

Makale Geçmişi:

Geliş: 06.05.2024

Kabul: 28.05.2024

Yayın: 31.05.2024

Makale Türü: Araştırma Makalesi/ Research Article

OKUL YÖNETİCİLERİNİN ALGI YÖNETİMİ TAKTİKLERİNİ KULLANMA DURUMLARININ ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Dr. Halime GÜNGÖR
MEB, Psikolojik Danışman/Söke RAM
gungor.halime@gmail.com
ORCID: 0000-0002-3283-1250

Eğitim Uzmanı, Yaşar DİLBER¹
MEB, Okul Müdürü/Gürsu BİLSEM
yasardilber80@gmail.com
ORCID: 0000-0001-7994-2786

Dr. İlkey GÜNER EŞERLER
MEB, Psikolojik Danışman/Kestel BİLSEM
guner.ilkey@hotmail.com
ORCID: 0000-0001-5092-4736

Özet

Bu araştırma ile öğretmenlerin algılarına göre okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma durumlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma tarama modelinde betimsel bir araştırma olup nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmaya 2022-2023 eğitim öğretim yılında Bursa ilinin farklı ilçelerinde görev yapan 383 öğretmen katılmıştır. Örneklem seçiminde olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden basit rasgele örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından hazırlanan "Kişisel Bilgi Formu" ve "Okul Yöneticilerinin Algı Yönetimi Taktikleri Ölçeği" kullanılmıştır. Araştırma verileri normal dağılıma sahip olduğundan analizlerde parametrik test istatistiği kullanılmıştır. Öğretmenlerin yöneticilerin algı yönetimi taktiklerine ara sıra başvurduğu; okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerine ilişkin öğretmenlerin algılarının cinsiyete, öğretmenlerin görev yaptığı okul türüne, eğitim durumuna, mesleki kıdemine göre anlamlı farklılık gösterdiği ancak öğretmenin görev yaptığı ilçeye göre anlamlı farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına dayalı olarak okul yöneticilerine yönelik örgütün hedeflerine ulaşabilmesi adına algı yönetimi ve taktiklerini etkili kullanabilmesi için eğitim programı hazırlanması önerilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Okul yöneticileri, algı yönetimi, algı yönetimi taktikleri

AN INVESTIGATION OF SCHOOL ADMINISTRATORS' USE OF PERCEPTION MANAGEMENT TACTICS IN TERMS OF VARIOUS VARIABLES

Abstract

This study aims to examine the use of perception management tactics by school administrators according to the perceptions of teachers in terms of various variables. The research is a descriptive research in survey model and quantitative research method was used. In the 2022-2023 academic year, 383 teachers working in different districts of Bursa province participated in the study. Simple random sampling method, one of the non-probability sampling methods, was used in sample selection. "Personal Information Form" and "School Administrators' Perception Management Tactics Scale" prepared by the researchers were used as data collection tools. Since the research data were normally distributed, parametric test statistics were used in the analysis. It was concluded that teachers occasionally resort to perception management tactics of school administrators; teachers' perceptions of school administrators' perception management tactics differed significantly according to gender,

type of school where teachers work, educational status, professional seniority, but didn't differ significantly according to the district where the teacher worked. Based on the results of the study, it is recommended to prepare a training program for school administrators to use perception management and tactics effectively in order to achieve organizational goals.

Keywords: School administrators, perception management, perception management tactics

GİRİŞ

İnsanoğlu dünyaya geldiği andan itibaren içinde var olduğu çevrede yer alan canlı veya cansız bütün varlıklarla duyu organları yoluyla ilişki kurma çabası içerisinde girmektedir. Birey, duyu organları aracılığı ile çevresinde gelişen olayları algılamaya çalışırken aynı zamanda hem yorumlamaya hem de onları anlamaya, anlamlandırmaya çalışmaktadır. Çevrede var olan bilgi yığınları duyu organları önce hissedilir daha sonra beyinde gerçekleşen birtakım aktiviteler sonucunda algılanmaya başlanır. Algıladığımız andan itibaren dışımızda gerçekleşen olayları anlama ve yorumlama aşamasına geçilmektedir. Bireyin çevresinde gördüğü, hissettiği, duyduğu, tattığı ve kokladığı her şeyin insan beyninde ve sinir sisteminde gerçekleşen bir dizi faaliyet sonucunda oluştuğu bilinmektedir (Bakan ve Kefe, 2012). Beyin ve onun olaylar veya dünya hakkında düşüncesi duyu yoluyla gelen verilerin üzerine inşa edilmektedir. Algı yalnızca fizyolojik ve mekanik bir veri edinme süreci değil aynı zamanda öznel olarak anlaşılan ve yorumlanan bir süreçtir (Démuth, 2013, s.13-19). Algılama, bizim dışımızda gelişen somut veya soyut nesnelere ait tüm duyuların yorumlanarak anlamlandırılması süreci olarak tanımlanabilir. Algı, insanın çevresinde meydana gelen olayların farkına varmasını ve anlamasını sağlaması açısından insan yaşantısını kolaylaştıran özelliğe de sahiptir. Algı yönetimi ise insanlık tarihi boyunca kullanılmış olsa da kavram haline gelmesi XX. yüzyılda olmuştur. Bu yöntemi ilk kavramsallaştıran ABD Savunma Bakanlığı olmuş ve daha sonra XXI. yüzyılda ise popülerliği artarak devam etmiştir (Derman, 2021; Elsbach, 2006, s.2; Kayabaş, 2021; Siegel, 2005; Tunç ve Atılgan, 2017). Elsbach (2006, s.12) algı yönetimini, izleyicilerin algılarını etkilemek için örgüt sözcüleri veya temsilcileri tarafından tasarlanan ve yürütülen eylemlerin bütünü olarak tanımlamaktadır. Algı yönetiminin daha çok reklamlarda, pazarlamada, politikada ve askeri alanda yaygın olarak kullanıldığı bilinmektedir (Arğın, 2018; Savaş, 2022). Bu nedenle günümüzde algı yönetimi farklı sektörlerde olduğu gibi yönetim alanında da yaygın olarak uygulanmakta ve giderek daha önemli bir araç haline gelmektedir (Bughulashvili, 2013; Çamur, 2020, Zaman, 2007).

