

AKADEMİK MOTİVASYON VE OKUL İMAJI İLİŞKİSİ

¹Oğuz Özbek^{ABCDE}

A Çalışma Deseni (Study Design)

B Verilerin Toplanması (Data Collection)

C Veri Analizi (Statistical Analysis)

D Makalenin Hazırlanması (Manuscript Preparation)

E Maddi İmkanların Sağlanması (Funds Collection)



Özet: Bu çalışmanın amacı, Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin akademik motivasyonları ile okullarına ilişkin imaj algılarını bazı değişkenlere göre incelemektir. Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Ankara'da bulunan bir devlet üniversitesinin Spor Bilimleri Fakültesinde öğrenim gören 850 öğrenci, örneklemini ise bu evrenden kolayda örneklem yöntemi ile seçilen 343 öğrenci oluşturmuştur. Veri toplama aracı olarak kullanılan Kurumsal İmaj Ölçeğinde beşli, Akademik Motivasyon Ölçeğinde ise yedili Likert tipi derecelendirme ölçeği kullanılmıştır. Verilerin güvenilirliği için Cronbach's Alpha katsayısına bakılmış, kurumsal imaj algısı verileri için .92, akademik motivasyon verilerin için .88 bulunmuştur. Veriler normal dağıldığı için parametrik testlerden, Pearson Momentler Çarpımı Korelasyonu, ikili gruplar için t testi, ikiden fazla gruplar için ANOVA testi kullanılmıştır. Gruplar arası farkı test etmek için Tukey HSD testi kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre kurumsal imaj algısı ile akademik motivasyon arasında orta düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Sınıflara göre, akademik çevre, fiziksel çevre, toplumsal çevre boyutunda ve kurumsal imaja ilişkin görüşler arasında fark bulunmuştur. Öğrencilerinin sınıf ve cinsiyet değişkenlerine göre akademik motivasyon düzeyleri arasında fark bulunamamıştır. Motivasyonsuzluk alt boyutunda kadın öğrencilerin düzeyi erkek öğrencilere göre daha düşük bulunmuştur. Birinci sınıf öğrencilerinin dördüncü sınıf öğrencilerine göre, kadın öğrencilerin erkeklere göre, motivasyonsuzluk düzeylerinin daha düşük olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Spor Bilimleri Fakültesi, Akademik motivasyon, Kurumsal imaj, Yükseköğretim

¹ Sorumlu yazar, Ankara Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, oozbek@sports.ankara.edu.tr

ACADEMIC MOTIVATION AND SCHOOL IMAGE RELATIONSHIP

Abstract: The aim of this study was to investigate the academic motivations of students of the Faculty of Sport Sciences and their image perceptions of their schools according to some variables. Quantitative research method was used in the study. The population of the study consisted of 850 students studying at the Faculty of Sports Sciences of a state university in Ankara and 343 students selected by convenience sampling method from this universe. Five-point Likert-type rating scale was used for Institutional Image Scale and seven for Academic Motivation Scale. Cronbach's Alpha coefficient was examined for the reliability of the data, and .92 for institutional image perception and .88 for academic motivation data. Since the data were normally distributed, Pearson Product-Moment Correlation, t-test for binary groups, One-Way ANOVA for more than two groups were used from parametric tests. Tukey HSD test was used to test the difference between the groups. According to analyze results there was a moderate positive and significant relationship between institutional image perception and academic motivation. According to the classes, there was a difference between the views on academic environment, physical environment, social environment and institutional image. There was no difference between academic motivation levels of students according to class and gender variables. In the amotivation sub-dimension, the level of female students was lower than male students. It was found that first year students had lower levels of motivation than female students compared to fourth year students.

