysel gayreti ve aldığı teknik destekler sayesinde iş performansı ve kalitesinde ilerleme oluşması durumunda kariyerinde yükselme ihtiyacını hissedecektir. Kariyerinde yükselme yaşaması durumunda bu motivasyonunda yükselme yaşamasına sebep olacaktır.

2.4.2.5. Çalışma Ortamını Geliştirme

İnsanlar her nerede olurlarsa olsunlar rahat etmek iyi ve huzurlu bir ortamda bulunmak isterler ve çalışma ortamının ev ortamı kadar konforlu olamayacağını bilseler de orta düzeyde bir konfor alanı oluşmasını beklerler. Çoğunlukla, çalışma şartları denildiği zaman akla; işin zorluğu ve beden gücüne ihtiyaç seviyesi, çalışılacak ortamın donanımı, risk unsurları ve alınan tedbirler, çalışılacak ortamın temizliği, ısı ve aydınlatma seviyesi gibi çalışma şartları gelmektedir (Keser, 2006: 86). Kişi zamanın çoğunu geçirdiği ve hatta evinden farksız olan çalışma ortamını sevmek ve kabullenmek ister (Aksel, 2016). Çünkü çalışma ortamındaki hava şartları, donanın ve teknik destek eksikliği, gürültü ve mekânın uygunsuzluğu kişinin devamlılık azmini ve motivasyonunu düşürecek ve bunlar da yapılacak işin ve çıkacak ürünün kalitesini düşürecektir. Bu nedenle hedeflerine kısa sürede ulaşmak isteyen lider çalışanların rahatını sağlayacak tedbirleri almak zorundadır (Ünlü vd., 2013: 126). Çalışma ortamından memnun olan kişi daha motive bir şekilde çalışıp istekli bir iş performansı gösterecektir. Elbette ki motivasyonu ve iş verimliliğini düşüren veya yükselten tek sebep çalışma ortamı değildir ama daha işin başındayken var olan kötü şartlar işin seyrini ister istemez kötü etkileyecek ve iş motivasyonunu düşürecektir. Ters durumda standart ölçülerde sağlanan iş ortamı kişinin performansını rahat sergileyebilme imkânı bulmasına ve kendini değerli görüp motive olmasına yardım edecektir.

2.4.2.6. Kararlara Katılım

Bireyler her zaman ve her koşulda bir fikre sahiptirler veya bir konu hakkında fikri veya bilgisi olsun isterler. Düşünme eğilimli yapısı sayesinde işinde bulunduğu koşulları gözler, değerlendirir ve hatta yorumlar yaparlar. İster istemez bu süreç

insanlara, değişmesini istediği unsurların var olduğunu gösterir. Beliren durumlar hakkında konuşmalar başladığında da kendi fikrini söylemek ve onay görmek ister. Çünkü fikri onun için çok özeldir ve onaylanması durumunda tüm sorunların giderileceğine inanır. Fikrinin dinlenmesi ve karar alma süreçlerine katılması kişiyi motive edip üretme gücüne ve iş doyumuna etki edecektir (Güleryüz, 2017).

2.4.2.7. Meslek veya Kurum ile Özdeşleşme

İnsanlar sosyal bir yapının içinde olduğu için devamlı insan veya insanlarla iletişim halinde olmaya ve yalnız kalmayıp ve istemli veya istemsiz, bir gruba dahil olmaya eğilimlidirler. Bu durum aidiyet hissinden de gelmektedir ve kişi kendisini bir grubun üyesi olarak gördüğünde motivasyonu artmaktadır. Çünkü bir amaç için bir araya gelmiş kişilerin gücü tek kişinin gücünden daha fazladır (Sercan, 2010: 122). İnsanların fizyolojik ihtiyaçları çok önemli bir vazgeçilmezdir. Bu durum giderildiğinde ister istemez diğer ihtiyaçlar ve vazgeçilmezler boy göstermekte ve değer görmek, anlaşılma da bir vazgeçilmez haline gelmektedir. Aynı ortamı paylaştıkları insanlar veya grubun üyeleri tarafından ve hatta ortamın lideri tarafından kişinin vazgeçilmez ve değerli olduğunu duymaya ihtiyacı vardır, bunu duyması ve bilmesi kişiyi çok fazla motive edecek, üstlendiği görevi daha istekli bir şekilde yerine getirecektir.

Bu şekilde liderler çalışanlarının değerli olduğunu hissettirir ve yaptıkları işin kendileri kadar önemli büyük bir iş olduğunu ve bunu başardığını hissettirmesi hem işyeri adına hem de çalışanlar adına çok önemli bir durum olacaktır (Aksel, 2016).

2.4.2.8. Toplumsal Yarar Sağlayan İş

İnsanlar sosyal yaşamlarında sadece kendileri için var olmadıklarını ve içinde buldukları toplum ve topluluğun bir üyesi olarak kendilerine de büyük işler düştüğünün farkındadırlar. Bu bağlamda sürekli olarak bir şeyler üretmekte, topluma bir değer katarak faydalı olmaya çalışıp bu durumdan keyif alıp motive olmaktadır. Bunu hisseden ve buna motive olan bireyler hayatlarında ve işlerinde daha mutlu, daha üretken ve daha başarılı olacaklardır. Bu sebepten kurum yöneticileri iş yerinde çalışan bireyleri toplum yararına emek verdiklerini düşündürmelidirler (Güleryüz, 2017). Toplumu için bir şeyler başaran ve işi gereği hitap ettiği kesim için önemli işler başaran

kişi daha motive çalışacaktır. Başarıldığını bilmek, karşısındaki kesimin taktirini almak üretimi açısından çok önemli ve zengin bir motive kaynağı olacaktır.

2.4.2.9. Rekabet

Bir iş yerinde çalışan insanlar işlerini yapmak için motive olduklarında işlerini en iyi şekilde yapma sürecine girerler. Bir işi en iyi şekilde yapma hususu hem kendisinin yapabileceği en zirve seviyeyi yapabilme anlamı taşıırken hem de aynı işle ilgilenen kişilerden de daha iyisini yapabilme anlamı taşır. İş diğer arkadaşlarından daha iyi bir şekilde tamamlama gayreti rekabet ortamını kendiliğinden getirmektedir. Oluşan bu rekabet ortamına kişinin kendinden gelen başarıma duygusu etkenken, takdir görme, çalışma şartlarında iyileştirilme isteği, maddi veya manevi ödüller de rekabet ortamının oluşmasında büyük etken oluşturacaktır. Bu sebeple rekabet içsel bir motivasyon süreci olarak başlar ve sonrasında oluşan maddi ve manevi etkenler ile dışsal motivasyon sürecine evrilir. Bu bağlamda iş ortamında rekabeti teşvik etmek hem kişinin gelişimine hem de işin kalitesine etki edeceği için liderlerin bunu sık sık yapması her açıdan fayda sağlayacaktır. Yöneticilerin farkında olarak gösterdikleri çaba ile veya doğalında gelişen rekabet ortamı bireysel ve örgütsel gelişim açısından oldukça faydalı olabilmektedir. (Güney, 2000: 478). Ancak unutulmamalıdır ki rekabet ortamı iyi ayarlanamazsa, durum kaliteli iş çıkarma gayretini gölgeleyip yarış atmosferine dönüşebilir. Bu durumda iş ortamını ve çalışanların ilişkilerini olumsuz anlamda etkileyip motivasyonu düşürebilir.

2.4.3. Motivasyon Kuramları

Motivasyon teorileri, süreç teorileri ve kapsam teorileri olarak ikiye ayrılmaktadır. Bu teoriler öncelik bakımından bir biriden ayrılmaktadır. Kapsam teorilerinin önceliğinde içe dönük etkenler bulunurken süreç teorilerinin önceliğinde dışa dönük etkenler bulunmaktadır. Bu iki teori de üstlerin astları etkileyip doğru bir şekilde yönetmeleri adına kullanabilecekleri önemli iki kaynaktır. Her birey diğerlerinden farklı olduğu için motivasyon şekli ve kaynakları da farklı olacaktır. Lider konumundaki kişi çalışanlarını yakından tanıyıp özelliklerini iyi analiz etmeli ve bu teorileri doğru, yerinde ve zamanında kullanmalıdır. Liderlerin vazgeçemeyeceği motivasyon teorileri gruplara ayrılarak aşağıda incelenmiştir (Önen ve Kanayran, 2015).

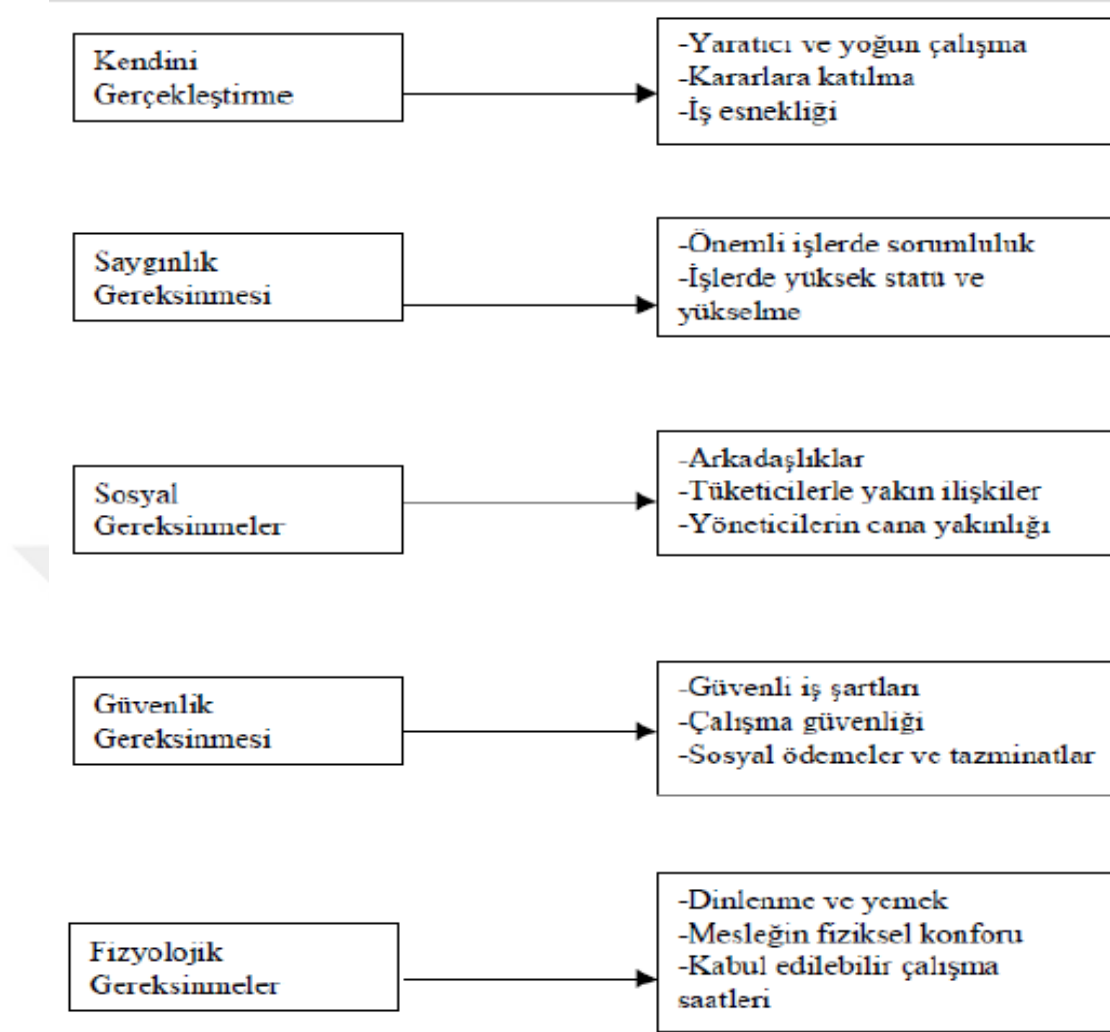
2.4.3.1. Kapsam Teorileri

Kapsam teorileri dörde ayrılmaktadır ve İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi, Varolma-İlişki Kurma-Gelişme İhtiyaçları Teorisi, Çift Faktör Teorisi ve Başarı İhtiyaç Teorisi şeklinde dört kısımda incelenecektir.

2.4.3.1.1.İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi

İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi, A. Maslow'un bulduğu, kişinin ihtiyaçlarının öncelik sırasını listelediği ve en çok bilinen teorilerinden birisidir.

Maslow, İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi'nde, kişi alt evredeki bir ihtiyacı gidermediği sürece, üst evredeki ihtiyacı karşılaması imkansızdır demiştir (Akat vd.,1994, akt: Önen vd., 2015: 51). A. Maslow'un belirlediği bu gereksinimler; aşağıdan yukarıya doğru daralan bir sıra izleyecek ve kesinlikle sıra atlanmayacak şekilde, temel ihtiyaçların oluşturduğu fizyolojik ihtiyaçlar, güvenlik ihtiyaçları, sosyal ihtiyaçlar, değer-saygınlık (kendini gösterme) ihtiyacı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı olarak beş basamakta incelenebilir.



Şekil Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi (Eren, 2003)

2.4.3.1.1.1.Fizyolojik ihtiyaçlar:

İnsanlar varlıklarını her zaman güvenli bir şekilde korumak ve devam ettirmek istemiştir. İnsanların hayatta kalmaları için gerekli olan ilk ihtiyaçları fizyolojik ihtiyaçlardır. Bu ihtiyaçlar, açlık, barınma, uyku, giyecek, cinsellik vb, şeklindedir. İnsanların bu ihtiyaçları diğer ihtiyaçlarına da temel oluşturan öncelikli ihtiyaçlardır. Bir insan açlığını bastırmadan bir diğer ihtiyacını giderme yoluna gitmez ve önceliğinde hep bu temel ihtiyacı olacaktır.

2.4.3.1.1.2. Güvenlik ihtiyacı:

İnsanların yaşamları içerisinde çeşitli risk unsurları olacaktır ve insanlar bu risk durumlarına göre kendilerini hep güvene almaya ihtiyaç duyacaktır. Bu güvenlik unsurları sadece risk unsuru oluşturan hayati etmenler değildir, kişinin ortamının ve konumunun da güvenliği de bir güvenlik unsuru oluşturacaktır. Kişi çalıştığı kurumda ve ortamda kendini güvende ve rahat hissetmek isterken ekonomik olarak da güvende hissetme ihtiyacını yaşamaktadır ve bu da onun güvenlik ihtiyacıdır.

2.4.3.1.1.3. Sosyal İhtiyaçlar:

İnsanoğlu yaşam serüvenin her evresinde iletişim halinde olan bir varlık olarak yaşamını sürdürmekte ve bu sosyalliğe uygun olarak sevmek, sevmek, ait olmak, sahip olmak, şefkat duygusunu hissetmek, arkadaşlık ve dostluk ilişkileri içinde güvenebilmeye ihtiyaç duyacaktır. Bu ihtiyaçlara sosyal ihtiyaçlar diyebiliriz.

2.4.3.1.1.4. Saygı ihtiyacı:

İnsanlar kendi varlıklarını ve onu var eden her türlü özellikleri kabul edip kendilerine saygı duymakta zorlanmazlar ve saygıyı da diğer insanlardan beklerler. Bu durum sadece insanların kendi kişilik özellikleri için kalmaz insanlar çalıştığı yerdeki konumu ve şartları için bekleyip tektir edilmeyi de arzularlar.