Algı yönlendirmelerini geçmişte televizyon ve yazılı basın yaparken, günümüzde sosyal medya yaratılan bu algıyla işlevini daha hızlı bir şekilde yerine getirebilmektedir. Modern dünya vatandaşı, parmaklarıyla yaptıkları küçük bir hareketle bilgiye anında ulaşarak, doğruluğunu araştırmadan ve süzgeçten geçirmeden yaymakta ya da algıyı yönetenlere bilinçli ya da bilinçsiz şekilde yardımcı olmaktadır. Doğru bilgilerin yanında, araştırılmadan doğruymuş gibi kabul edilen yanlış bilgilerin dolaşımında olması, algıların istenilen şekilde yönlendirilerek bireysel tepkilerin toplumsal tepkiye dönüşmesiyle infial ve kaos yaratacak tehlikeli durumlara yol açmaktadır. Algı yönetimini en çok etkileyen faktörlerin başında dijitalleşme gelmekle beraber dijitalleşme algı yönetimi sürecini son derece etkili hale getirmiştir (Mengü ve Türk, 2021, s.169). Yaratılan algının temel amacı ise hedeflediği kitlenin görüşlerini etkileyerek tutum ve davranış değişikliğiyle birlikte istenilen yönlendirmelere açık hale getirmektir (Arğın, 2021, s.5). Belirlenen hedeflere en hızlı, en kolay ve en az zararla ulaşmayı amaç edinen yönetim faaliyetleri de toplumlar üzerinde kamuoyu baskısı oluşturmak veya baskı gruplarını işe koymak yerine belirlenen hedeflere yönelik istek uyandırma ve ikna etme şeklinde bir dönüşüm geçirmiştir. Etkilenmesi beklenen hedef grup bu sürecin sonunda kendi iradelerine göre hareket ettiklerini düşünürken aslında bu şekilde düşünmeleri için özen gösterilerek hazırlanmış bir algı yönetimi faaliyeti ile karşı karşıya kaldıklarını fark etmemektedirler (Uylas ve Argon, 2020). Cabioğlu ve İşeri (2015)'ye göre baskı grupları, hedefleri doğrultusunda toplulukları manipüle ederken, bir topluluktaki küçük (etnik, dini veya resmi) fikir ayrılıklarını büyütebilmekte ve hatta algı yönetimiyle toplumları çatışmaya sürükleyebilmektedir.

Özer (2012) algının sözlük anlamının nesnel dünyayı duyu organları aracılığıyla öznel bilince aktarma olduğunu ifade etmiştir. Algı, dış dünyamızda yer alan soyut ve somut nesnelere ait duyuların yorumlanarak anlamlı hale getirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Algı, herkese göre değişkenlik gösterir ve her insana farklı şeyler ifade etmektedir (Dinçeli, 2020; Elnaga, 2012). Eraslan (2018, s.47), algı kavramının temelindeki en önemli öğenin "duyum", duyumun ise bireyin çevresinden duyu organları yoluyla elde ettiklerinin beyne iletilmesi, algılamanın da duyuların çeşitli biçimlerde örgütlenip anlam kazanması ve yorumlanması olduğunu belirtmektedir. Jowah

(2015) algıyı, duyuşal bilgileri organize etme, tanımlama ve yorumlama süreci olarak tanımlarken, insanların nasıl davrandıklarını, çevrelerini nasıl gördüklerini belirlediğini, dolayısıyla algı, algılayanın kendi gerçekleri olduğunu ifade etmektedir. Algılar o kadar güçlüdürler ki, gördüğümüz nesnelere nasıl yorumladığımızın, neye inanacağımızın ve bir duruma karşı nasıl tepki verip nasıl davranacağımızın en önemli yönlendiricileridirler. Ota (2011) ise algı sürecini, duyuşal uyarım (örneğin size tanıdık gelen bir koku hissettiğinizde çocukluk anılarının hatırlanmasını sağlaması), o uyarımın beyinde düzenlenmesi -negatif veya pozitif bir değer yükleme- ve duyuşların da işin içerisine girdiği yorumlama ve ifade etme şeklinde üç aşamaya ayırmıştır. Güney (2012) ise algılama sürecinin, çevreden gelen uyarıcıların kabulü, uyarıların işlenmesi, uyarıların kısa veya uzun süreli hafızada yer alan bilgilerle karşılaştırarak gelecekte kullanmak üzere hafızaya kaydedilmesi ve algılamanın sona ermesiyle birlikte ortaya bir tepkinin çıkması şeklinde dört aşamada gerçekleştiğini ifade etmiştir. Bu bağlamda her insan, çocukluğundan, kültürel geçmişinden, değer yargılarından, inançlarından, diğer insanlarla etkileşiminden, eğitim seviyesinden, yaşadıklarından, gördüklerinden ve öğrendiklerinden, akranlarından veya rol modellerinden elde ettikleri bilgi, deneyim ve yorumlarıyla kendine ait bir algı örüntüsü oluşturur.

Tufan (2022) algıyı, uyarıların duyuşanmasından sonra bilişsel bir işleme tabi tutularak uyarıcının tanımlandığı, değiştirildiği, karşılaştırıldığı ve yorumlandığı zihinsel bir faaliyet olduğunu söyler. Barroso (2013) algının, insan bilgisinin temeli olduğunu vurgulayarak duyuşlarımız tarafından algılanan bilgilerin, farklı entelektüel yeterliliklerle ilişkili bilişsel yetenekler de kullanılarak dünya hakkındaki bilgilerimizin oluştuğunu söylemiştir. Bir insanın entelektüel yeteneği bilgi türünü (duyuşal, bilişsel vb.) değerlendirmek için beyne giren bilgileri analiz etme yeteneğidir. Bu bilgi daha sonra ona değer verecek şekilde yorumlanır. Bu nedenle algı, insan çevresi ile sürekli temas halinde olmasıyla birlikte yaşamları boyunca deneyimledikleri öğrenme fırsatlarına göre gelişir, büyür veya pekişir. Algı, çevremizdeki dünyaya ilişkin oluşturduğumuz duyuşal deneyimimizdir. Çevresel uyarıların tanınmasını ve bu uyarılara tepki olabilecek eylemleri içerir. Bir nesneyi algıladığımızda zihnimizdeki görüntü ile kendisi arasında paralellik kurmakla kalmaz aynı zamanda sevgi ve nefret, iyi veya kötü gibi sübjektif değerlendirmeler de yaparız. Bu bağlamda algı kişinin geçmiş yaşam deneyimlerinden, kültüründen, içinde yetiştiği çevreden ve geçmiş bilgi birikimlerinden bağımsız olmayıp oldukça karmaşık bir işleyişe sahiptir. Kişinin hayata bakışı, değer yargıları, semboller, inançlar, ideolojiler, yaşam deneyimlerinden oluşur ve buna duyuşal algı denir (Can, 2008; Arğın, 2021). Algılama sürecinde duyuş organlarının yanında bireyin o andaki isteği, beklentisi, hayata bakışı ve geçmişteki deneyim ve bilgi birikimi gibi konular da oldukça önemli yer tutmaktadır. Bu anlamda, Güney (2012) algının simgesel algı (kültürün etkisinde kalan simgelere karşı algı), görsel algı (görme duyuşuyla kazandığı algı), duyuşal algı (algılama sürecindeki duyuşal tutum ve düşünceler) ile seçici algı (kişilik özelliği, ilgi ve beklenti, ihtiyaç, değerler, geçmiş yaşantılarıyla ilişkili uyarılara yakınlık) olarak dört çeşidi olduğunu söylemiştir.