Key Words: Faculty of Sport Sciences, Academic motivation, Corporate image, Higher education

SUMMARY

Introduction: While higher education institutions providing sports training have been operating as physical education and sports schools, some of them have been turned into sports sciences faculty since 2011. The increasing number of faculties of sports sciences is receiving students with a special talent examination and central placement score. The faculties of Sport Sciences are at the level of graduate education, and higher education institutions that train sports manager, trainer and physical education and sports teachers. The faculties of sports sciences are in the race to be preferred by the elite athletes and the students with high points in university entrance exam. Studies examining the corporate image of higher education institutions and the academic motivation of students are available (Meens ve ark., 2018; Wilkins and Huisman, 2015). However, there is no study on the relationship between the school's corporate image and the students' academic motivation. **Aim:** In this study, the academic motivation of the students of the sports sciences faculty and the perceived corporate image of their schools were examined according to gender, class and department variables. **Method:** The study was designed as a quantitative research; relational screening modelling. Data collection tools were applied to 343 students to keep the reliability high. In order to collect data, the Corporate Image Perception Scale developed by Cankurtaran and Özbek (2015) and the Academic Motivation Scale adapted to Turkish by Karagüven (2012) were used. **Findings and discussion:** According to analyse results, it was found that there was a moderate significant relationship between corporate image perception and academic motivation. Similarly, Polat (2011) found that the perceived organizational image had a significant effect on the students' academic achievement, as the positive image perception of the university increased, the academic achievement of the students increased. In the study, it was observed that the corporate image perception of the schools of the sports sciences students was at a medium level. Similar to the findings of the study, Cankurtaran, Özbek (2012) and Koçak (2014) found that higher education institutions providing sports training had a medium level corporate image. In the study conducted by Örer (2006), it was found that students had a positive perception on the communication dimension with corporate image, services and instructors, socio-cultural activities and negative perception on the promotion of the university itself. According to the gender of the students, the perception of corporate image, the academic environment dimension, physical environment dimension and social environment dimension, there was no significant difference in their views. Similarly, in the study of Koçak (2014) and Cerit (2006), it was determined that the corporate image perceptions of the students' schools did not

differ by gender. In Polat's (2010) study, it was determined that the image of the university was different according to gender. A difference was seen between students' perceptions of academic environment, physical environment and corporate image. Similarly, Koçak (2014) found a significant difference between the students' views on academic environment, physical environment, social environment dimensions and corporate image according to class variable. In Cerit's (2006) study, it was determined that the dimensions of academic environment, physical and social environment differ according to class variable but there is no difference in social perception dimension. In the study of Cankurtaran and Özbek (2012), no significant difference was found between the students' views on the corporate image according to the class variable. According to the gender of the students of the faculty of sports sciences, there was no difference in their opinions on academic motivation. In contrast to the results of the study, it was found that academic motivation was differentiated according to gender in the study conducted by Alemdağ, Yılmaz and Öncü (2014), Gömleksiz and Serhatlıoğlu (2013) and Eymur and Geban (2011). In the study, the level of female students was lower than that of male students in amotivation sub-dimension of motivation. Similarly, Turkish female students' amotivation level was lower than that of male students (Ardeńska et al., 2016). In another study, similar to the findings of the study, female students were found to have low academic amotivation compared to male students (Horyna and Bonds-Raake, 2012). **Conclusion:** Sports science faculties improve their image by selecting qualified instructors to their academic staff, increasing the number and the variety of the programs and adapting to social and technological developments. Social and sports-related projects to be realized, projects increasing the quality and quantity of the country's sports will improve the perception of positive corporate image in terms of both faculties and in terms of universities they are linked.