2.4.3.1.1.5. Kendini gerçekleştirme ihtiyacı:

İnsanların öz kaynaklarıyla hareket edip yapabileceği şeylerin en iyisini yapabilme potansiyelini ortaya koymasıştır.

2.4.3.1.2. Varolma-İlişki Kurma-Gelişme İhtiyaçları Teorisi:

Varolma-İlişki Kurma-Geliştirme İhtiyaçları Teorisi, 1970'lerin başında C. Alderfer tarafından, Maslow'un "İhtiyaçlar teorisindeki sınıflamaları birleştirip geliştirmesiyle oluşan bir motivasyon teorisidir (Önen ve Kanayran, 2015). Bu teoride yer alan gereksinimler silsilesi Maslow'un teorisinde yer alanlara göre nispeten basittir lakin Maslow'un teorisindeki gereksinimler silsilesi esas alınmaktadır (Koçel, 2001: 643). Bu teoriyle Maslow'dan farklı bir şekilde, gruplardaki kişilerin ihtiyaçlarına yönelik bir

adaptasyon sağlanmaya çalışılmıştır (Porter vd., 2003: 8). Alderfer ihtiyaçları üçe ayırmıştır (Efil, 2006: 158-159):

1. Fizyolojik ile güvenlik ihtiyaçlar,
2. Sosyal ilişki içinde olma ve bir arada bulunma ihtiyacı,
3. Kişinin kendi kendini geliştirmesi ihtiyacı.

2.4.3.1.3. Çift Faktör Teorisi:

F. Herzberg'in araştırma çalışmaları sonucunda Çift Faktör Teorisi'ni geliştirmiştir. F. Herzberg'e göre iki çeşit faktör çalışanları iş yerinde etkilemektedir. Bunlar Motivasyonel faktörler ve Hijyen faktörleridir (Yüksel, 2000: 139).

2.4.3.1.3.1 Motivasyonel faktörler:

Kişinin tanınma ve başarı duygusu, yetki ve sorumluluk alabilme imkânı bulabilmesi ve yükselmesi, takdir edilmesi, işin saygınlığı ve niteliği vb. durumlar motivasyonel faktörleri ifade eder. Bu durumları yaşayan insanlar diğer insanlara göre işlerine daha motive olmaktadır. (Canpolat, 2011:16).

2.4.3.1.3.2. Hijyen faktörler:

İş yerindeki çalışma koşulları, maaş durumu ve artışı, işletmenin prensipleri, yönetici tutumları, işyerindeki hiyerarşik durum, ast-üst arasındaki ilişki şekilleri ve çalışanın özel yaşamındaki huzuru ve mutluluğu vb. durumlar hijyen faktörler olarak ifade edilir. Hijyen faktörlerinin eksik olması ve giderilmemesi durumunda motivasyon kaynağında azalma olurken hijyen faktörlerinin yerinde olması durumunda ise motivasyon kaynakları yerinde olacak ve bu da iş başarısını arttıracaktır.

İş doyumunu etkileyen unsurların var olduğunu ancak unsurların olmaması durumunda her zaman da doyumsuzluğun yaşanmadığı sonucuna varılmış. Bu teorinin esas hipotezleri bu biçimde belirtilebilir (Hoy ve Miskel, 2015: 132):

- İş doyumunu ve doyumsuzluğunu belirleyen iki unsur grubu mevcuttur.
- Motive edici unsurlar doyum oluşturma eğilimindedir, hijyen unsurları doyumsuzluk oluşturma meyillidir.

- İş doyumu ve doyumсуuzluğu ters yönde işleyen iki kavram değildir, birbirinden farklı öğelerdir.

2.4.3.1.4. Başarı İhtiyacı Teorisi (David McClelland):

Bu teori ilk olarak H. Murray tarafından ortaya çıkmıştır. Başarı İhtiyacı teorisi 1960'lı başlarında D. McClelland tarafından geliştirilmiştir. İnsanların öğrenmeyle ihtiyaçlarını kazanabileceklerini ve insan davranışlarıyla çevresel etmenlerin nasıl birleştirileceği konusu üzerinde durulmuştur. (Can, 1979: 179).

2.4.3.2. Süreç Teorileri:

Süreç Teorisinde, sergilenen veya kazanılan bir davranışın nasıl tetiklendiği, ilerlediği ve yürütüldüğü incelenip ortaya konulmuştur. Süreç Teorisinde, psikolojik faktörlerin insanların davranışlarında ve karar almalarındaki etkisi incelenerek açıklanmaya çalışılmıştır (Dinçer ve Fidan, 1996: 312). Bu teoriler Şartlandırma ve Pekiştirme Teorisi, Eşitlik Teorisi, Beklenti Teorisi, Geliştirilmiş Beklenti Teorisi ve Amaç Teorisi şeklinde beş alt başlıkta incelenmiştir.

2.4.3.2.1. Şartlandırma ve Pekiştirme Teorisi:

Şartlandırma ve Pekiştirme teorisi klasik şartlandırma ve sonuçsal şartlandırma olarak kendi içerisinde ikiye ayrılarak açıklanmıştır. Bu teorilerden klasik şartlandırma, kaynağını Pavlov'un köpekler üzerinde yaptığı çalışmalardan almaktadır. Pavlov'dan etkilenen Skinner klasik şartlandırma teorisine benzemeyen (Önen ve Kanayran, 2015: 52).

2.4.3.2.2. Eşitlik Teorisi:

1960'lı yıllarda Stacy J. Adams geliştirdiği teorisinin ana konusu, motivasyonun özünü "insanların eşit muamele görme beklentisi" meydana getirmektedir (Önen ve Kanayran, 2015). Bu teoriye göre kişinin çalışma alanında kendi konumundaki kişilerle kendini kıyaslayıp gözlemlerinin ortaya konmasını açıklamaktadır (Efil, 2006: 157). İnsanlar çalışma azimleri ve iş performanslarıyla kendileri karşı tutumların dengeli ve eşit olmasını isterler ve durum bu yönde ilerler ise motive olurlar.

2.4.3.2.3. Beklenti Teorisi:

Victor Vroom 1964 yılında Beklenti Teorisi ortaya çıkarmıştır. Bu teoride insanlardan kaynaklanan özelliklerin motivasyona katkısı ve önemi açıklanmaya çalışılmıştır. Vroom motivasyonun ürünün üç faktör olduğunu savunmuştur. Bunlar (Newstrom ve Davis, 1993: 148):

- Değer: Çalışma ortamındaki insanların kazanabilecekleri ödüllere ve kazanımlara verdiği değeri ifade eder ve bu kişiden kişiye göre değişmektedir.
- Araçsallık: Çalışma ortamında insanlara çeşitli sorumluluklar düşmektedir. Liderler tarafından verilen görev ve sorumlulukların yapılması ve işin başarılması durumunda önceden belirlenen ölçülerdeki ödüllerin kazanılacağına inanılması durumudur.
- Beklenti: Kişilerin, kendinden istenilen iş ve işlemleri tam zamanında yapabileceklerine olan inancın önemini ve derecesini ifade eder.

2.4.3.2.4. Geliştirilmiş Beklenti Teorisi:

Bu teoride, grup halinde çalışılmış ve kişisel çaba sonrasında kazandığı ödülü diğer bireyler ile kıyaslamasıdır.

Örgüt içerisinde çalışanların yetki, görev ve sorumluluklarının açıkça belirlenmemesi, kendilerinden beklenen davranışları sergilemeleri için motivasyonlarının azaldığı ve rol çatışmalarının ortaya çıktığı belirlenmektedir. (Önen ve Kanayran, 2015). Bu nedenle çalışanlar için yöneticilerin çalışanlarının motivasyonlarını pozitif anlamda etkileyecek örgüt ortamını sağlamaları gerekmektedir. Ötörü liderlerin motivasyonu olumlu etkilemesini sağlayacak örgüt ortamının oluşturulması gerekmektedir.

2.4.3.2.5. Amaç Teorisi:

Amaç Teorisi Edwin Locke tarafından 1968 yılında geliştirildi. Bu teoride lider konumundaki kişiler ile izleyici konumundaki kişilerin hedefleri belirlemesi söz konusudur. Amaç Teorisi'nde motivasyonu, kişisel hedeflerin belirlenmesi etkilemektedir. Bu teoride değer yargılarının, kazanılması istenen davranışlara etkisi

açıklanmıştır. Burada hedeflere ulaşmadan ziyade fikir birliğine varmak ve buna göre hareket etmek önemlidir (Luthans, 1992: 194).

2.5. İlgili Araştırmalar

Bu bölümde imaj ve motivasyon konusu ile ilgili yurt içinde ve yurt dışında yapılan çalışmalar, evren ve örneklem, araştırmanın yöntemi, modeli, amacı ve sonuçları açısından incelenerek yer verilmiştir.

2.5.1. İmaj ile ilgili yurt içinde yapılan çalışmalar

Yaman vd., (2001) öğretmenlik mesleğinin sosyoekonomik statüsü / bu mesleğin bir bayan mesleği haline dönüşmesi durumu ve eğitim fakültesi üzerine bir araştırma: Araştırma Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde 2000-2001 öğretim yılında gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmanın evrenini 2000-2001 öğretim yılında Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesinde eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Amaca dönük olarak bu evrenden birinci sınıfa yeni gelmiş olan öğrenciler ile son sınıfta okuyan öğrenciler araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Bu çalışmada tarama modeli kullanılarak öğrencilerin görüşlerine başvurulmuştur. Yapılan çalışmalar incelenip elde edilen bulgular ışığında bir anket çalışması gerçekleştirilmiş ve gerekli uzman görüşlerine başvurularak geçerlilik düzeyi yükseltmek için anket yeniden düzenlenmiştir. Çalışmada bu fakülteyi tercih edenlerin çoğunun ailelerinin alt ve orta düzeyde sosyoekonomik yapıya sahip oldukları görülmüş. Bu fakülteyi tercih edenlerin çoğunun kız öğrencileri olduğunu ve fakülte öğrencilerinin çoğunun öğretmenlik mesleğini bir kadın mesleği olarak gördüğü ortaya çıkmıştır. Bu fakülteyi tercih edenlerin, bu fakültenin bulunduğu yerleşim biriminin bulunduğu bölge ile tercih etme arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu fakülteyi tercih edenlerin büyük bir çoğunluğu çocuklarla birlikte olmaktan hoşlanmaktadır yani öğretmenlik mesleği ile ilgili tutumları olumludur.

Eğitim Bir-Sen tarafından (2004) gerçekleştirilen öğretmen sorunları araştırması, raporunda, literatür taramasına ek olarak uluslararası karşılaştırmalara temel teşkil etmesi için doküman incelemesi yapılmıştır. Özellikle Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Teşkilâtı (OECD), Avrupa Eğitim Bilgi Ağı (EURYDICE), Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) ve Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşların

konuyla ilgili karşılaştırmalı yayınları ve verileri esas alınmıştır. Türkiye ile ilgili tartışmaları zenginleştirmek için ilgili kuruluşların verileri ile yayınlarından da yararlanılmıştır. Raporda, kıyaslanabilir verilerin var olması dolayısıyla OECD ve Avrupa Birliği (AB) ülkelerini kapsayacak değerlendirmelere ağırlık verilmiştir. Raporda uluslararası çalışmalara katılan diğer ülkelerle ilgili değerlendirmelere de zaman zaman yer verilmiştir. Çalışmasının bir bölümü öğretmenlerin kendi mesleklerine ilişkin düşünceleridir. Bu araştırma on bine yakın öğretmen üzerinde uygulanmış ve öğretmenlerin çoğunluğunun toplumun fertlerinden ve milli eğitim bakanlığından yeteri kadar değer görmediklerini ve medyanın da kendilerini desteklemediklerini belirtmiştir. Bu araştırma verilerine bakıldığında öğretmenlerin mesleki imajları ve saygınlıkları hakkında olumlu görüşe sahip olmadıkları anlaşılmaktadır. Mesleğini yaparken memnun olan öğretmenlerin sayısının çok az olduğu ve kendi çocuğunun öğretmen olmasını isteyen öğretmenlerin oranının %36 olduğu ortaya çıkmıştır.

Özdemir (2010) Öğretmen Kimliği: Sınıf Öğretmenleri Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma (Malatya ili örneği) isimli çalışmasında öğretmen kimliği araştırılmıştır. Bu çalışmada öncelikle literatür taraması yapılarak konuyla ilgili veriler elde edilmiştir. Çalışmamızın evrenini 2007- 2008 Eğitim- Öğretim yılında görev yapmakta olan 1411 sınıf öğretmeninden oluşmaktadır. Araştırma doğrudan evren üzerine uygulanmayıp, örneklem alma yoluna gidilmiştir. Örneklem grubu ise rasgele seçilen Malatya il merkezindeki ilköğretim okullarında görev yapan 350 sınıf öğretmeninden oluşmaktadır. Çalışmada Malatya’da görev yapan sınıf öğretmenlerinin oluşturdukları kimlik bilinci, bu bilincin mesleklerine yansıma durumu ve kimliklerine etki eden süreçler, sosyoekonomik ve kültürel yapı çerçevesinde neden- sonuçlarıyla analiz edilmeye çalışılmıştır. Kimlik, bir insanın tüm özelliklerinin sonucu olarak ortaya çıkan vasıflarının tarifidir. Hem bireyin kendini hem de toplumun bireyi tanımlama şeklidir. Toplumsal düzende bireyin kendini algılama şekliyle toplumun onu algılama şekli bir bütün halinde ilerler. Çalışmada mesleki boyutlarıyla öğretmen kimliği ve ilkokulda çalışan öğretmenlerin mesleki kimlik ile bireysel kimlik algıları araştırılmıştır. Genel itibarıyla, çalışmadaki öğretmenler diğer bireyler nezdinde sosyal prestij durumunu iyi olarak değerlendirmektedir. Bununla birlikte toplum içindeki beklentileri ise büyük ölçüde tatmin edicidir. Çalışmadaki öğretmenlerin yarıdan fazlası kendini orta tabakada

görmekte, kalanların önemli kısmı ise kendini üst- orta tabakada görmektedir. Öte yandan çalışmamızdaki öğretmenler hayat standartlarının daha iyiye gittiğini de belirtmişlerdir

Karaman, vd., (2013) tarafından yapılan araştırmada, Sakarya ilinde görev yapan öğretmenlerin gözüyle öğretmenlik mesleğinin statüsü ve saygınlığı belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın evrenini Sakarya ili okullarında görev yapan öğretmenler oluşturmaktadır. Örneklemi ise farklı okul türlerinde görev yapan 20 öğretmen oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı doğrultusunda araştırmacılar tarafından 5 soruluk görüşme formları araştırılmış olup, gönüllü öğretmenlere uygulanmıştır. Verilerin çözümlenmesinde içerik analizi kullanılmıştır. Ülkemizde eğitim alanında son yıllarda köklü değişiklikler yapılmıştır. Müfredat iyileştirilmiş, eğitim kademeleri ve aşamaları gözden geçirilip düzenlenmiş ve eğitim teşkilatı üzerine çalışmalar yapıp yenilenmiştir ve eğitimde 12 yıl zorunluluğu getirilmiştir. Bu çalışmalar sonucunda eğitim kalitesini etkileyen en önemli unsur olan öğretmenlik mesleği tartışılır olmuş, statüsü ve saygınlığı gündeme gelmiştir. Araştırmada öğretmenlerin kendi görüşleri alınarak statüleri ve saygınlıkları değerlendirilip, öğretmenlerin mesleklerinin yeteri kadar saygı görmediklerini belirtmiştir. Öğretmenler kendilerini eleştirerek çağın gelişimine ayak uydurmadıklarını ve bu durumun da öğretmenlik imajına ve statüsüne kötü etti ettiğini söylemişlerdir. Öğretmenler yaşadıkları kötü şartlara ve diğer koşullara rağmen mesleklerini ve öğrencilerini çok değerli bulduklarını, başka bir mesleğe geçmeyi düşünmediklerini ve eğitim sistemindeki kalitenin artması ve kendi motivasyonlarının yükselmesi için eğitim planlama çalışmalarında aktif rol almak istediklerini belirtmişlerdir.