Teryima ve Anna (2016), her bireyin görüşlerinin, değerlerinin ve davranış tarzlarının benzersizliğinin, kısmen bireylerin çevrelerindeki dünya hakkında algıladıkları farklılıklardan kaynaklandığını, bireysel algıların tutumların oluşmasına katkı sunarken değerlerin, algıları şekillendirmeye yardımcı olduğunu ve tutumlar üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olduğunu belirtmektedir. Bu anlamda algı, birdenbire meydana gelmez, öznel bir niteliğe sahip olup kişiden kişiye değişir ve yorumlanır. Algı yönetimindeki temel amaç, kişiye gerçeğe değil duyması gerekeni vermektir. Bu bazen bir bilgi olabileceği gibi bazen bir inanç, bazen de basit bir haz duyuşu olabilmektedir. Zihin programlanabilir bir organ olduğundan bu oldukça kolay bir süreçtir (Savaş, 2022). Algıda öncelikli unsurun uyarı olması ve uyarıya yüklenebilecek duyuşal bir anlam, uyarının başkaları tarafından kolaylıkla yönlendirilebilmesine, algıyı dış müdahaleye açık ve manipüle etmeye uygun hale getirmektedir. Yılmaz (2018) manipülasyonu, yetersiz, aldatıcı ve belki de taciz yoluyla başkalarının algısını veya davranışlarını değiştirme amacıyla yapılan psikolojik ve sosyal bir etki türü olarak tanımlamıştır. Günümüzde şirketlerden devletlere, medya devlerinden internet fenomenlerine kadar herkes algımızı etkilemeye, bize belli bir ürünü satmaya ya da belirli görüşleri empoze edip kabul ettirme çabası sergilemektedir. Bunu yapmanın en hızlı ve kestirme yolu ise aklımızın rasyonel tarafını devre dışı bırakarak duyuşal ve irrasyonel yöntemlerle ikna etmeye çalışmaktır. İknanın etkili kullanımı, algının kalıcı olarak yönetilmesini sağlar (Doko, 2020; Tanrıoğen ve Sarı, 2019). Savaş (2022) algı yönetimini, dışarıdan alınan verilerin toplandığı yer olan duyuş organlarına uygulanan manipülasyon taktiği olarak değerlendirerek manipülasyonun önemine vurgu yapmıştır. Manipülasyon ikna sürecinde nasıl bir algı yaratılmak isteniyorsa o şekilde uyarıya maruz bırakarak algıyı yönlendirmede kullanılan etkili yöntemlerden biridir.

Algının kişiden kişiye değişiklik göstermesi, algıların bilinçli bir şekilde oluşturulabileceği ve dahası kitlelerin yaratılan algılara kolaylıkla inandırılabilmesi ve bu da algıların istenilen hedefe doğru yönlendirilebileceği anlamına gelmektedir (Bozkanat, 2021). Farklı baskı grupları, hedef kitlenin amaçlarına uygun hareket edebilmesi için, hedeflenen kitlenin duygularını, algılarını, düşünce sistemlerini, eylemlerini ya da davranışlarını etkileme çabası içerisindedir. Etkilenmesi gereken bireyler ya da gruplar bu sürecin sonunda kendi iradelerine göre hareket ettiklerini düşünürken, aslında bu şekilde düşünmeleri için özenle hazırlanmış bir algı yönetimiyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu anlamda algı yönetimi, hedef kitlenin düşüncelerini etkilemek ve verilecek kararı yönlendirmek için yapılan faaliyetlerin bütününe denilmektedir (Cabioğlu ve İşeri, 2015; Kayabaş, 2020; Uylas, 2020). Shay (2019) algı yönetimini, rakibin kararlarını bizim lehimize etkilemek için tasarlanmış eylemler olarak tanımlamış olması algı yönetiminin kurgusal bir zemin üzerinde inşa edildiğini göstermektedir. Algı yönetimi, hedefin dikkatini çekmek, hedefin dikkatini çekebilecek konuyla ilgili bilgileri dikkat çekecek bir biçimde sunmak, bilgiyi hedefin hafızası veya deneyimleriyle tutarlı bir şekilde tasvir etmek/resmetmek, tutarlı kalabilmek için bilgileri tekrar tekrar iletmek ve hedef grup veya bireyin manipülasyonu anlamaması için çaba sarf etmek olarak dört süreci içermektedir (O'Neill, 1989, aktaran Callamari ve Reveron, 2003). Uylas (2020) ise başarılı bir algı yönetim sürecinin var olan algıları belirleme, izlenim ve etki oluşturma ile algıyı oluşturma ve yönlendirme olarak üç aşamadan oluştuğunu; algı yönetiminde başarılı olabilmek için üç aşamanın da atlanmadan, planlı ve dikkatli bir şekilde yürütülmesi gerektiğini ifade etmiştir.

Algı yönetimi bireyler veya gruplar açısından önemli olduğu kadar örgütlerin hedef ve amaçlarına ulaşabilmesinde çalışanların performansının artırılması açısından yönetim kademesi için de önemli bir unsurdur. Bireysel algılar örgütsel davranışı, örgütsel davranış da bireysel ve örgütsel başarıyı etkiler (Elnaga, 2012). Algısal farklılıklar her insana göre değişebilmekle birlikte bu farklılıkları anlamak, yorumlamak örgüt yöneticileri veya liderleri açısından önemli yönetim becerilerinden biridir (Pam, 2013). Liderlerin, algının nasıl yönetileceği konusunu dikkate almaları, yanlış bir algının alınacak örgütsel kararlarda olumsuz sonuçlara yol açabileceğini düşünmeleri gerekir. Çalışanların algılarına duyarlı liderler, olumsuz algıyı ortadan kaldırmak, olumlu bir algıyı pekiştirmek için iletişim becerilerini bir araç olarak kullanır (Otara, 2011). Algılar yönetiminin öğrenilebilir olması, belirli taktikleri içermesi, algı yönetimini örgütün hedeflerine ulaşması amacıyla yönetici veya liderlerin kullanabileceği ve geliştirebileceği bir stratejiye dönüştürmektedir. Sarı (2019), algı yönetiminde yöneticilerin veya liderlerin belirli taktikleri kullandığını ifade etmiş ve bu taktikleri; net hedeflere sahip olmak, bilgilerin tutarlı olduğundan emin olmak ve güvenilirliği artırmak, elde olan bilgileri pekiştirmek için çok yönlü kaynaklardan toplanacak kanıt ve verilere sahip olmak, algı yönetiminin başarılı uygulanabilmesi için çok az kişinin bilmesi (güvenlik), gerekli organizasyon ve propaganda hizmetleri (koordinasyon), bilginin tutarlı ve senkronize dağıtılması için gerekli olan hiyerarşik yapı ve en son olarak da çelişen bilgiler ortadan kaldırılarak doğrulanamayan ifadeler aracılığıyla algıyı yönetenler tarafından bilgilerin tekrar üretilmesi olarak sıralamıştır. Dolayısıyla bireyin davranışlarını anlamaya çalışmak onun algısını anlamaya çalışmak, algıyı yönetmek insanı yönetmek demektir denilebilir (Sarı, 2019; Zengin ve Bekmezci, 2021). Diğer örgütlerin yöneticilerinde olduğu gibi eğitim örgütlerindeki yöneticiler de çalışanların davranışlarını anlamak, yorumlamak, onların düşüncelerini etkilemek ve yönlendirmek adına çeşitli algı yönetimi taktiklerini kullanabilmektedirler. Eğitim örgütü yöneticilerinin algı yönetimi ve taktiklerini kullanması örgüt ve çalışanlar açısından olumsuz sonuçlar doğurabileceği çeşitli araştırma sonuçlarıyla ortaya konulmuştur (Kılınç, 2021; Sarı, 2019; Korkmaz ve Koşar, 2023).