1. GİRİŞ

Bireyin toplumsal yaşama katılmasında aldığı eğitimin önemi büyüktür. Özellikle yükseköğretimde verilen eğitim, bireyin meslek edinmesinde önemli bir yer tutar. Lisans düzeyinde eğitim veren yükseköğretim kurumları, meslek edindirme ve araştırma faaliyetlerini birlikte yürütür. Üniversiteye girişte eğitim ortamı ve fiziksel koşullar önemli bir tercih nedenidir. Üniversitenin kamuoyunda ve öğrencilerinin gözünde oluşan bir imajı vardır. Öğrenci tercihlerinde bu imajın etkisi büyüktür. Öğrencilerin okullarının imajını olumlu algılamaları onların okullarından duyduğu memnuniyeti artırır (Örer, 2006). Üniversitenin eğitim imajını oluşturan programın tanınmışlığı, toplumda tanınırlık ve ders dışı etkinlikler, okul seçimin etkiler (Yugo ve Reeve, 2007). Üniversitenin imaj boyutları arasında yer alan, "kalite imajı, spor imajı, fiziki altyapı imajı, sosyal çevre imajı ve eğlence imajı algıları" ile akademik başarı arasında ilişki vardır (Polat, 2011). Akademik başarı ile de akademik motivasyonun ilişkili olduğu görülmüştür (Eymur ve Geban, 2011; Meens ve ark., 2018).

Kurumsal imaj "kamuoyunun bir kurum hakkında sahip olduğu anlık zihinsel bir resimdir" (Taslak ve Akın, 2005). Okul seçiminde, okulun fiziki ve sosyal ortamı, öğretimin niteliğine ilişkin oluşan imaj öğrencilerin kararını etkilemektedir. Ayrıca üniversitenin bulunduğu şehir de öğrencilerin üniversite seçimindeki kararlarını etkilemektedir (Meriç ve Tokgöz, 2015). Öğrenciler okullarının imajını akademik çevreye, fiziksel çevreye, okulun kamuoyunda tanınırlığına, spor ve sosyal imkanlarına göre değerlendirirler (Arpan ve ark., 2003). Öğretmen görüşlerine göre, özel ilköğretim okullarının kurumsal imaj algılarının resmi ilköğretim okullarına göre

daha olumlu olduğu saptanmıştır (Özgözü, 2017). Özel üniversitelerdeki öğrencilerin devlet üniversitelerindeki öğrencilere göre, üniversitelerine yönelik kurumsal imaj algılarının yüksek olduğu görülmüştür (Şişli, 2012). Özel okulların okulun fiziki ve sosyal ortamının iyi olması öğrenci tercihinde etkili olmaktadır. Kurumsal imajın oluşmasında üniversitenin sosyal ortamı ve mezunlarının işe yerleşme kolaylığı da etkili olmaktadır (Duarte, Alves ve Raposo, 2010). Literatürde yükseköğretim kurumlarının kurumsal imajını inceleyen birçok çalışma yer almıştır (Ivy, 2001; Paden ve Stell, 2006; Cerit, 2006; Yıldırım, 2007; Polat, 2010; Koçak, 2014).

Spor eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının akademik sosyal ve fiziksel çevreye ilişkin imaj algıları öğrenci tercihlerini etkiler. Akademik çevreyi, okulun akademik kadrosunun niteliği ve kendini yenilemesi, laboratuvar, kütüphane ve bilgisayar hizmetlerinin yeterliği, okuldaki sosyal faaliyetler, okulda kongre ve sempozyum düzenlenmesi, seçmeli ders sayısı, başka bölümlerden ders alabilme olanağı, öğrenci şikayetlerinin yönetimce dikkate alınması, idari personelin işini iyi yapması oluşturur. Fiziksel çevre ise açık ve kapalı spor salonları, kantin ve kafeterya hizmetleri, soyunma odaları ve duşlar, çerçe düzenlemesi ve çevrenin temizliği oluşturur. Okulun toplumsal çevresini ise, sporun gelişimine katkısı, Gençlik ve Spor Bakanlığı, spor federasyonları ve spor kulüpleri ile ilişkileri, benzerleri arasında en çok tercih edilen olma, ulusal düzeyde ünü olma ve toplumda tanınmış gibi özellikler olma oluşturur (Cankurtaran ve Özbek, 2015).