Küçük, vd., (2013) toplumun öğretmenlik mesleğini algılama düzeyi adlı çalışmada: toplumun öğretmenlik mesleği hakkındaki düşüncelerini, tutumlarını ortaya koyma amaçlanmıştır. Bu çalışmanın evreni Çanakkale il merkezinde, öğretmenlik mesleği dışındaki diğer meslek gruplarında çalışan bireyler olarak belirlenmiştir. Çalışmanın örneklimi için,19 akademisyen(11bay/8bayan), 184 memur(131bay/bayan53),56 esnaf(bay34/bayan22), 101 özel şirket(bay67/bayan34), 61 serbest meslek (bay47/bayan14) meslek gruplarından toplam421 birey ile görüşülmüştür. Araştırma sonunda, araştırmaya katılanların 364'ü (%86,46) öğretmenlik mesleğinin sevilen ve beğenilen bir meslek olduğunu belirtmişlerdir. Yine aynı şekilde

bu çıkan sonuca göre, bu araştırmaya dahil olan kişilerin öğretmenlik mesleğine karşı olumlu tutuma sahip olduklarını göstermektedir. Araştırmaya katılanların 338'i (%80,28) öğretmenleri sözüne güvenilir, alçak gönüllü, sorumluluk sahibi kişiler olarak tanımlamaktadırlar. Araştırmaya katılanların 134'ü (%31,82) öğretmenliği zor ve sorumluluk isteyen bir meslek olarak tanımlamaktadır. Ancak burada görülen önemli bir nokta ise araştırmaya katılanların 287'si (%68,17) öğretmenliği zor ve sorumluluk isteyen bir meslek olarak görmemektedirler. Bu da toplum tarafından öğretmenliğin kolay bir meslekmiş gibi görüldüğünün, herkesin öğretmenliği yapabileceğinin düşüncesinin olduğunun göstergesidir diyebiliriz. Yani öğretmenlik bu açıdan bakıldığında, itibarlı bir meslek olarak görülmemektedir diyebiliriz. Araştırmada elde edilen bulgularda, kamu kurum ve kuruluşlarında çalışanlar, öğretmenlerin çok fazla haklara, izinlere sahip olduklarını düşünmektedir. Bu yargının oluşmasında, diğer meslek gruplarının görev yaptıkları işlerden tükenmişliklerinin göstergesi olduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca öğretmenler sürekli insanlarla ve toplumla iç içe olduğu için, toplumun gözü önünde bulunan öğretmenlerin yine toplum tarafından sürekli eleştirilmesi kaçınılmaz olmaktadır. Ancak araştırma sonucunda çıkan bir diğer bulguya göre kamuya ait olmayan diğer meslek gruplarında çalışanların, öğretmenlere yönelik daha ılımlı ve daha olumlu bir tutum sergilediklerini sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, diğer kamu kurumlarında çalışanların kendilerini öğretmenlerle karşılaştıklarının ve kendilerinin daha az imkanlara sahip olduklarını düşünerek, öğretmenlerle bir yarış içerisinde olduklarını söyleyebiliriz. Ayrıca, araştırmaya katılanların ölçek maddeleri üzerinde gerekli işaretlemeleeri yaptıktan sonra sayfa sonunda kalan boşluklara "öğretmenlerin tatili çok fazla, sürekli tatil yapılan bir meslek, öğretmenler öğrencilere eğitim veremiyorlar, aldıkları maaşı hak etmiyorlar, derse geç giriyorlar, öğrencilerle fazla ilgilenmiyorlar, dersleri biter bitmez okuldan ayrılıyorlar" gibi yazılar yazdıkları görülmüştür. Bu yazılanlara göre öğretmenler toplumu oluşturan diğer meslek grupları tarafından sadece tatil yapan, derse giren çıkan, öğrencilerle fazla ilgilenmeyen bir meslekmiş gibi algılandığını söyleyebiliriz.

TEDMEM (2014) öğretmen gözüyle öğretmenlik mesleği: Araştırmanın evrenini 2014-2015 eğitim öğretim yılında Ankara'da çalışan öğretmenler oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleminin belirlenmesinde seçkisiz tabakalı küme örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Milli Eğitim Bakanlığı verileri kullanılarak kademeler bazında

ilçelerdeki mevcut okul sayıları belirlenmiş, bu sayının %5'ine karşılık gelecek şekilde her ilçeden resmi ve özel; okul öncesi, ilkokul, ortaokul, genel lise ve mesleki lise olmak üzere, ilçe bazında çalışmaya dâhil edilecek okullar belirlenmiştir. Çalışmanın kapsamına toplamda 134 okul alınmıştır fakat her okuldaki veri alınamadığı için sonuç olarak, toplamda 105 okuldaki 1701 öğretmen çalışmanın veri kaynağını oluşturmuştur. Bu çalışmanın amacı öğretmenlerin meslekleri hakkında görüşlerini, öğretmenlerin mesleki doyum, mesleki algı ve mesleki bağlılık olmak üzere üç faktörde ortaya koymaktır. Bu üç etken demografik etkenlerle karşılaştırılıp aradaki farklar bulunmaya çalışılmıştır. Araştırmanın bulguları şöyledir. Meslek liselerinde çalışan öğretmenlerin diğer öğretmenlere göre mesleğin toplumsal değerini ve öğretmenlik meslek imajını daha olumsuz algılamaktadırlar. Bu sonuç gibi olumsuz öğretmenlik meslek imaj algısı yine meslek liseleri öğretmenlerine aittir ve toplumun da öğretmen mesleğini olumsuz algıladıklarını düşünmektedirler. Özel okullarda çalışan öğretmenlerin resmi okullarda çalışan öğretmenlere ve kadın öğretmenlerin erkek öğretmenlere göre öğretmenlik mesleğini daha olumsuz düzeyde algılamışlar.

2.5.2. İmaj ile ilgili yurt dışında yapılan çalışmalar

Swetnam (1992) medyadaki olumsuz öğretmen imajı adlı çalışmasında; medyanın toplumu yönlendirici bir gücü olduğunu belirtmiştir. Öğretmen mesleğine dair yanlış algı, öğretmenlik mesleğine uygun hareket etmeyen, azınlıkta bile sayılmayacak kadar çok az kişinin yanlış davranışları, öğretmenleri yanlış anlatan filimler ve medya haberleri belirlemeye başlamıştır. Bu yanlış tutum toplumda mesleğini doğru temsil etmek için elinden geleni yapan öğretmenlere büyük bir haksızlık oluşturmaktadır ve mesleğe yeni başlamış kişileri olumsuz etkilemektedir. Son olarak araştırmacı insanların eğitim neferleri olan öğretmenlere dair algılarını ve yorumlarını kendi gözlemlerine başvurmadan medyadan etkilenerek şekillendirdiklerini belirtmiştir.

Cunningham (1992) 1950- 1990 yıllarda basında öğretmenlik mesleğinin imajı isimli çalışmasında; öğretmen imajının basında nasıl yer aldığını araştırmıştır. Basının her konuda olduğu gibi toplumun tutumlarını yönlendirme ve yönetme noktasında etkin olduğu bilinmektedir. İngiltere'de medyadan sonra İngiliz halkını etkileyen ikinci etken

gazete olmuştur. Basın ile halk arasındaki ilişkinin tek taraflı olmadığını, birbirini etkileyen yapısı olduğunu belirtmiştir.

Judge (1995) öğretmenlerin imajı çalışmasında; öğretmenlerin kendilerine dair algıyı yine öğretmenlerin kendilerinin yaptığını ve bu algıya sosyal, kültürel ve politik tutumların etki ettiğini belirtmiştir. Bu çalışma Amerika, İngiltere ve Fransa'da 30 yıldan fazla sürede oluşan öğretmen imajının değişimlerini araştıran ve uluslararası bir karşılaştırma niteliğinde olan bir çalışmadır. Öğretmen imajının oluşumunda öğretmen istihdamı, terfi, öğretmen eğitimi, bürokratik yapı, taktir edilme, ödül sistemi ve siyasal yapının etkili olduğunu ve öğretmenlerin toplumun kültürünü yansıttıklarını belirtmiştir.

Firestone (1996) öğretmenlik mesleğinin imajı ve reform önerisi adlı çalışmasında; öğretmenliğin nasıl profesyonel bir yapıya büründürebileceğini, bu organize yapıyı çözümlenerek ve öğretmenliğin yapısı araştırılarak olabileceğini belirtmiştir. Öğretmen araştırmaları sonucunda öğretmen katılımıyla okulun ve eğitim sisteminin yeniden yapılandırılmasının ve öğretmenin mesleki bağlılığının öneminden bahsederek önemli tavsiyelerde bulunarak öğretmen imajına dair güçlü açıklamalarda bulunmuştur.

Ann (2000) filmlerdeki öğretmen imajı adlı doktora tezinde; reklam filmlerinin öğretmene bakış açısını ortaya koymaya çalışmıştır. Çalışmanın amacını reklam filmlerinin toplumun öğretmenlik mesleğine karşı tutumu, bu mesleği algılayış biçimi ve bakış şeklini araştırmaktan ziyade öğretmen stereotiplerini belirlemek olmuştur. Araştırmanın, öğretmenin aleyhine yapılan programların lehine yapılan programlardan fazla olduğu gerçeğini ortaya koyma gibi bir çabası olmamıştır. Bu çalışmanın amacı olumlu ya da olumsuz olduğuna bakılmaksızın öğretmenlere yönelik tüm steno tipleri betimlemek olmuştur. Aynı zamanda bu çalışma film sektörünün öğretmenleri anlatma noktasında ilkeli bir duruş sergilemediğini göstermeye çalışmıştır.

Ruan (2003) öğretmen imajının bütünlüğüne ve gelişmesine yönelik profesyonel bir bakış çalışmasında; öğretmen imajının modern toplulara uygun bir şekilde kültürel bir alt yapısının olduğunu belirtmektedir. Bu çalışma işini idealist ve profesyonelce yapan öğretmen imajını gölgeleyen etmenlerde nasıl arındırılacağını belirlemektedir. Öğretmen imajını hak ettiği yere getirmek ve geliştirmek için konunun tüm paydaşlarının ortak ve etkili bir çaba sarf etmesi gerekmektedir. Gerekli bir dizi önlemler alınarak öğretmen imajı güçlendirilmelidir.

Walhout (2011) öğretmenlerin mesleki imajına yönelik çalışmasında; öğretmenliğin mesleki imajını, öğretmenliğin çok karmaşık ve multidisipliner yapısından ötürü çok etmenli olduğunu belirtmiş. Öğretmenlerin mesleki imajının zayıf ve etkisiz bulunduğunu ve bunun birçok sebebi olduğunu fakat ana sebep olarak da Amerika'nın ekonomi politikası olan serbest piyasa ekonomisi olduğunu belirtmiştir. Ülkede var olan serbest piyasa ekonomisinin ve değer verdiği tüm etmenlerin kaldırılmasıyla öğretmen meslek imajının düzeleceğini belirtse de bunun komünist bir girişimi çağrıştıracığından mümkün olmayacağını belirtmiştir. Bunun yerine mevcut öğretmen imajının prensipli bir şekilde tanımlanmasının daha fazla fayda sağlayacağını, tüm Amerikan toplumunun elbirliğiyle düzeltme çabasının daha uygun olacağını belirtmiştir.

2.5.3. Motivasyon ile ilgili yurt içinde yapılan çalışmalar

Polat (2010), “Okul Öncesi Yöneticilerinin Kullandıkları Yönetimsel Güç Kaynaklarına İlişkin Öğretmen Algıları ile Öğretmen Motivasyonu Arasındaki İlişki” adlı araştırmanın evrenini 2009-2010 Eğitim Öğretim yılında İstanbul ili Sarıyer ilçesindeki özel ve resmi okul öncesi eğitim kurumlarında görev yapmakta olan öğretmenler oluşturmaktadır. Araştırma bulgularının gerçekleri bilimsel kriterlere göre yansıtılması amacıyla, evrenin tamamı örneklem olarak alınmıştır. Sarıyer ilçesindeki 30 özel anaokulunda görev yapmakta olan 276 öğretmen ve 21 resmi okulda görev yapmakta olan 50 öğretmen araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan öğretmenler, yaptıkları işin yapılmaya değer olduğunu, “Her zaman” düzeyinde değerlendirmektedirler. Öğretmenlerin en düşük ortalama puan vererek değerlendirdikleri madde ise “Bu işyerinden emekli olabileceğime inanıyorum.” olmuştur. Araştırmaya katılan öğretmenlerin, görev yaptıkları kurumdan emekli olmaya yönelik bazı tereddütleri olduğu anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan öğretmenlerin İçsel Motivasyon düzeylerinin, Dışsal Motivasyon düzeyinden daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan öğretmenler, yöneticilerinin okul yönetimi ile ilgili konulara olan hâkimiyetini ‘Her zaman’ düzeyinde değerlendirmektedir.

Okçu ve Anık (2017) tarafından yapılan “Okul Yöneticilerin Otantik Liderlik Davranışları İle Öğretmenlerin Motivasyon ve Mobbing Yaşama Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi” adlı araştırmanın evrenini, 2015-2016 öğretim yılında Şırnak il merkezindeki 38 ilkokul (371 sınıf öğretmeni) ve 42 ortaokulda (511 diğer branşlardaki

öğretmenler) görev yapan toplam 882 öğretmen oluşturmaktadır. Evrende çok fazla öğretmen sayısı olmaması ve evrenin bütününe kolay erişim nedeniyle örneklem alma yoluna gidilmemiştir. Evren, araştırmada çalışma evreni olarak kabul edilmiştir. Evrenin yaklaşık %57'sinden kullanılabilir veri elde edilmiştir. Araştırma, çalışma evreninde görev yapan toplam 500 sınıf ve diğer branş öğretmenleri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Şırnak ili merkezinde bulunan ilk ve ortaokulda görev yapan öğretmenlerin 157'si (%31,4) sınıf öğretmeni ve 353'ü (%68,6) ise diğer branş öğretmenlerindedir.

Araştırmada ilk ve ortaokul öğretmenlerinin algılarına göre, ilk ve ortaokul yöneticilerinin otantik liderliğin “ilişkilerde şeffaflık, içselleştirilmiş ahlak anlayışı, bilgiyi dengeli değerlendirme ve öz farkındalık” alt boyutlarında sergiledikleri davranışlara ilişkin ilk ve ortaokulda görev yapan öğretmenlerin algılarının “katılıyorum” düzeyinde olduğu belirlenmiştir. Buna göre okul yöneticileri otantik liderlik davranışlarını iyi düzeyde sergiledikleri söylenebilir. Dolayısıyla genel olarak öğretmenlerin okul yöneticilerini otantik liderlik davranışları açısından yeterli gördükleri ancak çok yeterli görmedikleri belirlenmiştir. Araştırma sonucunda, ilk ve ortaokul öğretmenlerinin algılarına göre öğretmenlerin içsel motivasyonu iyi düzeyde ve dışsal motivasyonu ise “orta” düzeyde olduğu belirlenmiştir. Öğretmenlerin, genel olarak motivasyonlarının ise “iyi düzeyde” oldukları belirlenmiştir.