Bu araştırmanın amacı öğretmenlere göre okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma durumlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi olarak belirlenmiştir. Araştırmanın problemi "Bursa ilinde kamu okullarında görev yapan öğretmenlere göre okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma durumları ne düzeydedir?" şeklinde belirlenmiştir. Araştırmanın alt problemleri şöyle sıralanabilir:

- 1- Okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma durumları cinsiyete göre anlamlı bir şekilde farklılaşmakta mıdır?
- 2- Okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma durumları okul türüne göre anlamlı bir şekilde farklılaşmakta mıdır?
- 3- Okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma durumları görev yapılan ilçeye göre anlamlı bir şekilde farklılaşmakta mıdır?
- 4- Okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma durumları mesleki kıdeme göre anlamlı bir şekilde farklılaşmakta mıdır?

- 5- Okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma durumları eğitim durumlarına göre anlamlı bir şekilde farklılaşmakta mıdır?

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Araştırma betimsel tarama modelinde tasarlanmış nicel bir araştırmadır. Tarama modelleri, geçmişte var olmuş ya da halen devam eden bir durumu var olan şekliyle betimlemeyi amaçlar (Karasar, 2023). Çepni (2021, s.100), betimsel çalışmalarını genel olarak ortaya konan bir durumu aydınlatmak, standartlar çerçevesinde değerlendirmeler yapmak ve olaylar arasındaki olası ilişkileri ortaya çıkararak incelenen durumu ayrıntılı şekilde tanımlamak ve açıklamak olarak tanımlamıştır. Bu araştırmada öğretmenlere göre okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma durumlarının var olan durumuyla betimlenmesi amaçlanmaktadır.

Evren ve Örneklem

Araştırma evrenini 2022-2023 istatistiklerine göre Bursa ilinde ilkokul, ortaokul ve lise kademelerindeki kamu okullarında görev yapan 41.638 öğretmen oluşturmaktadır. Kuramsal Örneklem Büyüklükleri Tablosu'na göre evren büyüklüğü 50.000 olduğunda, örneklem büyüklüğünün .05 örnekleme hatası ile en az 381 olması önerilmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). Örneklem seçiminde olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden basit rasgele örnekleme yöntemi kullanılmış, verilerin toplanmasında gönüllülük esas alınmıştır. Araştırmaya Bursa'nın farklı ilçelerindeki kamu okullarında görev yapan 383 öğretmen katılmıştır. Araştırmaya katılan öğretmenlerin demografik özellikleri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Öğretmenlerin Demografik Özellikleri

| Cinsiyet | Sıklık | Yüzde | Geçerli Yüzde | Birikimli Yüzde |
|-------------------------|--------|-------|---------------|-----------------|
| Kadın | 206 | 53.8 | 53.8 | 53.8 |
| Erkek | 177 | 46.2 | 46.2 | 100.0 |
| Toplam | 383 | 100.0 | 100.0 | |
| Eğitim durumu | | | | |
| Lisans | 300 | 78.3 | 78.3 | 78.3 |
| Lisansüstü | 83 | 21.7 | 100.0 | 100.0 |
| Toplam | 383 | 100.0 | 100.0 | |
| Görev Yapılan Okul türü | | | | |
| Okul öncesi- ilkokul | 93 | 24.3 | 24.3 | 24.3 |
| Ortaokul | 103 | 26.9 | 26.9 | 51.2 |
| Ortaöğretim | 135 | 35.2 | 35.2 | 86.4 |
| Diğer | 52 | 13.6 | 13.6 | 100.0 |
| Toplam | 383 | 100.0 | 100.0 | |
| Mesleki Kıdem | | | | |
| 1-10 | 94 | 24.5 | 24.5 | 28.9 |
| 11-15 | 88 | 23.0 | 23.0 | 47.5 |
| 16-20 | 74 | 19.3 | 19.3 | 66.8 |
| 21-25 | 67 | 17.5 | 17.5 | 84.3 |
| 26 ve üstü | 60 | 15.7 | 15.7 | 100.0 |
| Toplam | 383 | 100.0 | 100.0 | |
| Görev Yapılan İlçe | | | | |
| Merkez | 292 | 76,2 | 76,2 | 76,2 |
| Diğer | 91 | 23,8 | 23,8 | 100,0 |

Toplam 383 100,0 100,0

Tablo 1'e göre katılımcı öğretmenlerin %53,8'i kadın, %46,2'si erkektir ve %78,3'ü lisans mezunudur. %24,3'ü okul öncesi ve ilkokulda, %26,9'u ortaokulda, %35,2'si lisede, %13,6'sı diğer kurumlarda görev yapmaktadır. %24,5'inin mesleki kıdemi 1-10 yıl, %15,7'sinin mesleki kıdemi ise 26 yıl ve üzeridir. Öğretmenlerin %76,2'si merkez ilçelerde (Osmangazi, Nilüfer, Yıldırım, Gürsu, Kestel), %23,8'i diğer ilçelerde görev yapmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından hazırlanan Kişisel Bilgi Formu ile Tanrıoğen ve Sarı (2017) tarafından geliştirilen "Okul Yöneticilerinin Algı Yönetimi Taktikleri Ölçeği" kullanılmıştır. Araştırma uygulaması için Bursa İl Millî Eğitim Müdürlüğü'nde uygulama izinleri ve etik kurul onayı alınmıştır. Okul Yöneticilerinin Algı Yönetimi Taktikleri Ölçeği 22 maddeden ve tek boyuttan oluşan 5'li likert tipi bir ölçektir. Ölçeğin Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı 0,976 (Sarı, 2019), bu araştırmada ise .965 olarak hesaplanmıştır. Kişisel bilgi formunda bağımsız değişken olarak görev yapılan ilçe, görev yapılan okul türü, mesleki kıdem, eğitim durumu ve cinsiyet değişkenleri dikkate alınmıştır.