Spor Bilimleri Fakültelerine başvuruda, okulların Yükseköğretime Giriş Sınavı puanı, akademik ortam, okulun fizik çevresi ve tesisleri, ulaşım kolaylığı etkili olmaktadır. Ayrıca, öğrencilerin kişisel ilişkileri yolu ile birbirilerine aktardıkları geri bildirimler de okula ilişkin imajı oluşturan faktörler arasındadır (Wilkins ve Huisman, 2015). Öğrencilerin okul tercihlerinde başvuru yapan öğrencilerin okulun imajına ilişkin algısı okul seçiminde önemli rol oynamaktadır. Diğer yandan öğrencinin okula girdikten sonra akademik anlamda başarılı olabilmesi, okula ilişkin beklentilerinin gerçekleşmiş olması, mezuniyet sonrası istihdama ilişkin kaygılarının azalmış olması akademik motivasyonun yüksek olmasını sağlar.

Cüceloğlu (2005) motivasyonu, "istekleri, arzuları, ihtiyaçları, dürtüleri ve ilgileri kapsayan bir kavram" şeklinde tanımlarken, Bozanoğlu (2004) akademik motivasyonu "akademik işler için gerekli enerjinin üretilmesidir" şeklinde tanımlamaktadır. Akademik motivasyon, öğrencinin okul başarısını artırmak için istek duyması, okula gitmek için belirlenmiş amaçlara sahip olması demektir (Wilkesmann ve ark., 2012). Öğrenci başarısında akademik motivasyonun yüksek olmasının etkisi vardır (Matuga, 2009). Bu doğrultuda literatür incelendiğinde Yükseköğretim kurumu öğrencilerinin akademik motivasyonlarını inceleyen çalışmaların yapıldığı görülmektedir (Arioğlu, 2009; Eymur ve Geban, 2011; Gömleksiz ve Serhatoğlu, 2013).

Spor eğitimi veren yükseköğretim kurumları beden eğitim ve spor yüksekokulu olarak faaliyet sürdürürken, 2011 yılından itibaren bir kısmı spor bilimleri fakültesine

dönüşmüştür. Sayıları giderek artan spor bilimleri fakülteleri özel yetenek sınavı ve merkezi yerleştirme puanı ile öğrenci almaktadır. Spor bilimleri fakülteleri lisans düzeyinde eğitim veren, spor yöneticisi, antrenör ve beden eğitimi ve spor öğretmeni yetiştiren yükseköğretim kurumlarıdır. Spor bilimleri fakülteleri elit sporcular ve üniversiteye giriş puanı yüksek öğrenciler tarafından tercih edilebilmek için yarış halindedirler. Yükseköğretim kurumlarının kurumsal imajını inceleyen çalışmalar ile öğrencilerin akademik motivasyonunu inceleyen çalışmalar olmasına rağmen okulun kurumsal imajı ile öğrencilerin akademik motivasyon arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmaya rastlanılmamıştır. Dolayısıyla mevcut çalışmada spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin akademik motivasyon ve okul imajlarına ilişkin görüşleri cinsiyet ve sınıf değişkenlerine göre incelenmiştir.

2. YÖNTEM

Araştırma Deseni: Araştırmanın yöntemi nicel, modeli ise ilişkisel tarama modelidir. İlişkisel tarama modeli var olan durumu ortaya koyan bir araştırma yaklaşımıdır (Karasar, 2007).

Evren ve Örneklem: Araştırmanın evrenini Ankara'daki bir devlet üniversitesinin Spor Bilimleri Fakültesine kayıtlı 850 öğrenci oluşturmaktadır. Örneklem sayısı, 0.05 kabul edilebilir hata için 265 kişiden az olmamalıdır (Ural ve Kılıç, 2006). Veri toplama araçları güvenilirliği yüksek tutmak için kolayda örneklem yöntemiyle seçilen 343 öğrenciye uygulanmıştır.