Olgun (2017), motivasyon, örgütsel sessizlik ve işten ayrılma niyeti arasındaki münasebeti belirlemek amacıyla yaptığı bir araştırmanın evreni, özel bir bankanın bilişim sektöründe faaliyet gösteren teknoloji şirketi oluşturmaktadır. Evrenin tümüne ulaşılması hedeflenmiştir. Araştırmanın evreni olan merkezde çalışan sayısının yaklaşık 400 kişi olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada, anket formları çalışanlara yüz yüze görüşme ile elden dağıtılmıştır. Çalışanlara dağıtılan anket formlarının 250 tanesi doldurulmuştur. Bu anlamda geri dönüş oranı %62,5'dir. Çalışanlar tarafından doldurulan anket formları ayrıntılı bir şekilde incelenmiş ve inceleme sonucunda hatalı ya da eksik doldurulmuş herhangi bir anketin olmadığı belirlenmiştir. Geri dönen 250 anket formu değerlendirmeye alınmıştır. Sonuç olarak, araştırma örneklemini 250 birimden oluşturmaktadır. Yapılan araştırmada motivasyon ve örgütsel sessizlik ile örgütsel sessizlik ve işten ayrılma niyeti arasında zayıf dereceli pozitif yönlü anlamlı bir ilişki, motivasyon ve işten ayrılma niyeti arasında ise zayıf dereceli negatif yönlü

anlamli bir ilişki saptanmiştır. Ayrıca içsel motivasyon ve dışsal motivasyon arasında kuvvetli/yüksek dereceli pozitif yönlü anlamli bir ilişki, korumacı sessizlik ile içsel motivasyon arasında düşük dereceli negatif yönlü anlamli bir ilişki, kabullenici sessizlik ile içsel motivasyon ve dışsal motivasyon arasında düşük dereceli pozitif yönlü anlamli bir ilişki, kabullenici sessizlik ile korumacı sessizlik arasında orta dereceli pozitif yönlü anlamli bir ilişki, işten ayrılma niyeti ile korumacı sessizlik ve kabullenici sessizlik arasında düşük dereceli pozitif yönlü anlamli bir ilişki, işten ayrılma niyeti ile korumacı sessizlik arasında ise düşük dereceli negatif yönlü anlamli bir ilişki olduğu görülmüştür.

Çiftçi (2017), ‘Öğretmenlerin Algılarına Göre Motivasyon Kaynaklarının Belirlenmesi’ adlı araştırmada; araştırma bilgilerinin istifade edildiği kaynakların alınması, araştırma sonuçlarını temsil etmesi ve çeşitli toplulukların anlamlılığı bakımından önemlidir. Nitel araştırmalarda çalışma grubu kavramı evren ve örneklem yerine kullanılmaktadır. (Şimşek ve Yıldırım, 2016). İstanbul ili Kartal ilçesindeki devlet okullarında çalışan öğretmenler araştırmanın çalışma grubunu temsil etmektedir ve bu grup çalışmaya gönüllü olarak katılan öğretmenlerden oluşmaktadır. Bu araştırmada 12 sınıf öğretmeni ve 24 çeşitli branşlardan oluşan öğretmenler olarak toplam 36 öğretmen bulunmaktadır. Araştırmaya emek harcayan 36 öğretmen, “katılımcı” olarak tanımlanmıştır. Bu araştırma sonucunda okul yöneticisinin liderlik özelliklerini yerine getirebilme kabiliyetleri ile öğretmen motivasyon düzeyleriyle arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda, öğretmenlerin artan motivasyon düzeyleriyle daha yüksek bir iş performansı sergileyecekleri saptanmıştır.

2.5.4. Motivasyon ile ilgili yurt dışında yapılan çalışmalar

Pakistan’da çalışan ilkokul öğretmenlerinin motivasyon düzeylerini araştırıp, öğretmenlerin motivasyonlarında bir eksiklik olduğunun ve eksikliğin beş temel sebebini ortaya koymuştur (akt. Özdemir, 2007). Bunlardan birincisi öğretmenlerin emeğini karşılığı olmayacak şekilde yetersiz maaş almasıdır. Pakistan’daki ilkokul öğretmenleri gelir gider dengesini sağlamak ve oluşan maddi açıklarını kapatmak için ek işlere başvurmakta ve asli görevleri olan öğretmenlik görevlerini aksatmaktadırlar.

İkinci olarak da öğretmenlik mesleğinin saygın bir statüye sahip olmadığı görüşüdür. Özellikler Pakistanlı erkekler öğretmenliğin geçici bir iş olduğunu ve son çara olarak bu işi yaptıklarını belirtmişler.

Üçüncü olarak çalışma şartlarının çok kötü olması, okulun sıra, masa, kitap vb. donanımları açısından eksik olması, öğrenci fazlalığı, tuvalet ve su kirliliği gibi unsurların kötü olmasıdır.

Dördüncü olarak mesleklerinde ve kariyerlerinde ilerleme şansı bulamamaları, beşinci olarak da İlkokul öğretmenleri için hiçbir sorumluluk sisteminin olmayışıdır.

Gorozodis ve Papaioannou, (2014), 'Eğitime Katılmak ve Yenilikleri Uygulamada Öğretmen Motivasyonu' adlı çalışmada; öğretmenlerin güdülenme yöntemlerini özerk bir şekilde kendileri belirlediklerinde, iş yapma azimlerinde, yeni planlar alma ve bu planları uyulama karşı tutumlarında pozitif yönde motivasyon olurken, birileri tarafından güdülenme gibi durumlarında işe karşı istekli olmayıp negatif yönde bir motivasyona sahip oldukları gözlenmiştir (akt. Deviren,2019).

Liu ve Onwuegbuzie (2014), 'İş Doyumu ve Mesleklerini Yapmaları Açısından Öğretmen Motivasyonu' adlı çalışmada; öğretmenlerin motivasyon kaynakları incelenmiştir. Çalışma sonucunda öğretmenlerin hem dışsal motivasyon kaynaklarından hem de içsel motivasyon kaynaklarından beslendikleri durumu ortaya çıkmış ve öğretmenlerin iş doyumlarında, içsel motive olan öğretmenlerin dışsal motive olan öğretmenlere göre daha yüksek bir doyum olduğu gözlenmiştir (akt. Deviren,2019).

2.6. Sanat Eğitimi

Görsel sanatlar; resim, heykel, mimarlık, tasarım, endüstriyel tasarım, fotoğraf, uygulamalı sanatlar gibi geniş ve zengin bir alanı kapsar. Bu dalların bir kısmıyla veya tümüyle yapılan, tüm eğitim ve öğretim kademelerinde uygulanabilen uygulamalı veya kuramsal yapılan içeren çalışmalara ve pratiklere görsel sanat eğitimi denir (Kırıçoğlu, 1991).

Sanat eğitiminin amaçları doğru ve farklı açılardan bakıp görebilmeyi, işitmeyi ve dokunmayı öğretmektir. Çünkü kişi çevresinde olanları doğru algılayıp yorumlayabilmesi için bu becerilere ihtiyaç duyacaktır. Bakmak, duymak ve

dokunmanın yanı sıra görmek, dinlemek ve hissetmek yaratıcılığın var olmasını sağlayan önemli ve temel unsurlardır (San, 1985).

Sanat eğitiminin temelinde; insanın ruhunun dinlenilmesi, insanın kendini bulabilmesi, kaynaklarına güvenmesi, başkalarından sıyrıldıkça özgürleşmesi, duyarlı sanatçılar ışığında çağdaş ve özverili bir toplum inşa etme çabası vardır

İnsan, her açıdan kendine özgü potansiyelle var olur. Önemli olan insanın bir veya birkaç potansiyeline uygun eğitim vermek veya hiç olmayan bir potansiyel için eğitim enerjisi harcamak değil önemli olan kişinin potansiyellerine uygun bir eğitim ortamı hazırlamaktır. Bu bağlamda eğitim sadece belli konulara eğilmemeli ve enerjisini doğru alanlara yöneltmek bir bütünlük içinde genel eğitim anlayışıyla yürütülmelidir. Sanat eğitimi de diğer eğitim alanları gibi belli bir seviyeye kadar herkes için düşünülmeli ve sanat eğitimi genel eğitimin bir parçası olmalıdır.

Herkesin diğer eğitimler gibi sanat eğitimine de ihtiyacı vardır çünkü sanat eğitimi sadece yetenekli insanların yetenek ve becerilerini yükseltmek için değil sanatsal bir duyarlılık kazanıp sanata saygı gösterme olgunluğuna erişmek için büyük bir ihtiyaçtır.

Ancak bir farklılık, özgünlük ve bireysel üretimlerde var olma durumunu önemsemek, sanat eğitimine has ilke ve esasları belirlemiş oluruz. Sanat belli bir çizim kabiliyeti olan veya sanılan kişi veya kişilere verilmesi gerek bir eğitimin yanında toplumun geneline verilmesi gereken bir kültür olgusudur. Burada asıl hedef sanatçı üretilmesi ve onların üretimine katkı değil bireyin sanat temasıyla eğitimidir.

Sanat eğitiminin gerekliliğine inanarak motive olan görsel sanatlar öğretmeni, bu durumu başta öğrencilerine ve idarecilerine sonra da velilerine ve diğer öğretmenlere hissettirmeli ve yaşatmalıdır. Bunu başardığı müddetçe daha iyi ürünler çıkarıp motive olacak ve iş verimliliği ve saygınlığı artacak.

2.6.1. Görsel Sanatlar Öğretmeninin Önemi

İnsanların belli duyarlılıkları kazanması herkes için istenilen bir durumdur. Görsel sanatlar eğitiminde de öğrenciler öncelikle duyarlı olmayı, farklı bakmayı ve görmeyi, çevresinde olup biten her şeyi algılamayı ve doğru konumlandırmayı

öğrenirler. Daha önce yeterince kazanamadığı benzer ve farklı nesleler arasındaki ayrımı kazanır ve hatta karmaşık nesnelere ve şekiller arasındaki ayrımı fark edip birbirinden ayırabilirler. Bu durumu da ona doğru yerden bakmak odaklanarak bakmak kazandıracak. Bu bağlamda görsel sanatlar eğitimi tek başına bir çizim yapma eylemi değildir ve sadece yetenekli öğrencilere verilmesi gereken bir eğitim olmamalıdır.

Her insanın doğru algılama becerisini kazanması gerekir. Bir nesneyi doğru algılayabilme yetisini kazanmak, Türkçe dersinde bir hikâyeyi veya bir soru örgüsünü doğru analiz etme becerisine, sosyal bilgiler üst başlığı altında savaş ve barış durumunu doğru irdeleme ve anlamaya, birbirine benzer yeryüzü şekillerinin arasındaki küçük farkları bulabilmeye, matematik dersinde karışık ve anlamsız gelen şekilleri doğru okuyabilmeye dönüşebilecektir. Bu becerileri kazandırmak başlarda görsel sanatlar öğretmenleri için çok zor bir durum olsa da günlük hayattan seçilen örneklerle ilerlemek işlerini kolaylaştırmaktadır. Görsel sanatlar dersi sayesinde öğrenciler, durum ve olaylara farklı bakabilmekte, bir durumun farklı farklı sebeplerinin olabileceğini anlamakta ve olaylara karşı daha duyarlı olmakta, empati kurup farklı sonuçlar elde etme yollarını aramaktadır. Bu süreç farklı ve biraz da zor olacaktır ama burada en büyük iş öğretmene düşmektedir. Bütün öğrenciler birbirinden farklı olduğu için yapabilecekleri görsel beceriler de farklı olmaktadır. Bundan ötürü görsel sanatlar öğretmenleri öğrencilerini yakından tanımalı ve doğru analiz edebilmelidir. Bu bağlamda görsel sanatlar öğretmeni gözlem yapmalı, notlar almalı, doğru analizler eşliğinde öğrencilerine önce kolay hedefler vererek çizimler yaptırmalı ve giderek hedeflerin zorluk seviyesini arttırmalıdır. Süreç bu şekilde ilerlerse, çizemeyeceğini düşünen her öğrencinin en az bir çizimi olup sergi alanını dolduracak işler çıkmaya başlayacaktır. Tüm bunların oluşmasını sağlayan kahraman da görsel sanatlar öğretmeni olmaktadır.

Görsel sanatlar öğretmenleri öğrenme sürecine yapacakları katkı sebebiyle hayati öneme sahiptirler. (Özsoy, 2003).

2.6.2. Görsel Sanatlar Öğretmeninin Motivasyonunu Etkileyen Faktörler

Görsel sanatlar öğretmenleri mesleklerini belirlerken, hayallerini ve yeteneklerini göz önünde bulundurarak bu yola girmiştir. Bu bağlamda görsel sanatlar öğretmenlerinin en önemli motivasyon kaynağı, meslek sevgisi, idealleri ve kendi gibi

yetiştireceği öğrencileridir. Mesleğini seven, büyük bir heyecanla ideallerine yetişmeye çalışan görsel sanatlar öğretmeni her zaman alanıyla ilgili öğrenmesi gerekenlere açık olmaktadır. Sanat ortamlarına giren, sanatsal durumları takip eden ve kendisi gibi sanatsal bilinci taşıyacak öğrencileri yetiştirmeye çalışan görsel sanatlar öğretmenin motivasyonu her zaman yüksek olmaktadır.

Öğrenci davranış ve tutuları ile disiplin ortamı görsel sanatlar öğretmenin motivasyonunu etkileyen bir faktördür. Birçok öğrenci yetenekli olmadığını ve çizim yapamayacağını düşünerek daha işin başında düşük bir motivasyon örneği sergilemektedir. Bazı öğrenciler de farkında olmadan toplumun belli kesimlerinin yanlış kanısına aldanıp görsel sanatların ve hatta sanatın gereksiz bir uğraş olduğunu düşünmektedir. Bunlar görsel sanatlar öğretmenin motivasyonunun kötü etkilenmesine yeterli bir sebeptir ancak süreç içerisinde doğru ve planlı yapılan işleri sayesinde bu etkenin de gücü azalmaktadır. Bu şekilde ilerleyen bir görsel sanatlar öğretmeni öğrendiği motivasyon taktiklerini öğrencilerine kazandırmalı ve bunu sadece öğretmen sorumluluğuyla değil bilinçli bir vatandaş sorumluluğuyla yapmalıdır. Her sınıfta ve derste disiplin sorunları yaşanabileceği gibi görsel sanatlar dersinde de disiplin sorunları yaşanmaktadır. Mesleğini seven ve faydalı olma motivasyonu ile ilerleyen bir görsel sanatlar öğretmeni, derse ilgi uyandırıcı ve keyifli etkinliklerle başladığı zaman birçok kişinin dikkatini çekmiş ve artık odaklarını derse toplamış olmaktadır. Zaman içerisinde de yaptığı gözlemler ile birçok öğrencisini yakından tanıyıp onların odağını derste tutabilecek iş ve görevler ile bazı sorunları azaltmayı başarmaktadır.