Verilerin Toplanması ve Verilerin Analizi

Araştırma verileri araştırmacılar tarafından yüz yüze iletişimle ve Google forms aracılığıyla toplanmıştır. Veriler öncelikle MS Excel programı kullanılarak tablolştırılmış, daha sonra SPSS 22 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Öncelikle verilerin normal dağılıma uygun olup olmadığına bakılmıştır. Büyüköztürk'e (2004) göre grup büyüklüğünün 50'den küçük olması durumunda Shapiro-Wilk, 50'den büyük olması durumunda Kolmogorov-Smirnov Testi puanların normal dağılıma uygunluğunu incelemeye kullanılır ve hesaplanan p değerinin .05'ten büyük çıkması durumunda puanların normal dağılımından anlamlı sapma göstermediği şeklinde yorumlanır. Kolmogorov-Smirnov Testi sonucunda $p = .200$ ($p > .005$) olarak ölçülmüştür. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin %5 güven aralığı için ± 2.58 , %1 güven aralığı için de ± 1.96 olması beklenir (Liu vd., 2005). Çarpıklık ve basıklık testinin sonuçlarına bakıldığında, çarpıklık değerinin .114, basıklık değerinin .632 olduğu, %1 güven aralığında beklenen aralıkta olduğu görülmektedir. Araştırma verileri normal dağılıma sahip olduğundan analizlerde parametrik test istatistiği kullanılmıştır.

Okul Yöneticilerinin Algı Yönetimi Taktikleri Ölçeği 5'li likert derecelendirme ile ölçeklenmektedir. Ölçekten en az 22 en çok 110 puan alınabilmekte ve ölçekten alınan puanın artması öğretmenlerin okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma düzeyine ilişkin algılarının da arttığı anlamına gelmektedir (Sarı, 2019). 5'li likert ölçeklerine göre aritmetik ortalama değerlendirme aralıkları Tablo 2'de verilmiş, bulgular bu doğrultuda yorumlanmıştır.

Tablo 2. 5'li Likert Ölçeğine Göre Aritmetik Ortalamaların Değerlendirme Aralığı

| Aralık | Düzy |
|-----------|--------------|
| 1.00-1.80 | Hiçbir zaman |
| 1.81-2.60 | Nadiren |
| 2.61-3.40 | Ara sıra |
| 3.41-4.20 | Çoğu zaman |
| 4.21-5.00 | Her zaman |

Tablo 2'ye göre puanlardaki artış öğretmenlerin okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma düzeyine ilişkin algılarının yüksekliğini, azalma ise düşüklüğünü göstermektedir.

BULGULAR

Öğretmenlerin okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma durumlarına ilişkin görüşleri Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Öğretmenlerin Okul Yöneticilerinin Algı Yönetimi Taktiklerine Kullanma Durumlarına İlişkin Görüşleri

| Değişkenler | N | \bar{X} | ss | Düzye |
|--------------------------|-----|-----------|------|----------|
| Algı Yönetimi Taktikleri | 383 | 2.88 | 4.05 | Ara sıra |

Tablo 3'e göre öğretmenlerin okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerine ilişkin görüşlerinin "ara sıra" düzeyinde olduğu, ortalama değerinin $\bar{X}=2,88$ olarak gerçekleştiği görülmektedir. Bu durumda öğretmenlerin yöneticilerin algı yönetimi taktiklerine ara sıra başvurduğunu düşündükleri söylenebilir. Öğretmenlerin okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma durumlarının öğretmenlerin cinsiyetlerine göre değişip değişmediğine ilişkin t-testi sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Öğretmenlerin Cinsiyet Değişkenine Göre Okul Yöneticilerinin Algı Yönetimi Taktiklerini Kullanma Durumlarına İlişkin T-testi Sonuçları

| Değişkenler | Cinsiyet | N | \bar{x} | ss | sd | t | p |
|--------------------------|----------|-----|-----------|------|-----|-------|-------|
| Algı Yönetimi Taktikleri | Kadın | 206 | 2.93 | 4.31 | 381 | 1.221 | .047* |
| | Erkek | 177 | 2.82 | 3.72 | | | |

* $p<.05$

Tablo 4 incelendiğinde öğretmenlerin okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerine [$t(381)=1,221, p<.05$] ilişkin algılarının cinsiyete göre istatistiksel açıdan anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Kadın öğretmenlerin ($\bar{X}=2,93$) okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma düzeyine ilişkin algılarının erkek öğretmenlere ($\bar{X}=2,82$) göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Öğretmenlerin okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma durumlarının öğretmenlerin görev yaptıkları okul türüne göre değişip değişmediğine ilişkin ANOVA sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Öğretmenlerin Görev Yaptıkları Okul Türüne Göre Okul Yöneticilerinin Algı Yönetimi Taktiklerini Kullanma Durumlarına İlişkin ANOVA Sonuçları

| | Varyansın Kaynağı | Kareler Toplamı | sd | Kareler Ortalaması | F | p | Fark |
|--------------------------|-------------------|-----------------|-----|--------------------|-------|-------|---|
| Algı Yönetimi Taktikleri | Gruplar arası | 10622.073 | 3 | 3540.691 | 91.78 | .000* | Okul ö İlkokul- ortaöğretim Ortaokul- ortaöğretim |
| | Grup içi | 146211.781 | 379 | 385.783 | | | |
| | Toplam | 156833.854 | 382 | | | | |

* $p<.05$

Tablo 5 incelendiğinde öğretmenlerin, okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerine [$F_{(3,379)}=9,178, p<.05$] ilişkin görüşlerinin öğretmenlerin görev yaptığı okul türüne göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir. Farkın hangi grupların arasında olduğunu bulmak için Scheffe Testi yapılmıştır, okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma düzeyine ilişkin ortaöğretim öğretmenlerinin ($\bar{X}=3,17$) görüşlerinin okul öncesi-ilkokul ($\bar{X}=2,68$) ve ortaokul ($\bar{X}=2,64$) öğretmenlerinden daha yüksek olduğu görülmüştür. Öğretmenlerin okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma durumlarının öğretmenlerin eğitim durumuna göre değişip değişmediğine ilişkin t-testi sonuçları Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Öğretmenlerin Eğitim Durumuna Göre Okul Yöneticilerinin Algı Yönetimi Taktiklerini Kullanma Durumlarına İlişkin T-Testi Sonuçları

| Değişkenler | Cinsiyet | N | \bar{x} | ss | sd | t | p |
|--------------------------|------------|-----|-----------|------|-----|--------|-------|
| Algı Yönetimi Taktikleri | Lisans | 300 | 2.80 | 4.04 | 381 | -3.363 | .001* |
| | Lisansüstü | 83 | 3.17 | 3.82 | | | |