Veri Toplama Araçları: "Kurumsal İmaj Algısı Ölçeği" ve "Akademik Motivasyon Ölçeği" ile veriler toplanmıştır. Kurumsal İmaj Algısı Ölçeği, Cankurtaran ve Özbek (2015) tarafından geliştirilmiştir. Kurumsal İmaj ölçeğinde beşli Likert Tipi derecelendirme ölçeği kullanılmıştır. Ölçekte, üç alt boyutta toplam 28 madde bulunmaktadır. Vallerand ve arkadaşlarının (1992) geliştirdiği Akademik Motivasyon Ölçeği'nin Türkçe'ye uyarlaması Karagüven (2012) tarafından yapılmıştır. Akademik Motivasyon Ölçeği 28 madde ve yedi alt boyuttan oluşmuştur. Ölçeğin değerlendirilmesinde yedili Likert tipi derecelendirme ölçeğinden yararlanılmıştır.

Verilerin Analizi: Verilerin güvenilirliği için iç tutarlık katsayısı Cronbach's Alpha hesaplanmıştır. Kurumsal imaj ölçeğinden elde edilen veriler için iç tutarlık katsayısının .92, alt boyutlarında ise .76 ile .88 arasında olduğu, akademik motivasyon ölçeğinden elde edilen veriler için .91, alt boyutlarında .60 ile .80 arasında olduğu saptanmıştır (Çizelge 1). Verilerin normal dağılımı için incelenen basıklık ve çarpıklık değerlerinin +1 ve -1 arasında olduğu görülmüş, bu değerlere göre verilerin normal dağıldığı belirlenmiştir (Çizelge 1).

Çizelge 1. Ortalama, çarpıklık, basıklık ve iç tutarlık katsayı değerleri

Ölçek	Boyutlar	\bar{x}	Çarpıklık	Basıklık	Güvenirlilik
Kurumsal İmaj ölçeği	Akademik Çevre	3,15	,149	-,232	,85
	Fiziksel Çevre	2,65	,291	-,393	,76
	Toplumsal Çevre	3,23	-,093	-,335	,88
	Kurumsal İmaj	3,01	,136	-,442	,92
Akademik Motivasyon Ölçeği	Bilmeye Yönelik İçsel Motivasyon	5,46	-,704	-,137	,80
	Başarıya Yönelik İçsel Motivasyon	4,52	-,085	-,442	,72
	Uyarım Yaşamaya Yönelik İçsel Motivasyon	4,30	-,080	-,616	,78
	Belirlenmiş Dışsal Motivasyon	5,75	-,936	,379	,78
	İçe Yansıyan Dışsal Motivasyon	4,34	-,255	-,637	,75
	Dışsal Motivasyon - Dış Düzenleme	5,36	-,726	,218	,60
	Motivasyonsuzluk	2,67	,635	-,651	,78
	Akademik Motivasyon	4,95	-,325	-,205	,91

Veriler normal dağılıma uygunluk gösterdiği için parametrik testler kullanılmıştır. Korelasyon için Pearson Momentler Çarpımı Korelasyonu, ikili grupların ortalamalarının karşılaştırılması için ilişkisiz t testi, ikiden fazla grubun ortalamalarının karşılaştırılması için ilişkisiz örneklem için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Farklı olan grubu bulmak için ise Tukey HSD testinden yararlanılmıştır.

3. BULGULAR

Spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin okullarına ilişkin kurumsal imaj algısının orta düzeyde olduğu ($\bar{x}=3.01$), akademik motivasyon düzeylerinin ise ($\bar{x}=4.95$) yüksek olduğu görülmüştür (Çizelge 1). Kurumsal İmaj Algısı Ölçeği'nde yer alan maddeler arasında, "Okulumdaki öğretim elemanları niteliklidir ($\bar{x}=3.69$)" ve "Okulumda eğitimin kalitesi yüksektir ($\bar{x}=3.66$)" maddeleri en yüksek puanı alırken, "Okulumda eğitimin kalitesi yüksektir ($\bar{x}=1.88$)" maddesi en düşük puanı almıştır. Akademik Motivasyon Ölçeği'nde yer alan maddeler arasında, "Üniversite eğitiminin, seçtiğim alana daha iyi hazırlanmamda yardımcı olacağını düşünüyorum ($\bar{x}=5.96$)" ve "İleride "iyi bir hayat" yaşamak istiyorum ($\bar{x}=6.02$)" maddeleri en yüksek puanı alırken, "Neden okula gittiğimi bilemiyorum, açıkçası pek de umurumda değil" ($\bar{x}=2.46$) ve "Dürüst olmak gerekirse, bilmiyorum, aslında okulda boşa zaman harcıyormuşum gibi geliyor ($\bar{x}=2.83$)" maddeleri en düşük puanı almıştır.