Görsel sanatlar dersinin uygulamalı konularında öğrencilerin yardıma ihtiyacı her zamankinden daha fazla olmaktadır. Öğretmen, bu tür uygulamalar esnasında her zaman sınıf içerisinde dolaşarak kendisine ihtiyaç duyan öğrenciye yardım edip onların yanında olduklarını göstermektedir. Öğretmenin sürekli yanında olduğunu hisseden bir öğrencinin hem çalışmaya yöneldiği, hem disiplin problemi yaratmadığı görülmektedir (Gezer, 2006). Bu durum da görsel sanatlar öğretmenin motivasyonunu arttırıp ve iş devamlılık azmini güçlendirmektedir.

Görsel sanatlar öğretmenin motivasyonunu etkileyen bir diğer faktör fiziksel ve çevresel koşullardır. Her ders gibi görsel sanatlar dersinin de ihtiyaç duyduğu materyal, donanım ve fiziki ortam bulunmaktadır. Görsel sanatlar dersinin içeriğinde sık

sık uygulamalı etkinlikler olduğu için bu etkinliklere uygun araç gereçlerin olması ve sınıf ortamının da buna uygun olması gerekmektedir. Bunların eksikliği öğretim çıktısı olan ürünün olmasına engel olmaktadır. Bu bağlamda görsel sanatlar dersinin uygun ve malzemece zengin bir atölye ortamında işlenmesi çok önemlidir. Atölye ve donanımlarıyla öğrencilerinin dikkatini çekmeye imkân bulamayan ve doğru malzemeleri olmayan bir öğretmenin hem kendisinin hem de öğrencisinin motivasyonu baştan kötü etkilenmiş olmaktadır. Bu durum birçok okulda yaşanmaktadır. Atölyesi olan öğretmenin motivasyonu ile iş verimi, atölyesi olmayan öğretmene göre daha fazla olmaktadır. Dersin atölye ortamında işlenmesi, kalabalık sınıf sorununu da bir nebze azaltmakta ve atölye materyalleri sayesinde dersin odağı hep işlenen konuda kalıp motivasyonu olumlu yönde etkilemektedir. Görsel sanatlar dersinin süresinin azlığı da yapılan işlerin yarıda kalmasına ve odağın bölünmesiyle motivasyonun azalmasına sebep olmaktadır.

Okullarımızda görsel sanatlar dersinin ders saati yeterli değildir. Dersin başındaki hazırlık süresi ve bitişindeki toparlanma süreleri düşünüldüğünde geriye çok fazla zaman kalmamaktadır. Kırıçoğlu (2002)'nin de belirttiği gibi; okullarımızda görsel sanatlar eğitime ayrılan süre yeterli değildir. Bir ya da iki ders saatlik zaman içinde yerleşme ve toplanma çıkarılırsa, geriye çok az bir çalışma süresi kalır. Batıda sanat eğitimiyle normal eğitimin birleştiği bir eğitim sistemine gidilmektedir. Ülkemizde de bunun oluşmasını istiyorsak her öğrencinin bireysel özelliklerine, kabiliyetlerine ve öğrenme hızlarına uygun ortam ve süre sunmalı ve öğrencilere öğrenme şansı verilmelidir.

Aileler çocuklarının kendilerine göre daha prestijli ve ekonomik imkanlar sunan bir mesleği seçmelerini ister ve genel kanı olarak görsel sanatlar öğretmenlerin bunlardan uzak olduğunu düşünüp çocuklarının sanata yönelmelerine karşı çıkmışlardır. Öğrenci ilgisizliğine neden olan aile tutumu hem öğrencinin motivasyonunu hem de öğretmenin motivasyonunu olumsuz yönde etkilenmektedir. Ailelerin bu tutumu ve toplumun genelinde oluşan bu düşünce, ülkenin hem sanat anlamında hem de kültürel değerleri anlamında geride kalmasına sebep olacaktır. Sanatsal etkinlikler ekonomik özgürlüğünü elde etmiş ve belli bir yaşı geçmiş kişilerin boş zamanlarını değerlendirme işi olarak görülmesi, bir hobi ve süsleme işi olarak algılanması hem sanatın ilerlemesine hem de öğrenci ve öğretmenin devamlılık azmine ve motivasyonuna çok büyük bir

engel oluşturacaktır. Öğrenci velilerinin sanat eğitimine ilişkin olumsuz ön yargı ve tutumları da belirleyici olmaktadır (Artut, 2001). Aileler, öğrencinin yaratıcılığının, duyarlılığını, kişiliğinin gelişimi için bu derse önem vermelidirler.

Görsel sanatlar öğretmeninin motivasyonunu etkileyen bir diğer faktör dizisi, ücret, özlük hakları, ödül ve işin niteliğidir. Yapılan emeğin karşılığı olarak alınan ücret ve yönetici tarafından söylenen onurlandırıcı sözler verilen Teşekkür belgeleri vb. durumlar görsel sanatlar öğretmenini motive ederken, harcanan çaba ve emeğin karşılığı olmayan ücretin alınması, emeğin değersizliği ve çabanın gereksiz görülüp takdir edilmeyip angarya işlerin verilmesi görsel sanatlar öğretmenlerinin motivasyonlarını düşürmektedir.

Özlük hakları konusunda da öğretmenler kendilerini güvence altında hissettikleri için, öğretmenlerin motivasyonlarını olumlu yönde etkilemektedir.

İşin niteliği etkeni irdelendiğinde, ders saatlerinin bir program halinde düzenlenip geliş güzel olmaması, görsel sanatlar öğretmenine dersinin kendine özgü yöntemleri kullanma fırsatı vermesi, planlarda karar alabilme fırsatı vermesi, farklı sanatsal ortamlara girebilme fırsatı sunması, çalışma ortamında istediği tekniği kullanma sorumluluğu ve özgürlüğü sunması gibi etkenler görsel sanatlar öğretmenlerinin motivasyonunu olumlu anlamda etkilerken bu durumları doğru yönetememek motivasyonu olumsuz anlamda etkilenmektedir.

Yöneticilerin görsel sanatlar öğretmenlerine karşı tutumları, öğretmen iletişimleri ve uyumu görsel sanatlar öğretmeninin motivasyonunu etkilemektedir. Tüm öğretmenlerde olduğu gibi zamanının çoğunu okulda geçiren görsel sanatlar öğretmeni için iletişim ve okul içi uyum çok önemli bir durumdur. Tüm görsel sanatlar öğretmenleri, işine saygı gösteren, sanata karşı ilgili veya duyarlı, öğrencilerin sanatsal faaliyetler içinde bulunmasına karşı çıkmayan ve sanatsal eğitimin gerekli olduğuna inanan bir yöneticiyle çalışmak isterler. Bu durum görsel sanatlar öğretmenlerinin motivasyonlarını olumlu yönde etkilemektedir.

Tüm öğretmenlerde olduğu gibi görsel sanatlar öğretmenleri için de mesleki gelişim ve kariyerlerinde yükselme imkânı sağlayacak hizmet içi eğitimler, motivasyonlarını olumlu yönde etkileyecek bir durumdur. İşini seven ve işine sahip çıkan her öğretmen gibi görsel sanatlar öğretmenleri de mesleğinde gelişmek ve

yükselmek isteyecektir. Bunları elde edebilmek için sanatsal gelişimleri takip etmeli, bu alanla ilgili yazıları okumalı, sergileri gezmeli ve dünyayı gözlemlemelidir. Bunların yapılması sonucunda görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki gelişimleri artmış, mesleki yükselme sayesinde motivasyonları olumlu yönde etkilenmiş olmaktadır.



BÖLÜM III

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, veri toplama aracı ve verilerin analizi verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkinin incelendiği bu çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli, iki veya daha fazla değişken arasında değişimin varlığını ve derecesini belirlemek, neden ve sonuç ile ilgili ipuçlarını elde etmek amacıyla yapılır (Karasar, 2008: 81). İlişkisel tarama modeli, birbirleriyle ilişkiyi belirlemeye yönelik çalışmalarda ise iki veya ikiden çok değişken arasında nasıl bir ilişki olduğunun değişkenler üzerinde herhangi bir müdahalede bulunmadan incelemelerin yapıldığı araştırmalardır (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2009: 185). Araştırma modelinde bir bağımlı ve bir bağımsız değişken bulunmaktadır. Görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları bağımsız değişkeni, motivasyon düzeyleri ise bağımlı değişkeni oluşturmaktadır.

3.2. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini, 2021-2022 eğitim ve öğretim yılında Diyarbakır ilinde görev yapan 543 görsel sanatlar öğretmeni oluşturmaktadır.

Evrendeki öğretmen sayıları Diyarbakır İl Milli Eğitim Müdürlüğü Strateji Geliştirme Hizmetleri Bürosu'nun (2022) verilerinden alınmıştır.

Araştırmanın örneklemini ise araştırmaya gönüllü olarak katılan Diyarbakır ilindeki görsel sanatlar öğretmenlerinden basit seçkisiz (random) yöntemi kullanılarak toplam 337 görsel sanatlar öğretmeni oluşturmaktadır. Basit seçkisiz (random) örnekleme metodunda bütün örneklemelerin seçilme olasılıkları birbirine eşittir ve birinin seçilmesi diğerinin seçilme olasılığını etkilemez (Büyüköztürk vd.; 2016: 85).

Araştırmada yer alan örneklem grubuna ilişkin kişisel bilgiler aşağıdaki tablolarda sunulmuştur.

Tablo 1

Cinsiyet Değişkenine İlişkin Frekans ve Yüzdeler

Cinsiyet	f	%
Kadın	189	56,1
Erkek	148	43,9
Toplam	337	100,0

Tablo 2

Kıdem Değişkenine İlişkin Frekans ve Yüzdeler

Kıdem	f	%
1-5 yıl	54	16,0
6-10 yıl	72	21,4
11 yıl ve zeri	211	62,6
Toplam	337	100,0

Tablo 3

Yaş Değişkenine İlişkin Frekans ve Yüzdeler

Yaş	f	%
22- 35 yaş	92	27,3
36-50 yaş	223	66,2
51 yaş ve zeri	22	6,5
Toplam	337	100,0

Tablo 4

Okuldaki Görev Süresi Değişkenine İlişkin Frekans ve Yüzdeler

GörevSüresi	f	%
1-5 yıl	175	51,9
6-10 yıl	84	24,9
11 yıl ve üzeri	78	23,1
Toplam	337	100,0

Tablo 5

Okul Türü Değişkenine İlişkin Frekans ve Yüzdeler

OkulTürü	f	%
Ortaokul	149	44,2
Lise	78	23,1
Diğer	110	32,6
Toplam	337	100,0

Tablolarda görüldüğü gibi bu araştırmaya katılmış olan öğretmenlerin cinsiyete göre dağılımları incelendiğinde 337 kişiden 148'inin (%43,9) erkek, 189'unun (%56,1) kadın olduğu görülmektedir. Öğretmenlerin mesleki deneyime göre dağılımları incelendiğinde 1-5 yıl arasında mesleki deneyimi bulunan öğretmenlerin sayısının 54 (%16,0), 6-10 yıl arası mesleki deneyimi bulunanların 84(%24,9), 11 yıl ve üzeri mesleki deneyimi bulunanların sayısının 211 (%62,6) kişi olduğu görülmektedir. Yaşa göre dağılımları incelendiğinde 22-35 yaş arasında öğretmenlerin sayısının 92 (27,3), 36-50 yaş arasında bulunanların 223 (%66,2), 51 ve üzeri yaşta bulunanların 22 (%6,5) kişi olduğu görülmektedir. Buldukları okuldaki görev süreleri incelendiğinde; öğretmenlerin 175'inin 1-5 yıl arası (%51,9), 84'ünün 6-10 yıl arası (%24,9), 78'inin (%23,1) 11 yıl ve üzeri süredir buldukları okulda görev yaptıkları görülmektedir. Buldukları okul türü incelendiğinde; öğretmenlerin 149'u (%44,2) ortaokulda, 78'i

(%23,1) lisede ve 110’u diğerk okul türleri ve kurumlarda görev yaptıkları görölmektedir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak aşağıdaki ölçekler kullanılmıştır.

3.3.1. Öğretmenlik Mesleği İmaj Ölçeği (ÖMİÖ)

Ölçeğe Öğretmenlik Mesleği İmaj Ölçeği (ÖMİÖ); Doğan (2018) tarafından geliştirilen Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uygulaması sonucunda elde edilen 28 maddelik ölçeğin boyutları “öğretmenlerin mesleki ve kişisel özellikleri, toplumsal algı, mesleki cazibe, statü ve medya” olarak adlandırılmıştır. Birinci faktör olan öğretmenlerin mesleki ve kişisel özellikleri boyutu tamamı olumlu yargı içeren 11 maddeden (madde 15-26) oluşmaktadır. Maddeler mesleği sevme, mesleki gelişim, iletişim becerileri, mesleğe verilen önem, etkili konuşma becerileri, genel görünüm gibi öğretmenlerde bulunması gereken özellikleri ölçen maddelerden oluşmaktadır. İkinci boyut olan toplumsal algı boyutu 6 maddeden (madde 9-14) oluşmaktadır. Bu boyuttaki maddeler olumsuz yargı bildiren maddelerdir ve analiz sırasında ters kodlanmaları gerekmektedir. Bu boyut altındaki maddeler toplumun öğretmenlere bakış açısını ölçen maddelerden oluşmaktadır. Üçüncü boyut olan mesleki cazibe boyutu 4 maddeden (madde 5-8) oluşmaktadır. Bu boyutta öğretmenlik mesleğinin cazibesini ölçen ve tamamı olumlu yargılar bildiren maddeler bulunmaktadır. Dördüncü boyut olan statü boyutu 4 maddeden (madde 1-4) oluşmaktadır ve öğretmenlik mesleğinin statüsünü ölçen tamamı olumlu yargılardan oluşan maddelerden meydana gelmiştir. Beşinci boyut olan medya boyutu 3 maddeden (madde 26-28) oluşmaktadır. Bu boyut ile mesleğin medyada yansıtılma şekli hakkındaki görüşleri ölçmektedir.

3.3.2. İş Motivasyonu Ölçeği

İş Motivasyonu Ölçeği; Mottaz (1985) geliştirdiği Ertan (2008) tarafından Türkçe’ye uyarladığı “içsel ve dışsal motivasyon” boyutlarından meydana gelen 24 maddeli 5’li likert tipinde bir ölçektir. İş Motivasyon Ölçeğinin değerlendirilmesi 1,00-1,80 “Çok Düşük”; 1,81-2,60 “Düşük”; 2,61-3,40 “Orta”; 3,41-4,20 “Yüksek”; 4,21-5,00 “Çok Yüksek” şeklindedir. İş Motivasyonu ölçeğinde bulunan ilk 9 madde “içsel

motivasyon” boyutunda, 10 ile 24. madde arasında tüm maddeler “dışsal motivasyon” boyutunda yer almaktadır (Ertürk, 2014: 87). Veri toplama aracı uygulanmadan önce Çayırağası'nın (2013) güvenilirlik ve geçerlilik çalışmasını yaptığı iş motivasyonu ölçeğinden dışsal motivasyon boyutundaki bazı maddeler (12, 18, 20 ve 23. Madde) bir karşılığı olmadığından ölçekten çıkarılmıştır. Her iki ölçeye ait Croanbach Alpha katsayılarına ilişkin hesaplamalar aşağıdaki Tablo 6'da gösterilmektedir. Ölçeklerin Croanbach Alpha değerleri 0,70 üzerinde olması yüksek güvenilirlikte olduklarını gösterir (Büyüköztürk, 2010).