* $p<.05$

Tablo 6 incelendiğinde öğretmenlerin okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerine [$t(381) = -3,363, p < .05$] ilişkin algılarının eğitim durumuna göre istatistiksel açıdan anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Lisansüstü mezunu öğretmenlerin ($\bar{X}=3,17$) okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma düzeyine ilişkin algılarının lisans mezunu öğretmenlere ($\bar{X}=2,80$) göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Öğretmenlerin okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma durumlarının öğretmenlerin mesleki kıdeme göre değişip değişmediğine ilişkin ANOVA sonuçları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Öğretmenlerin Mesleki Kıdemlerine Göre Okul Yöneticilerinin Algı Yönetimi Taktiklerini Kullanma Durumlarına İlişkin ANOVA Sonuçları

| | Varyansın Kaynağı | Kareler Toplamı | sd | Kareler Ortalaması | F | p | Fark |
|--------------------------|-------------------|-----------------|-----|--------------------|-------|-------|-------------------|
| Algı Yönetimi Taktikleri | Gruplar arası | 6057.685 | 4 | 1514.421 | 3.797 | .005* | 1-10/ 26 ve üzeri |
| | Grup içi | 150776.169 | 378 | 398.879 | | | 11-15/26 ve üzeri |
| | Toplam | 156833.854 | 382 | | | | 16-20/26 ve üzeri |

* $p < .05$

Tablo 7 incelendiğinde öğretmenlerin okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerine [$F_{(5,377)} = 4,407, p < .05$] ilişkin görüşlerinin öğretmenin mesleki kıdemine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir. Farkın hangi grupların arasında olduğunu bulmak için Scheffe Testi yapılmıştır, okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma düzeyine ilişkin mesleğinde 26 yıl ve üzeri deneyimi olan öğretmenlerin ($\bar{X}=3,28$) görüşlerinin 1-10 yıl deneyimi olan ($\bar{X}=2,26$), 11-15 yıl deneyimi olan ($\bar{X}=2,27$) ve 16-20 yıl deneyimi olan ($\bar{X}=2,75$) öğretmenlerden daha yüksek olduğu görülmüştür. Öğretmenlerin okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma durumlarının öğretmenlerin görev yaptıkları ilçeye göre değişip değişmediğine ilişkin ANOVA sonuçları Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Öğretmenlerin Görev Yaptıkları İlçelere Göre Okul Yöneticilerinin Algı Yönetimi Taktikleri Kullanma Durumlarına İlişkin ANOVA Sonuçları

| | Varyansın Kaynağı | Kareler Toplamı | sd | Kareler Ortalaması | F | p | Fark |
|--------------------------|-------------------|-----------------|-----|--------------------|-------|------|------|
| Algı Yönetimi Taktikleri | Gruplar arası | 8988.587 | 13 | 691.430 | 1.726 | .054 | |
| | Grup içi | 147845.267 | 369 | 400.665 | | | - |
| | Toplam | 156833.854 | 382 | | | | |

* $p < .05$

Tablo 8 incelendiğinde öğretmenlerin, okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerine [$F_{(13,369)} = 1,726, p > .05$] ilişkin görüşlerinin öğretmenin görev yaptığı ilçeye göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği görülmektedir.

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu araştırma okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerine ilişkin Bursa ilinde ilkököl, ortaokul ve lise kademesindeki kamu okullarında görev yapan öğretmenlerin görüşlerinin belirlenmesi amacıyla 383 öğretmenin katılımıyla gerçekleştirilmiş ve araştırmaya dayalı sonuçlar elde edilmiştir.

Robbins ve Judge'a (2013) göre insanların algılarının örgütsel davranış anlamında neden önemli olduğu neyin gerçek olduğundan ziyade insanların neyi gerçek olarak algıladıklarına göre şekillenmektedir (Robbins ve Judge, 2013). Algı yönetiminde insanların yerleşik algılarını anlamlandırmak bireylerin nasıl ve neyden etkilendiği konusunda sağlam bir temel oluşturur ki bu anlamda yöneticilere yönelik mevcut algıların analiz edilmesi algı yönetiminde kritik bir noktadır (Aktepebaşı, Altınay ve Dağlı, 2018). Araştırmada öğretmenlerin yöneticilerin algı

yönetimi taktiklerine ara sıra başvurduğunu düşündükleri tespit edilmiştir. Sarı (2019) tarafından yapılan çalışmada öğretmenlerin yöneticilerin kullandıkları algı yönetimi taktiklerine ilişkin görüşleri “nadiren” olarak bulunmuş ve bu bulgu, yöneticilerin okullarda algı yönetimi taktiklerine nadiren başvuruyor olabileceği ya da öğretmenlerin aslında bir algı yönetimine maruz kaldıklarını fark etmemiş olabileceği, dolayısıyla yöneticilerin algı yönetimi kullanma konusunda oldukça başarılı olduğu şeklinde yorumlanmıştır. Uylas (2017) tarafından yapılan çalışmada ise öğretmenlerin yöneticilerin kullandıkları algı yönetimi taktiklerini kullanmalarına ilişkin görüşlerinin “sık sık”, Çoban (2019) tarafından yapılan çalışmada ise “her zaman” düzeyinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Trust ve Yeukai (2016) tarafından yükseköğretimde algı yönetimi taktiklerine yönelik farkındalığın değerlendirilmesi amacıyla yapılan çalışmada öğretim görevlilerinin üniversite ortamında kullanılan algı yönetimi taktikleri konusunda farkındalıklarının düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerine ilişkin öğretmenlerin algılarının cinsiyete, öğretmenin görev yaptığı okul türüne, eğitim durumuna, mesleki kıdemine göre anlamlı şekilde farklılık gösterdiği ancak öğretmenin görev yaptığı ilçeye göre anlamlı farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Kadın öğretmenlerin erkek öğretmenlere, ortaöğretim öğretmenlerinin ilkökul ve ortaokul öğretmenlerine, lisansüstü mezunu öğretmenlerin lisans mezunu öğretmenlere, mesleğinde 26 yıl ve üzeri deneyimi olan öğretmenlerin 1-5 yıl ve 16-20 yıl deneyimi olan öğretmenlere göre okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini daha fazla kullandığını düşündükleri bulgusuna ulaşılmıştır. Atalay (2019) tarafından yapılan çalışmada okul müdürlerinin kullandıkları örgütsel strateji ve taktiklere ilişkin öğretmen görüşlerinin cinsiyete, öğrenim durumuna göre anlamlı şekilde farklılaştığı ancak mesleki kıdeme göre farklılaşmadığı görülmüştür. Bu araştırmanın sonuçlarını destekler biçimde, kadın öğretmenlerin erkek öğretmenlere, lisansüstü eğitim mezunu öğretmenlerin, ön lisans ve lisans mezunu öğretmenlere göre okul müdürlerinin daha yüksek düzeyde örgütsel strateji ve taktik kullandığını düşündükleri sonucuna ulaşılmıştır.

Algı yönetimi taktiklerinin kullanılmasında veya kullanıldığı fark edilmesinde eğitim durumları, bireylerin bilgi düzeylerini, algıladıklarını yorumlama ve eleştirel düşünme becerileri ile iletişim yeteneklerini belirleyen önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Ayrıca Konan ve Çavuşoğlu (2018) tarafından yapılan çalışmada okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini kullanma durumlarına ilişkin öğretmenlerin algılarının cinsiyete göre değişkenlik gösterdiği bulgusuna ulaşılmış ancak bu çalışmadan farklı olarak erkek öğretmenlerin kadın öğretmenlere göre okul yöneticilerinin algı yönetimi taktiklerini daha fazla kullandıklarını düşündüğü sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında Drory ve Beaty (1991), erkeklerin politik davranışlara karşı kadınlardan daha hoşgörülü olduğunu, katılımcıların kendi cinsiyetindeki politik manipülatörlere göre karşı cinsiyetteki politik manipülatörlere daha olumlu baktıklarını ifade etmektedir. Bu bağlamda algı yönetimi taktiklerini kullanan yöneticilerin cinsiyeti ile yöneticisinin algı yönetimi taktiklerini kullandığını ifade eden çalışanların aynı cinsiyetten olması kabul edilebilirliği etkilediği söylenebilir.

Öğretmenlerin yöneticilerin kullandığı algı yönetimi taktiklerini ne zaman, hangi durumlarda kullandıklarının farkında olmaları ve algılarının yönetilmesine izin vermemeleri, farklı veri kaynaklarının kullanılmasıyla birlikte algı yönetiminin ve manipülasyonun önüne geçilebileceği, yaşanan duruma yönelik bilinçli farkındalıklarını artırmaları ve etkili karar verme stratejilerini kullanmaları önerilmektedir. Yöneticilerin ne zaman, hangi durumlarda algı yönetimine başvurdukları, hangi taktikleri ne sıklıkla kullandıklarına dair olgubilim (fenomenoloji) deseninde araştırmalar tasarlanabilir. Ayrıca örgüt hedeflerine taşıma amacına yönelik algı yönetimi taktiklerini kullanma konusunda eğitim yöneticilerine özgü eğitim programları hazırlanabilir. Yönetim anlayışında etik unsurlara dikkat eden, mesleğinde doğruluk ve dürüstlüğü ilke edinerek insani, toplumsal ve evrensel değerleri öncelikleyen, insanların kişilik haklarına saygılı davranan ve bu değerleri gözeterek okul yöneticilerinin örgüt hedefleri doğrultusunda harekete geçirebilmesi adına algı yönetimi taktiklerini kullanmasının örgüte yansımalarının olumlu kazanımlarının da olabileceği söylenebilir. Ancak, okul yöneticilerinin kullandığı algı yönetimi taktiklerinin örgüt iklimi, örgütsel motivasyon, örgütsel bağlılık, örgütsel güven, örgüt içi iletişim açısından örgüte yansımalarının çeşitli değişkenler açısından örgütsel davranış bağlamında değerlendirilebilecek farklı araştırmaların tasarlanabileceği önerilmektedir.

Etik Beyan ve Kurul Onayı

Bu araştırmada bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur. Etik kurul izninin verildiği üniversite Uludağ Üniversitesi olup iznin/onayın verildiği tarih 25.10.2022 numarası ise 2022-10 (resmi yazı sayısı: E-92662996-044-85394) sayılı oturumdur.

KAYNAKÇA

- Aktepebaşı, A., Altınay, Z., & Dağlı, G. (2018). Teacher opinions regarding the perception management levels of school administrators. *Quality & Quantity*, 52, 215–221. Doi: 10.1007/s11135-017-0603-7.
- Atalay, A. (2016). Okul müdürlerinin algı yönetimine ilişkin öğretmen görüşleri. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Arğın, E. (2018). Algı yönetimi ve sosyal medya: 2017 Anayasa referandumu üzerinden bir inceleme. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Arğın, E. (2021). Algı, sosyal algı ve algı yönetiminin sosyal medyada kullanımı. USA: İKSAD Publishing House.
- Bakan, İ., & Kefe, İ. (2012). Kurumsal açıdan algı ve algı yönetimi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 19-34.
- Barroso, C. (2013). Context, information's meaning, and perception. *8th Conference of the European Society for Fuzzy Logic and Technology (EUSFLAT 2013)*, Milan/Italy.
- Bozkanat, E. (2021). Algı yönetimi ve propaganda: Nazi Almanyası üzerinden bir değerlendirme. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 16(55), 74-94. Doi: 10.14783/maruoneri.822296.
- Bughulashvili, M. (2013). The perception process: Its application to work settings. *Journal of Business*, 2(1), 9-13.
- Büyüköztürk, Ş. (2004). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı istatistik, araştırma deseni SPSS uygulamaları ve yorum. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Cabioğlu, M, T., & İşeri, S., Ö. (2015). Methodological approach in perception management. *Open Access Library Journal*, 2, 1-7. Doi: 10.4236/oalib.1101699.
- Callamari, P., & Reveron, D. (2003). China's use of perception management. *International Journal of Intelligence and Counter Intelligence*, 16, 1–15. Doi: 10.1080=08850600390121430.
- Can, A. (2008). The perception of reality and its effect on the behavioral change in the context of public relations. *KMU İİBF Dergisi*, 10(14), 1-9.
- Çamur, Ö. (2020). Kamu yönetimi ve kurumsal algı yönetimi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(3), 851-890.
- Çepni, S. (2021). Araştırma ve proje çalışmalarına giriş. Trabzon: Celepler Matbaacılık Basım Yayın ve Dağıtım.
- Çoban, B. (2019). Öğretmenlerin okul yöneticilerinin yönetim becerileri ve algı yönetimine ilişkin görüşleri arasındaki ilişki. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- Démuth, A. (2013). Perception theories. Slovakia: Filozofická fakulta Trnavskej univerzity v Trnave.
- Derman, G. S. (2021). Perception management in the media. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 11(1), 64-78.
- Dinçeli, D. (2020). Görsel düşünme ve algı. *İdil*, 67, 545-552. Doi: 10.7816/idil-09-67-11.
- Doko, E. (2022). Felsefe ve bilimde algı yönetimi. *Lacivert Dergi*, 92, 32-35.
- Drory, A., & Beaty, D. (1991). Gender differences in the perception of organizational influence tactics. *Journal of Organizational Behavior*, 12(3), 249-258.