Tablo 6

<i>Cronbach's Alpha güvenirligi Katsayı</i>	
İçsel motivasyon	,760
Dışsal motivasyon	,759
Genel motivasyon	,750
Statü	,775
Mesleki cazibe	,773
Toplumsal algı	,837
Öğretmenlerin mesleki ve kişisel özellikleri	,748
Medya	,819
Toplam imaj	,741

3.4. Verilerin Analizi

Bu araştırmanın verilerini toplamak amacıyla yasal olan izin alındıktan sonra, örneklem grubundaki okullarda araştırmacı tarafından ölçekler öğretmenlere gerekli açıklamalarda bulunmak suretiyle uygulanmıştır. Araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Toplanan 337 veri işleme alınmıştır. Veriler

üzerinden gerekli istatistiksel çözümlmelerden yararlanılmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin analizinin yapılmasında ‘standart sapma’, ‘aritmetik ortalama’, ‘yüzde ve frekans’ gibi basit istatistik tekniklerin yanı sıra cinsiyet değişkenine göre öğretmen algılarındaki farklılaşma ‘T-testi’ tekniğiyle tespit edilmiştir. Bunun yanında kıdem, yaş, okuldaki görev süresi ve okul türü değişkenlerine göre öğretmen algılarında ortaya çıkan farklılaşmayı belirlemek amacıyla da ‘Varyans (ANOVA) analizi tekniği kullanılmıştır. Görsel Sanatlar öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla da ‘Pearson korelasyon’ analizi yapılmıştır. Korelasyon katsayısı “r” ile gösterilir ve -1 ile +1 arasında değer alır. Pearson korelasyon katsayısı; 0,00-0,25 arası çok zayıf, 0,26-0,49 zayıf ilişki, 0,50-0,69 orta düzey ilişki, 0,70-0,89 yüksek düzey ilişki ve 0,90-1,00 çok yüksek ilişki şeklinde yorumlanmıştır (Sungur, 2010). Anlamlılık düzeylerinin değerlendirilmesinde $p \leq .05$ ve $p \leq .01$ olarak belirlenmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeklere yönelik yapılan normallik testi sonucu $\pm 1,5$ aralığında olduğundan verilerin normal dağıldığı kabul edilmiştir (Tabachnick, 2013).

BÖLÜM IV

4. BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde, Görsel Sanatlar Öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon düzeylerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

4.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum

Birinci Alt Problem: Araştırmanın *Cinsiyet* değişkenine göre görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişki düzeyi nasıldır?

Tablo 7

Cinsiyet değişkenine göre Mesleki İmajları ile Motivasyon düzeylerine ilişkin bulgular						
Boyutlar	Cinsiyet	n	X	Ss	t	p
İçsel motivasyon	Kadın	189	4,26	0,56	,304	,991
	Erkek	148	4,24	0,58		
Dışsal motivasyon	Kadın	189	3,18	0,72	-,215	,302
	Erkek	148	3,20	0,78		
Genel motivasyon	Kadın	189	3,67	0,59	-,016	,651
	Erkek	148	3,67	0,62		
Statü	Kadın	189	3,69	0,83	1,559	,130
	Erkek	148	3,54	0,94		
Mesleki cazibe	Kadın	189	3,24	1,09	-,597	,083
	Erkek	148	3,31	1,25		
Toplumsal algı	Kadın	189	4,08	0,75	,968	,693
	Erkek	148	4,00	0,80		
Öğretmenlerin mesleki ve kişisel özellikleri	Kadın	189	3,59	0,72	,025	,977
	Erkek	148	3,59	0,73		
Medya	Kadın	189	4,11	0,73	-,140	,984

	Erkek	148	4,12	0,74		
Genel mesleki imaj	Kadın	189	3,71	0,49	,491	,320
	Erkek	148	3,69	0,55		

ANOVA; $p < 0,05$

Araştırma grubunun 189'u (%56,1) kadın, 148'i (%43,9) erkeklerden oluşmaktadır. Cinsiyet değişkenine göre öğretmenlik mesleğinin imajına ve motivasyonuna yönelik verilen cevaplar arasında tüm ifadelerde istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılık görülmemektedir.

4.2. İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum

İkinci Alt Problem: Araştırmanın *Kıdem* değişkenine göre görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişki düzeyi nasıldır?

Tablo 8

Kıdem değişkenine göre öğretmenlik mesleğinin imajına yönelik bulgular

Ölçekler	Kıdem	n	Ort.	s.s.	F	p	Tukey
Statü	1-5 yıl	57	3,777	,892	1,152	,317	-
	6-10 yıl	70	3,543	,883			-
	11 yıl ve üzeri	210	3,617	,877			-
Mesleki cazibe	1-5 yıl	57	3,460	1,058	,919	,400	-
	6-10 yıl	70	3,250	1,053			-
	11 yıl ve üzeri	210	3,227	1,220			-
Toplumsal algı	1-5 yıl	57	3,968	,948	,333	,717	-
	6-10 yıl	70	4,076	,752			-
	11 yıl ve üzeri	210	4,046	,722			-
Öğretmenlerin mesleki ve kişisel özellikleri	1-5 yıl	57	3,748	,744	2,348	,097	-
	6-10 yıl	70	3,471	,699			-
	11 yıl ve üzeri	210	3,588	,714			-
Medya	1-5 yıl	57	4,053	,681	1,058	,348	-
	6-10 yıl	70	4,024	,835			-
	11 yıl ve üzeri	210	4,156	,714			-
Genel mesleki imaj	1-5 yıl	57	3,791	,590	1,388	,251	-
	6-10 yıl	70	3,639	,468			-
	11 yıl ve üzeri	210	3,700	,505			-
İçsel motivasyon	1-5 yıl	57	4,250	,562	,765	,466	-
	6-10 yıl	70	4,330	,578			-
	11 yıl ve üzeri	210	4,232	,577			-
Dışsal motivasyon	1-5 yıl	57	3,174	,698	,119	,888	-
	6-10 yıl	70	3,153	,782			-
	11 yıl ve üzeri	210	3,201	,748			-
Genel motivasyon	1-5 yıl	57	3,790	,590	,031	,969	-
	6-10 yıl	70	3,639	,468			-
	11 yıl ve üzeri	210	3,700	,505			-

ANOVA; $p < 0,05$

Görsel sanatlar öğretmenlerinin kıdem değişkenine göre mesleki imaj ile motivasyon düzeylerinin karşılaştırılmasında, tüm alt boyutlar ile anlamlı bir bulguya rastlanmamıştır.

4.3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum

Üçüncü Alt Problem: Araştırmanın Yaş değişkenine göre görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişki düzeyi nasıldır?

Tablo 9

Yaş değişkenine göre öğretmenlik mesleğinin imajına yönelik bulgular

Ölçekler	Yaş	n	Ort.	s.s.	F	p	Tukey
Statü	22-35 yaş	92	3,625	,901	5,162	,006	22-35 yaş <51 yaş ve üzeri 36-50 yaş<51 yaş ve üzeri
	36-50 yaş	223	3,572	,872			
	51 yaş ve üzeri	22	4,185	708			
Mesleki cazibe	22-35 yaş	92	3,285	1,102	6,928	,001	22-35 yaş <51 yaş ve üzeri 36-50 yaş<51 yaş ve üzeri
	36-50 yaş	223	3,179	1,171			
	51 yaş ve üzeri	22	4,109	,979			
Toplumsal algı	22-35 yaş	92	4,071	,828	,591	,555	-
	36-50 yaş	223	4,043	,723			
	51 yaş ve üzeri	22	3,877	,955			
Öğretmenlerin mesleki ve kişisel özellikleri	22-35 yaş	92	3,568	,778	2,891	,057	-
	36-50 yaş	223	3,564	,695			
	51 yaş ve üzeri	22	3,937	,633			
Medya	22-35 yaş	92	4,069	,802	1,005	,367	-
	36-50 yaş	223	4,146	,711			
	51 yaş ve üzeri	22	3,942	,679			
Genel mesleki imaj	22-35 yaş	92	3,697	,558	3,854	,022	22-35 yaş <51 yaş ve üzeri 36-50 yaş<51 yaş ve üzeri
	36-50 yaş	223	3,675	,489			
	51 yaş ve üzeri	22	3,985	,490			
İçsel motivasyon	22-35 yaş	92	4,239	,581	1,628	,198	-
	36-50 yaş	223	4,241	,580			
	51 yaş ve üzeri	22	4,464	,475			
Dışsal motivasyon	22-35 yaş	92	3,129	,806	1,024	,360	-
	36-50 yaş	223	3,191	,720			
	51 yaş ve üzeri	22	3,376	,728			
Genel motivasyon	22-35 yaş	92	3,628	,637	1,432	,240	-
	36-50 yaş	223	3,664	,594			
	51 yaş ve üzeri	22	3,865	,605			

ANOVA; $p < 0,05$

Görsel Sanatlar Öğretmenlerinin yaş değişkenine göre mesleki imajları ile motivasyon düzeylerinin karşılaştırılmasında anlamlı farklılık gösteren verilere rastlandığı görülmektedir. Bu veriler incelendiğinde farklılığın statü, mesleki cazibe ve genel mesleki imaj alt boyutları arasında yer aldığı saptanmıştır. Nitekim 51 yaş ve üzeri grubun 36-50 yaş ve 22-35 yaş gruplarına göre statü, mesleki cazibe ve genel mesleki imaj algılarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Özdemir (2007) çalışmasında işin niteliği, ödül, özlük haklar, yönetici tutumları, okul içi iletişim ve uyum, veli tutumları, öğrenci tutumları, fiziksel ve çevresel koşullar, mesleki ideal ve meslek sevgisi, mesleki gelişim ve yükselme faktörlerinin kıdem değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaştığı; mesleki saygınlık, mesleki tecrübe, ücret, denetim ve denetleyici tutumları faktörlerinin kıdem değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı sonucuna ulaşmıştır.

4.4. Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum

Dördüncü Alt Problem: Araştırmanın *Okul Türü* değişkenine göre görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişki düzeyi nasıldır?

Tablo 10

Okul türü değişkenine göre öğretmenlik mesleğinin imajına yönelik bulgular							
Ölçekler	Okul Türü	n	Ort.	s.s.	F	p	Tukey
Statü	Ortaokul	149	3,547	,856	10,467	,000	Ortaokul <Diğer
	Lise	78	3,377	,902			
	Diğer	110	3,922	,826			
Mesleki cazibe	Ortaokul	149	3,201	1,144	6,076	,003	Ortaokul <Diğer
	Lise	78	3,000	1,194			
	Diğer	110	3,564	1,106			
Toplumsal algı	Ortaokul	149	4,172	,713	10,493	,000	Ortaokul <Diğer
	Lise	78	4,160	,727			
	Diğer	110	3,769	,808			
Öğretmenlerin mesleki ve kişisel özellikleri	Ortaokul	149	3,683	,659	2,652	,072	-
	Lise	78	3,461	,731			
	Diğer	110	3,558	,776			
Medya	Ortaokul	149	4,246	,674	10,023	,000	Ortaokul <Diğer
	Lise	78	4,203	,680			
	Diğer	110	3,859	,794			

Genel mesleki imaj	Ortaokul	149	3,760	,477	2,207	,112	-
	Lise	78	3,613	,502			-
	Diğer	110	3,688	,561			-
İçsel motivasyon	Ortaokul	149	4,283	,524	1,892	,152	-
	Lise	78	4,146	,644			-
	Diğer	110	4,297	,584			-
Dışsal motivasyon	Ortaokul	149	3,120	,670	3,785	,024	Ortaokul <Diğer
	Lise	78	3,093	,765			
	Diğer	110	3,346	,806			
Genel motivasyon	Ortaokul	149	3,643	,534	2,929	,055	-
	Lise	78	3,567	,662			-
	Diğer	110	3,774	,640			-

ANOVA; $p < 0,05$

Görsel Sanatlar Öğretmenlerinin okul türü değişkenine göre mesleki imajları ile motivasyon düzeylerinin karşılaştırılmasında anlamlı farklılık görülmektedir. Buna göre, statü, mesleki cazibe, toplumsal algı, medya ve dışsal motivasyon alt boyutları arasında anlamlı farklılık olduğu saptanmıştır. Bu farklılıklar incelendiğinde statü, mesleki cazibe, toplumsal algı, medya ve dışsal motivasyon algılarında, diğer okul türlerinin ortaokul ve liselere göre daha yüksek seviyede olduğu söylenebilir.

4.5. Beşinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum

Beşinci Alt Problem: Araştırmanın *Okuldaki Görev Süresi* değişkenine göre görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişki düzeyi nasıldır?

Tablo11

Okuldaki görev süresi değişkenine göre öğretmenlik mesleğinin imajına yönelik bulgular

Ölçekler	Görev Süresi	n	Ort.	s.s.	F	p	Tukey
Statü	1-5 yıl	175	3,5795	,922	1,493	,226	-
	6-10 yıl	84	3,5854	,861			-
	11 yıl ve üzeri	78	3,7744	,804			-
Mesleki cazibe	1-5 yıl	175	3,2197	1,145	,580	,561	-
	6-10 yıl	84	3,2652	1,189			-
	11 yıl ve üzeri	78	3,3872	1,172			-
Toplumsal algı	1-5 yıl	175	4,1358	,769	3,308	,038	

	6-10 yıl	84	3,9939	,740			
	11 yıl ve üzeri	78	3,8801	,777			
Öğretmenlerin mesleki ve kişisel özellikleri	1-5 yıl	175	3,6747	,725			-
	6-10 yıl	84	3,4878	,656	2,478	,085	-
	11 yıl ve üzeri	78	3,5166	,754			-
Medya	1-5 yıl	175	4,1638	,720			-
	6-10 yıl	84	4,0488	,765	,929	,396	-
	11 yıl ve üzeri	78	4,0610	,737			-
Genel mesleki imaj	1-5 yıl	175	3,7473	,540			-
	6-10 yıl	84	3,6385	,450	1,454	,235	-
	11 yıl ve üzeri	78	3,6712	,511			-
İçsel motivasyon	1-5 yıl	175	4,2595	,607			-
	6-10 yıl	84	4,2358	,606	,068	,934	-
	11 yıl ve üzeri	78	4,2669	,468			-
Dışsal motivasyon	1-5 yıl	175	3,1929	,771			-
	6-10 yıl	84	3,1729	,737	,020	,980	-
	11 yıl ve üzeri	78	3,1874	,705			-
Genel motivasyon	1-5 yıl	175	3,6728	,636			-
	6-10 yıl	84	3,6512	,612	,040	,961	-
	11 yıl ve üzeri	78	3,6732	,532			-

ANOVA; $p < 0,05$

Görsel sanatlar öğretmenlerinin “Okuldaki Görev Süresi” değişkenine göre mesleki imajları ile motivasyon düzeylerinin karşılaştırılmasında anlamlı farklılık görülmektedir. Bu farklılığın sadece toplumsal algı alt boyutunda olduğu saptanmıştır. Buna göre, görev süresi uzunluğunun toplumsal algının artmasında olumlu bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

4.6. Altıncı Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum

Altıncı Alt Problem: Araştırmanın görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ile motivasyon düzeylerine ilişkin korelasyon bulguları nasıldır?