- Elnaga, A. A. (2012). The impact of perception on work behavior. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 2(2), 56-71.
- Elsbach, D. K. (2006). Organizational perception management. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc Publishers.
- Eraslan, L. (2018). Sosyal medya ve algı yönetimi: Sosyal medya istihbaratına giriş. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Güney, S. (2012). Sosyal psikoloji. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Jawah, L. E. (2015). Manager's perception of what constitutes good management which should enhance productivity in institutions of higher learning. *European Journal of Business and Innovation Research*, 3(5), 49-67.
- Karasar, N. (2023). Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar, ilkeler, teknikler. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Kayabaş, Y. E. (2020). Effect on perception and perception management on public diplomacy in public management. *Elm va İnnovativ Texnologiyalar (ESJR)*, 13, 12-30. Doi: 10.30546/2616-4418.13.2020.12.
- Kayabaş, Y. E. (2021). Effect of perception management on customer loyalty, company profitability and average lifetime. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Near East University, KKTC.
- Kılınc, M. (2021). Öğretmen görüşlerine göre okul yöneticilerinin algı yönetim taktikleri ile öğretmenlerin işle bütünleşmelerinin örgütsel ikiyezlülükle ilişkisi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.
- Konan, N., & Çavuşoğlu, D. (2018). The opinions of teachers on the levels of school principals' use of perception management. *International Online Journal of Educational Sciences*, 10. Doi: 10.15345/iojes.2018.05.004.
- Korkmaz, Y., & Koşar, D. (2023). Teachers' views on the influence tactics used by school administrators. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 43(2), 1101-1128. Doi: 10.17152/gefad.1325095.
- Liu, C., Marchewka, J. T., Lu, J., & Yu, C. S. (2005). Beyond concern: A privacy-trust behavioral intention model of electronic commerce. *Information & Management*, 42, 289- 304.
- Mengü, M., & Türk, E. (2021). Digital perception management. (Ed. Karadoğan-Doruk, S., Mengü, S., & Ulusoy, E.). Digital Siege in. İstanbul: İstanbul University Press. Doi: 10.26650/B/SS07.2021.002.08.
- Otara, A. (2011). Perception: A guide for managers and leaders. *Journal of Management and Strategy*, 2(3), 21-24. Doi: 10.5430/jms.v2n3p21.
- Özer, M. A. (2012). Bir modern yönetim tekniği olarak algılama yönetimi ve iç güvenlik hizmetleri. *Karadeniz Araştırmaları*, 33, 147-180.
- Pam, W. B. (2013). Perceptual differences and the management of people in the organization. *International Journal of Applied Psychology*, 3(4), 102-108. Doi: 10.5923/j.ijap.20130304.02.
- Robbins, S., & Judge, T. (2013). Örgütsel davranış. H. E. Erdost - Çolak, H. E. (Çev). Ankara: Nobel Yayınları.
- Sarı, T. (2019). Okul yöneticilerinin algı yönetimi taktikleri, örgüt iklimi ve öğretmen motivasyonu arasındaki ilişkiler. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Savaş, G. (2022). What is perception management and how is it done? <https://www.gulaysavas.com.tr/en/what-is-perception-management-and-how-is-it-done/#:~:text=Various%20impression%20management%20tactics%20include,appreciating%20others%2C%20or%20being%20consistent.>
- Shay, S. (2019). War, cognitive biases and perception management: The time has come. *Infinity Journal*, 6(4), 28-33.

- Siegel, P. C. (2005). Perception management: IO's stepchild? *Low Intensity Conflict & Law Enforcement*, 13(2), 117-134. Doi:10.1080/09662840500347314.
- Tanrıöğen, A., & Sarı, T. (2017). Okul yöneticilerinin algı yönetimi taktikleri (YAYT) ölçeğinin geliştirilmesi: Güvenirlilik ve geçerlik çalışması. IV. *International Eurasian Educational Research Congress* içinde (s.461-462). Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Tanrıöğen, A., & Sarı, T. (2019). A study of scale development for determining the perception management tactics (PEMATS) used by School administrators. *Educational Administration: Theory and Practice*, 25(4), 805-840. Doi: 10.14527/kuey.2019.020.
- Teryima, S. J., & Anna U. V. (2016). Perception management: A strategy for effective decision making and productive managerial performance in business organizations: a survey of selected Manufacturing firms in Nigerai. *Journal of Business and Economics*, 7(1), 163-181. Doi: 10.15341/jbe(2155-7950)/01.07.2016/014.
- Trust, N., & Yeukai, M.S. (2016). Wait for time to heal a severely battered image: Positing perception management in higher and Tertiary Institutions in Zimbabwe. *International Journal of Humanities Social Sciences and Education (IJHSSE)*, 3, 2, 107-114.
- Tufan, R. B. (2022). Olumsuz algı yönetimi biçimi olarak inkarcıların Kur'an'da tuzak kurma eylemleri. *Journal of Analytic Divinity*, 6(1), 249-267. Doi: 10.46595/jad.1095317.
- Tunç, A., & Atılğan, A. (2017). Algı üzerine kurulu yönetsel bir anlayış: Algı'nın yönetimi. *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*, 3(3), 228-238.
- Uylas, S. D., & Argon, T. (2020). Developing Perception Management Scale (Administrator Version): A Study on Validity and Reliability. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16 (29 Ekim Özel Sayısı), 3302-3320. Doi: 10.26466/opus.689102.
- Uylas, S. D. (2017). Okul yöneticilerinin sosyal-duygusal eğitim liderliği ve algı yönetimine ilişkin öğretmen görüşleri. (Yayınlanmamış doktora tezi). Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Uylas, S. D. (2020). Developing perception management scale (administration version): A study on validity and reliability. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(30), 3302-3320. Doi: 10.26466/opus.689102.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zaman, K. (2007). Perception management a core IO capability (Doctoral dissertation, Monterey, California. Naval Postgraduate School).
- Zengin, Ş., & Bekmezci, M. (2021). Algı yönetimi ve işletmeler açısından önemi. *International Journal of Commerce, Industry and Entrepreneurship Studies (UTISGAD)*,1(1), 37-52.