Tablo 12

Görsel Sanatlar öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon Düzeylerine İlişkin Korelasyon									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
İçsel Motivasyon	1								
Dışsal Motivasyon	,619**	1							
Genel Motivasyon	,845**	,943**	1						
Statü	,381**	,450**	,456**	1					
Mesleki Cazibe	,495**	,512**	,556**	,587**	1				
Toplumsal Algı	-,009	-,152**	-,100	-,230**	-,254**	1			
Mesleklerin Mesleki Ve Kişisel Özellikleri	,504**	,449**	,514**	,424**	,504**	,090	1		
Medya	,056	-,078	-,027	-,139*	-,082	,551**	,233**	1	
Genel Mesleki İmaj	,537**	,463**	,538**	,573**	,651**	,316**	,883**	,397**	1

Tablo 12'ye göre; Korelasyon analizi sonuçlarına bakıldığında Genel Motivasyon ile Genel Mesleki İmaj düzeyleri arasında orta düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=,538p<,01$).

İçsel motivasyon ile medya alt boyutları arasında çok zayıf düzeyde ($r=,056p<,01$) bir ilişki görülmekte iken toplumsal algı alt boyutu ile arasında pozitif yönde bir ilişki olmadığı ($r=-,009p<,01$) tespit edilmiştir. Öte yandan içsel motivasyon ile statü ve mesleki cazibe alt boyutları arasında zayıf düzeyde bir ilişki görülmekte iken ($r=,381p<,01$), ($r=,495p<,01$) mesleklerin mesleki ve kişisel özellikleri arasında orta düzeyde ($r=,504p<,01$) bir ilişki tespit edilmiştir.

Dışsal motivasyon ile statü ve öğretmenlerin mesleki ve kişisel özellikleri alt boyutları arasında zayıf düzeyde bir ilişki görülmekte iken toplumsal algı ve medya alt boyutları ile aralarında pozitif bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Öte yandan dışsal motivasyon ile mesleki cazibe alt boyutu arasında orta düzeyde bir ilişki olduğu saptanmıştır.

4.7. Araştırmanın Ölçeklere Yönelik Normallik Dağılımı ve Güvenirlik Bulguları ve Yorum

Tablo 13

Değişkenler	n	Çarpıklık	Basıklık	α
Genel Mesleki İmaj	28	-,123	,172	,868
Genel Motivasyon	20	-,163	-,399	,892

Araştırmada kullanılan ölçeklere yönelik yapılan normallik testi sonucu $\pm 1,5$ aralığında olduğundan verilerin normal dağıldığı kabul edilmiştir (Tabachnick, 2013).

Ölçeklerin Croanbach Alpha değerleri 0,70 üzerinde olduğundan ölçüm modellerinin yüksek güvenirlkte oldukları söylenebilir (Büyüköztürk, 2010).

BÖLÜM V

5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırmanın Genel Mesleki imaj ile Genel Motivasyon düzeyleri arasındaki korelasyon değerlerine ve alt problemlerine yönelik yapılan analizinden elde edilen bulgulara ilişkin sonuçlara yer verilmektedir. Araştırmanın sonuçları, Öğretmenlik Mesleği İmaj Ölçeğinin beş alt boyutu olan a) öğretmenlerin mesleki ve kişisel özellikleri, b) toplumsal algı, c) mesleki cazibe, d) statü, e) medya boyutlarına ve genel mesleki imajlarına, iş motivasyonu ölçeğinin a) içsel, b) dışsal motivasyon ve genel motivasyon boyutlarına ve korelasyon değerlerine göre değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda ise önerilere yer verilmektedir.

5.1.Sonuçlar

5.1.1. Cinsiyet Değişkenine Göre Görsel Sanatlar öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon Düzeylerine İlişkin Sonuçlar

Görsel sanatlar öğretmenlerinin cinsiyetlerinin mesleki imajları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkide bir farklılığa neden olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişki açısından cinsiyet durumunun belirleyici bir unsur olmadığı söylenebilir. Araştırmaya katılan öğretmenlerin cinsiyet değişkenine göre sayılarına bakıldığında kadınların (189) sayılarının erkeklerin sayılarından (148) fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

5.1.2. Kıdem Değişkenine Göre Görsel Sanatlar Öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon Düzeylerine İlişkin Sonuçlar

Görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkiye bakıldığında; “*Kıdem*” değişkeniyle tüm alt boyutlar arasındaki ilişkide, kıdem değişkeninin istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde bir fark oluşturmadığı sonucuna varılmıştır. Görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişki açısından kıdem durumunun belirleyici bir unsur olmadığı söylenebilir. Araştırmaya katılan öğretmenlerden 11 yıl ve üzeri çalışanların (210) sayısının, 6-10 yıl (70) ve 1-5 yıl (57) arası çalışanlar görsel sanatlar öğretmenlerinden fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

5.1.3. Yaş Değişkenine Göre Görsel Sanatlar Öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon Düzeylerine İlişkin Sonuçlar

Görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkide “*Yaş*” değişkeninin statü, mesleki cazibe ve genel mesleki imaj alt boyutlarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farka sebep olduğu sonucuna varılmıştır. Nitekim elde edilen ortalamalara göre 51 yaş ve üzeri grubun 36-50 yaş ve 22-35 yaş gruplarına göre statü, mesleki cazibe ve genel mesleki imaj algılarının daha yüksek olduğu söylenebilir.

5.1.4. Okul Türü Değişkenine Göre Görsel Sanatlar Öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon Düzeylerine İlişkin Sonuçlar

Görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkide “*Okul Türü*” değişkenlerinden “*Diğer*” okul türü değişkeni; statü, mesleki cazibe, toplumsal algı, medya ve dışsal motivasyon alt boyutlarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farka sebep olduğu sonucuna varılmıştır. Bu farklılıklar incelendiğinde statü, mesleki cazibe, toplumsal algı, medya ve dışsal motivasyon algılarında, diğer okul türlerinin ortaokul ve liselere göre daha yüksek seviyede olduğu söylenebilir. Elde edilen sonuçlara göre “*Diğer*” okul türündeki “*Genel Motivasyon*” alt boyutu puan ortalamalarının “*Ortaokul*” ve “*Lise*” türlerine göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

5.1.5. Okuldaki Görev Süresi Değişkenine Göre Görsel Sanatlar Öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon Düzeylerine İlişkin Sonuçlar

Görsel sanatlar öğretmenlerin mesleki imajları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkide “Okuldaki Görev Süresi” değişkeninin “Toplumsal Algı” alt boyutunda istatistiksel açıdan anlamlı bir farka sebep olduğu sonucuna varılmıştır. Bu farklılığın sadece toplumsal algı alt boyutunda olduğu saptanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre “Toplumsal Algı” alt boyutunda 11 yıl ve üzeri gurubun puan ortalamalarının diğer yıllardan daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, görev süresi uzunluğunun toplumsal algının artmasında olumlu bir etkisinin olmadığı söylenebilir.

5.1.6. Korelasyon Analizi sonuçlarına İlişkin Sonuçlar

Korelasyon analizi sonuçlarına bakıldığında Genel Mesleki imaj ile Genel Motivasyon düzeyleri arasında orta düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=,538p<,01$).

İçsel motivasyon ile medya alt boyutları arasında çok zayıf düzeyde ($r=,056p<,01$) bir ilişki görülmekte iken toplumsal algı alt boyutu ile arasında pozitif yönde bir ilişki olmadığı ($r=-,009p<,01$) tespit edilmiştir. Öte yandan içsel motivasyon ile statü ve mesleki cazibe alt boyutları arasında zayıf düzeyde bir ilişki görülmekte iken ($r=,381p<,01$), ($r=,495p<,01$) öğretmenlerin mesleki ve kişisel özellikleri arasında orta düzeyde ($r=,504p<,01$) bir ilişki tespit edilmiştir.

Dışsal motivasyon ile statü ve öğretmenlerin mesleki ve kişisel özellikleri alt boyutları arasında zayıf düzeyde bir ilişki görülmekte iken toplumsal algı ve medya alt boyutları ile aralarında pozitif bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Öte yandan dışsal motivasyon ile mesleki cazibe alt boyutu arasında orta düzeyde bir ilişki olduğu saptanmıştır.

5.1.7. Araştırmanın Ölçeklere Yönelik Normallik Dağılımı ve Güvenirlik Sonuçları

Araştırmada kullanılan ölçeklere yönelik yapılan normallik testi sonucu $\pm 1,5$ aralığında olduğundan verilerin normal dağıldığı kabul edilmiştir (Tabachnick, 2013).

Ölçeklerin Cronbach Alpha değerleri 0,70 üzerinde olduğundan ölçüm modellerinin yüksek güvenirlikte oldukları söylenebilir (Büyüköztürk, 2010).

5.2. Öneriler

Görsel Sanatlar öğretmenlerinin Mesleki İmajları ile Motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkinin araştırılması üzerine yapılan çalışmada elde edilen bulgu ve sonuçlara dayanarak aşağıdaki önerilere yer verilmektedir.

Mesleki imajın ve motivasyonun öneminin anlaşılması üzerine görsel sanat öğretmenlerinin mesleki imajlarını ve motivasyonlarını artırıcı etkenler tespit edilip bu etkenleri devreye koyacak etkinlikler ve eğitimler düzenlenebilir.

Eğitim öğretim süreci içerisinde görsel sanat öğretmenlerinin mesleki imajları ve motivasyon durumlarının takibi yapıp mesleki imajlarını ve motivasyonlarını olumsuz yönde etkileyen etmenler tespit edilip önlemler alınabilir.

Görsel sanatlar öğretmenlerinin motivasyonunu etkileyecek ve diğer branşlar karşısındaki imajını yükseltecek donanımlı atölye ortamları sağlanıp gerekli araç gereç desteği verilebilir.

Görsel sanatlar öğretmenlerinin motivasyonunu etkileyecek ve diğer branşlar karşısındaki imajını yükseltecek şekilde az olan ders saatlerinde bir iyileşmeye gidilebilir.

Okul içi tüm kararlarda diğer öğretmenlerin fikirlerinin alındığı veya olması gerektiği kadar görsel sanatlar öğretmenlerinin de fikirleri alınabilir.

Bu çalışmada sadece görsel sanat öğretmenlerinin mesleki imajları ve motivasyon düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Bundan sonraki çalışmalarda mesleki imaj ile mental iyi oluşları veya tükenmişlik durumları gibi farklı değişkenlerin ilişkisi incelenebilir.

Bu araştırma sadece Diyarbakır iliyle sınırlandırılmayıp daha farklı bir evren ve örneklem gruplarıyla çalışılabilir.

Araştırma nicel bir yöntem olan tarama modeliyle çalışılmıştır. Bundan sonraki çalışmalarda nitel verilerin elde edileceği karma bir modelle araştırma yürütülebilir.

Alan yazında görsel sanatlar öğretmenlerinin mesleki imajları ve motivasyonları konulu çalışmaların azlığı dikkat çekmiştir. Bu konuyla ilgili çalışmalar yapılabilir.

Kaynakça

- Adair, J. (2003). Etkili Motivasyon. Ankara: Babıali Kültür Yayıncılık.
- Akat, İ. Budak, G. ve Budak, G. (1994). İşletme Yönetimi. İstanbul: Beta Yayınları.
- Akyüz, Y. (1978b). Türkiye’de öğretmen’in “öğretmen” ve meslek imajı. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 11 (1), 115-121.
- Alvesson, M. (1990). Organization: from substance to image? Organization Studies, 11(3), 373-394. Ankara: Nobel.
- Ann G ve A. Tann. (2000). The Image Of Teachers In Film Doctor of Philosophy.
- Artut, K. (2001). Sanat Eğitimi, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Balta Peltekoğlu, F. (2001). Kurumsal İletişim Sürecinde İmajın Yeri. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi (4): 125-145.
- Başaran, İ. E. (2000). Öğretmenlerin kendilerini yetiştirme sorumluluğu. Öğretmen
- Başaran, İ. E. (2000). Örgütsel Davranış. Ankara: Feryal Matbaası.
- Başaran, İ.E. (2000a). Örgütsel Davranış İnsanın Üretim Gücü.3.Baskı. Ankara: Feryal Matbaası
- Başaran, İ.E. (2004). Yönetimde insan ilişkileri yönetsel davranış. 3. Baskı. Ankara: Nobel.
- Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Pegem Akademi.
- Birnbaum, L. A. (1985). The relationship of occupational image to work role, work attitudes, and work behavior. Yayımlanmamış doktora tezi. New York: City University of New York.
- Büyüköztürk Ş. Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı. Ankara: Pegem A Yayıncılık, (2010).
- Büyüköztürk, S., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, S. ve Demirel, F. (2009).
- Büyüköztürk, Ş. (2016). Bilimsel araştırma yöntemleri (22.bas.). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık. Ankara.
- Can, H. (1979). Organizasyon ve Yönetim. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Cunningham, P. (1992). Teacher’s Professional images and the press 1950- 1990.
- Çayırağası, F. ve Özpolat A (2013). Özel Güvenlik Sektöründe Çalışanların Örgütsel Bağlılık, İş Motivasyonu, İş Performans Düzeyleri ve Bir Uygulama. 3. Ulusal Özel Güvenlik Sempozyumu, 89-93, Gaziantep.

- Çelik, A., Pasinoğlu, T. ve Kocabeyoğlu, T. (2013). Hemşirelik mesleğinin toplumdaki imajının belirlenmesi, F.N. Hem. Dergisi Cilt 21 - Sayı 3, ss.148- 150
- Çelikten, M., Şanal, M. ve Yeni, Y. (2005). Öğretmenlik mesleği ve özellikleri. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19 (2), 207-237.
- Çiftçi, N. (2017). Öğretmenlerin Algılarına Göre Motivasyon Kaynaklarının Belirlenmesi. Maltepe Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- December Boston College Graduate School Of Education Unites States
- Deviren, İ. (2019). İlkokul Müdürlerinin Kullandıkları Örgütsel Güç Kaynakları İle Öğretmenlerin Örgütsel Sessizlik Ve Motivasyon Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi. Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Siirt.
- Dinçer, Ö. ve Fidan, Y. (1996). İşletme Yönetimi, I. Baskı, Beta Yayın, İstanbul.
- Doğan, Ö. (2018). Öğretmenlerin Görüşlerine Göre Öğretmenlik Mesleğinin İmajı, Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Eskişehir.
- Dowling, G. R. (1986). Managing your corporate images. Industrial Marketing Management, 15 (2), 109-115.
- Dünyası Dergisi. S. 251. ss.5-8.
- Efil, İ. (2006). Yönetim ve Organizasyon (8. Baskı). İstanbul: Alfa Aktuel Yayınları.
- Erden, M. (1998). Öğretmenlik mesleğine giriş. Alkım Yayınları.
- Erdoğan, B. Develioğlu., Z ve Özkaya, H. (2006). Kurumsal imajın şirketin farklı paydaşları tarafından algılanışı üzerine bir araştırma, Dumlupınar Üniversitesi SB Dergisi, S.15, ss.55-76.
- Eren E. (2003). Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş
- Eren, E. (1998). Yönetim Organizasyon, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Ertan, H. (2008) Örgütsel Bağlılık, İş Motivasyonu ve İş Performansı Arasındaki İlişki: Antalya'da Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir İnceleme.(Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kocatepe Üniversitesi, S.B.E., Afyonkarahisar.
- Ertürk, R. (2016). Öğretmenlerin İş Motivasyonları. Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi, 2(3).1-15
- Esen, Y. (2005). Öğretmenlerin toplumsal/mesleki kimliklerine ve rollerine ilişkin değerlendirmeleri. Eğitim, Bilim, Toplum, 3(11), ss.16-53.

- Firestone, W. A. (1996). Images Of TeachingAndProposalsFor Reform: Acomparision Of IdeasFromCognitiveAndOrganisationalResearch. Educational Administration Quarterly, (32) pp.209-235.
- Frieseron, D., Prokop, C.M., Sorros, J.C. (1998), WhyTeachersBurnout, EducationalResearchGorterly, 12(3).
- Gezer, Ö. (2006). İlköğretim İkinci Kademedede Sanat Eğitiminde Sınıf Yönetimine İlişkin Bir Durum Çalışması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gioia, D. A., Hamilton, A. L. andPatvardhan, S. D. (2014). Image is everything: Reflections on thedominance of image in modern organizational life. Research in OrganizationalBehavior, 34, 129-154.
- Gregory, J. R. (1991). Marketing corporateimage: thecompany as yournumberoneproduct: NTC Business Books.
- Güteryüz, D. G. (2017). Öğretmenlerin Örgütsel Güven Seviyeleri ve Motivasyon Seviyeleri İlişkisinin İncelenmesi (Bursa İli Nilüfer İlçesi Örneği). (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Yeditepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Gündüz, H. B. (2006). Öğretmenlik mesleğine giriş. Bir Meslek Olarak Öğretmenlik, Güneş Ergin, M. (2018). Halkla İlişkilerde İmaj Oluşturma, https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/68441/mod_resource/content/0/13.%20C4%B0MAJ%20OLU%C5%9ETURMA.pdf [18.10.2020]
- Güney, S. (2000). Davranış Bilimleri. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Güney, S. (2001). Yönetim ve Organizasyon. (1. Basım) Ankara: Nobel Yayınları.
- Güney, S. (2011). Örgütsel davranış. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Hellriegel, D. andSlocum, J. W. (2009). Organizationalbehavior (13. Baskı). South-Western Cengage Learning.
- Hill, E. W. (1962). Corporateimagesare not stereotypes. Journal of Marketing, 26 (1), 72.
- History of Education 1992, Vol 21, No-1 ss.37-56.
- Hoy, W. K. Ve Miskel, C. G. (2015). Eğitim yönetim. Ankara: Nobel Yayınları
- İlhan, S (2004) Bazı temel işlevleri ve artan önemi açısından meslek, Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları. 2004. ss132-137.
- İmajı Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Judge, H. (1995). Theimages of teachers. Oxford Review Of Education, Vol. 21 N:3.

- Kahraman, Z. (2017). Okul Yöneticileri ile Öğretmenlerin Örgütsel Adalet Algıları ve Motivasyon Düzeyleri Arasındaki İlişki. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi).
- Karakaya, A. ve Ay, F. A. (2007). Çalışanların Motivasyonun Etkileyen Faktörler: Sağlık Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma. C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:31, No:1, Sivas, 56.
- Karal (Ord. Prof.), Enver Ziya (1927-10-20). Fatih ÖZDEMİR (Ed.). Atatürk'ten Düşünceler (kitap). Ankara: ODTÜ Yayıncılık. s. 203. ISBN 975-7064-12-2.
- Karaman, M., vd. (2013). Sakarya İlinde Görev Yapan Öğretmenlerin Gözüyle Öğretmenlik Mesleğinin Statüsü ve Saygınlığı VI. Ulusal Lisansüstü Eğitim Sempozyumu Bildiriler Kitabı II ss.105-110
- Karasar, N. (2008). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Karlı, M. D. (Ed). Öğreti Yayınları, 3.Baskı. Ankara
- Kırıçoğlu, O. (2002). Sanatta Eğitim, Ankara: Pegem A Yay.
- Küçük, S. Ürker, A. Adıgüzelli, ve Y. Adıgüzelli (2013). Toplumun öğretmenlik mesleğini algılama Düzeyi, TheJournal Of AcademicSocialScienceStudies Volume 6 Issue 1, ss.1033-1045.
- Lin Ch'ing, J. (1994) Occupational Prestige And Professional Image Of Teachers In Taiwan: A Comparison Of Three Surveys, Chinese Education And Society November-1- 1994
- Luthans, F. (1992). Organizational Behavior, 6. Edition, New York: McGrawHill Inc.
- Marconi, J. (1996). Image marketing: Using public perception to attain business objectives: NTC Business Books
- Marmara Üniversitesi İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Eğitim Yönetimi ve Denetimi Ortak Lisansüstü Programları, İstanbul.
- Mottaz J.C.(1985), "The Relative Importance of Intrinsic and Extrinsic Rewards as Determinants of Work Satisfaction", The Sociological Quarterly, 26(3).
- Newstrom, J. W. ve Davis, K. (1993). Organizational Behavior: Human Behavior At Work, 9. Edition, New York: McGrawHill Inc.
- Ocak G., Gündüz M., Özdemir M. A. ve Kaya Ü. (2005). Öğretmenlerde Sosyal Statü Sorunları, XIV. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresinde Sunulmuş Bildiri. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Denizli. ss. 436
- Okçabol, R. (2005). Öğretmen yetiştirme sistemimiz (1. Baskı). Ankara: Ütopya Yayınevi.

- Okçu, V. ve Amk, S. (2017). Okul Yöneticilerinin Otantik Liderlik Davranışları İle Öğretmenlerin Motivasyon Ve Mobbing (Yıldırma) Yaşama Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. Anadolu Eğitim Liderliği ve Öğretim Dergisi, 5(2), 63-85. dergipark.gov.tr/ajeli [AnatolianJournal of EducationalLeadershipandInstruction] e-ISSN:2148-2667.
- Olğun, S. (2017). Motivasyon, Örgütsel Sessizlik ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Bir Araştırma. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Özalkuş A. (2004). Kurum İmajının Oluşumunda Pr'ın Rolü, Yüksek Lisans Tezi, İ.Ü. Sbe Tanıtım ve Halkla İlişkiler Bölümü, İstanbul.
- Özarallı, N. (1996). Etkin Örgütsel İletişim Olarak Etkin Kaynak Alışverişi Endüstri ve Örgüt Psikolojisi. (Çev: T.Suna) 69-81 Ankara: Türk psikologlar Derneği Yayınları.
- Özdemir, Ş. S (2007). Görsel Sanatlar (Resim-İş) Öğretmenlerinin Motivasyonlarını Etkileyen Faktörler Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Özdemir, Y. B. (2010). Öğretmen Kimliği: Sınıf Öğretmenleri Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma (Malatya Örneği) Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Özsoy, V. (2003). Görsel Sanatlar Eğitimi, Ankara: Görsel Yayınları.
- Parnell, W. A. (2010). Image of theteacher in educationalleadership. International Journal of EducationalLeadershipPreparation, 5 (3), 1-15.
- Peltekoğlu, B F. (2001). Halkla İlişkiler Nedir? (2 Baskı), Beta Yayınları, İstanbul.
- Peltekoğlu, B. F. (1997). “Kurumsal İletişim Sürecinde İmajın Yeri”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S.4, ss.140-141.
- Peltekoğlu, F., B. (1998). Halkla ilişkiler nedir (1. Baskı). İstanbul: Beta.
- Polat, S. (2010). Okul Öncesi Yöneticilerinin Kullandıkları Yönetimsel Güç Kaynaklarına İlişkin Öğretmen Algıları ile Öğretmen Motivasyonu Arasındaki İlişki.Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Polat, S. ve Arslan, Y. (2015). Örgütsel yaşamda imaj: Geliştirme ve yönetimi (1. Baskı).
- Polat, S. ve Arslan, Y. (2015). Örgütsel yaşamda imaj: Geliştirme ve yönetimi (1. Baskı).

- Porter, L., Bigley, G. A. ve Steers, R. M. (2003). *Motivation and Work Behavior*, McGraw-Hill, USA.
- Ruan C. (2003) *Promotion And Integration Of Teachers Image: A Professional Perspective Education Research* 2003.
- Sabuncuoğlu, Z. ve Tüz, M. (2001). *Örgütsel Psikoloji*. Bursa: Ezgi Kitapevi
- San, İ. (1985). *Sanat Eğitimi*, Ankara.
- Schuler, M. (2004). Management of the organizational image: a method for organizational image configuration. *Corporate Reputation Review*, 7 (1), 37-53.
- Sercan, H. (2010). *Etkili Motivasyon Yöntemleri*. İstanbul: Etap Yayınevi.
- Sungur O. Korelasyon analizi. (Ed. Ş. Kalaycı) *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. (5. Baskı). Ankara: Asil Yayın Dağıtım, 2010.f
- Swetnam, L. A. (1992). Media Distortion of the Teacher Image. *The Clearing House*, pp. 30-32.
- Şahin, A. E. (2006). Eğitim bilimine giriş. *Meslek ve Öğretmenlik*, Sönmez, V. (Ed.) Anı Yayıncılık, Ankara. ss. 265-285.
- Şimşek, H., & Yıldırım, A. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 10. Baskı.
- Şimşek, M. Ş., Akgemci, T. ve Çelik, A. (2010). *Davranış Bilimleri*. Ankara: Özbaran Ofset. 182.
- Tabachnick BG, Fidell LS. *Using Multivariate Statistics*. Boston: Pearson, 2013.
- Taş, S. (2005). *Sınıf Öğretmenlerinin Motivasyonunu Etkileyen Faktörler*. Konya, Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi.
- TDK, (2020). İmaj, <https://sozluk.gov.tr/> [22.03. 2020].
- TEDMEM (2014). *Öğretmen Gözüyle Öğretmenlik Mesleği Rapor Dizisi: 3* Ankara ss.1-66.
- Thomassy, C. S. (1997). *Portrayal of teacher image: an exploration of perceptions and behaviors of healthcare educators*. Yayımlanmamış doktora tezi. Morgantown: West Virginia University.
- Ünlü, F. S. Eroğlu, E., Gökdağ, R. ve Ergüven, M. S. (2013). *İş ve Yaşamda Motivasyon*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Ünsal, S. (2015). *Öğretmenlerin Mesleki İmajlarına İlişkin Görüşleri ve Mesleki İmaja Etki Eden Faktörler*. Doktora Tezi, Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

- Walhout, D. (2011-2013). TheTeacherİmage of America. Links toExternal Content:
2011-2013. Vol. 82, No. 1 -Vol. 84, No. 5 Moving Wall: 3 years
- Wu, B. (2013). New Theory on Leadership Management Science. Oxford, GBR:
Biohealthcare Publishing.
- Yaman, E., Yaman, H. ve Eskicumalı, A (2001) Öğretmenlik mesleğinin sosyo-
ekonomik statüsü / bu mesleğın bir bayan mesleği haline dönüşmesi durumu ve
eğitim fakóltesi üzerine bir araştırma, Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakóltesi
Dergisi, Sayı 2- 2001, ss. 53-67
- Yüksel, Ö. (2000). İnsan Kaynakları Yönetimi. Ankara: Gazi Kitapevi



EKLER

EK 1: Bilimsel Araştırma ve Etik Kurul İzin



EK 2: Araştırma İzni



EK 3 : İş Motivasyonu Ölçeği

SIRA NO	İŞ MOTİVASYONU ÖLÇEĞİ	Katılmıyorum	Az Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Çoğunlukla Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	Yaptığım işte başarılıyım.					
2	Yaptığım işle ilgili sorumluluğa sahibim.					
3	Çalışma arkadaşlarım çalışmalarımın dolayısı beni takdir ederler.					
4	Yaptığım işin yapılmaya değer bir iş olduğuna inanıyorum.					
5	İşimi tam anlamıyla yapabilecek yetkiye sahip olduğuma inanıyorum.					
6	Yaptığım işin saygın olduğuna inanıyorum.					
7	Kendimi okulun önemli bir çalışanı olarak görüyorum.					
8	Yaptığım işle ilgili bir konuda karar verme hakkına sahibim.					
9	Yöneticilerim çalışmalarımın dolayısı her zaman beni takdir ederler.					
10	Yönetim, izin isteğimi olumlu karşılar ve reddetmez					
11	Çalışma ortamımda fiziksel şartlar uygundur.					
12	İşyerindeki araç ve gereçler yeterlidir.					
13	Çalışanlarla ilişkilerim iyi düzeydedir					
14	Konularında uzman olan kişiler tarafından toplantı, seminer, konferans gibi eğitim faaliyetleri yapılmaktadır.					
15	Çalışmakta olduğum okulun ileride şu anki durumundan daha iyi olacağına inanıyorum.					
16	Yöneticilerim ile ilişkilerim iyidir.					
17	Yöneticilerim çalışma arkadaşlarımla olan anlaşmazlıklarımı çözmekte yardımcı olurlar.					
18	Başarımdan dolayı ödüllendirilirim.					
19	Kişisel ve ailevi sorunlarımın çözümünde çalışma arkadaşlarım her zaman yanımdadır.					
20	Yaptığım işten aldığım ücretin yeterli olduğunu düşünüyorum.					

EK 4: Öğretmenlik Mesleği İmaj Ölçeği

	Katılmıyorum	Az Katılıyorum	OrtaDüzeydeKatılıyorum	ÇoğunluklaKatılıyorum	TamamenKatılıyorum
1. Öğretmenlik saygınlığı olan bir meslektir.					
2. Öğretmenlik toplumda önem verilen bir meslektir.					
3. Çocukların gelecekleri hakkında öğretmenlerin fikirlerine başvuruluyor.					
4. Öğretmenlik değerli bir meslektir.					
5. Tekrar tercih şansım olsa yine öğretmen olmak isterim.					
6.Çocuklarımı/yakınlarımı/öğrencilerimi öğretmen olmaları için teşvik ederim.					
7. Öğretmenlik, gelişim fırsatları sunan bir meslektir.					
8. Öğretmenlik insana doyum veren bir meslektir.					
9. Toplum, öğretmenlik mesleğini herkesin yapabileceği bir iş olarak görüyor.					
10. Öğretmenlerden ailelerin fonksiyonlarını üstlenmeleri bekleniyor.					
11. Öğretmenlik mesleği genellikle tatil günleriyle gündeme geliyor.					
12. Öğretmenlerin ders dışında yaptıkları eğitsel işler önemli olarak görülüyor.					
13. Toplum, öğretmenleri çocuk bakıcısı olarak görüyor.					
14. Öğretmenler, velilerin her talebini yerine getirmesi gereken bireyler olarak görülüyor.					
15. Öğretmenler mesleklerini severek yapıyor.					
16. Öğretmenler sabırlı bireylerdir.					
17. Öğretmenler nitelikli bireylerdir.					
18. Öğretmenler, mesleklerinin önemini farkındadırlar.					

19. Öğretmenler genel görünümüne özen gösteriyorlar.					
20. Öğretmenler, mesleklerini hayatlarındaki öncelikleri arasına koymuşlardır.					
21. Öğretmenler diğer bireylerle iletişim kurmada zorlanmazlar.					
22. Öğretmenler mesleki açıdan kendilerini geliştirmektedirler.					
23. Günümüzde öğretmenler, “takım” olarak aynı hedef için hareket etmektedirler.					
24. Öğretmenler, veliler ile iletişimlerinde empati kurabilmektedirler.					
25. Öğretmenler diğer kişileri konuşmalarıyla etkileyebilmektedirler.					
26. Öğretmenler hakkında medyada çıkan haberler mesleğe genelleniyor.					
27. Medya, öğretmenler hakkında olumsuz haberleri öne çıkarıyor.					
28. Öğretmenlerin başarıları medyada haber değeri taşıyor.					

Ek 5: Ölçek İzin Talebi



ÖZGEÇMİŞ