Akademik motivasyon ile kurumsal imaj algısı arasında orta düzeyde anlamlı ve pozitif ($r=.339$; $p<.05$) bir ilişki saptanmıştır. Determinasyon katsayısına [$r^2=0.11$] bakıldığında, "akademik motivasyondaki" değişimin kurumsal imajdan kaynaklanma oranının %11 olduğu söylenebilir.

Çizelge 2'de görüldüğü gibi, kurumsal imaj algısının "fiziksel çevre" boyutu [$F(3, 340)=12.647$, $p<.05$], "toplumsal çevre" boyutu [$F(3, 340)=8.869$, $p<.05$] ve

“kurumsal imaj” algısına [$F(3, 340)=10.631, p<.05$] dair sınıf değişkenine göre görüşlerin puanları üzerinde yapılan ANOVA sonucunda anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. “Akademik çevre”, “fiziksel çevre” ve “kurumsal imaj” görüşlerine ilişkin ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerinin puanları, birinci sınıf öğrencilerinin puanlarına göre düşük düzeyde olduğu saptanmıştır.

Kurumsal imajın “akademik çevre” alt boyutunda sınıf değişkenine göre görüşlerin puanları üzerinde yapılan ANOVA sonucunda fark saptanmıştır [$F(3, 340)=2.851, p<.05$]. Dördüncü sınıf öğrencilerinin puanlarının, birinci sınıf öğrencilerinin puanlarına göre düşük düzeyde olduğu saptanmıştır.

Çizelge 2. Kurumsal imaja ilişkin görüşlerin sınıflara göre varyans analizi sonuçları

Boyutlar	Sınıf	N	\bar{X}	F	p	Fark (Tukey HSD)
Akademik Çevre	Birinci	88	3,34	2,851	,037	I. Sınıf > IV. Sınıf
	İkinci	90	3,12			
	Üçüncü	86	3,10			
	Dördüncü	79	3,03			
Fiziksel Çevre	Birinci	88	3,11	12,647	,001	I. Sınıf > II., III, IV. Sınıf
	İkinci	90	2,55			
	Üçüncü	86	2,52			
	Dördüncü	79	2,41			
Toplumsal Çevre	Birinci	88	3,59	8,968	,001	I. Sınıf > II, III, IV. Sınıf
	İkinci	90	3,21			
	Üçüncü	86	3,12			
	Dördüncü	79	2,96			
Kurumsal İmaj	Birinci	88	3,35	10,631	,001	I. Sınıf > II., III., IV. Sınıf
	İkinci	90	2,96			
	Üçüncü	86	2,91			
	Dördüncü	79	2,80			

Çizelge 3’de görüldüğü gibi, öğrencilerin cinsiyetlerine göre, kurumsal imaj algısı [$t(341)=1.121, p>.05$], “akademik çevre” boyutu [$t(341)=1.795, p>.05$], “fiziksel çevre” boyutu [$t(341)=.535, p>.05$] ve “toplumsal çevre” boyutuna [$t(341)=1.760, p>.05$] ilişkin puanları arasında yapılan ilişkisiz t testinde bir fark saptanmamıştır.

Çizelge 3. Kurumsal imaja ilişkin görüşlerin cinsiyete göre t testi sonuçları

Boyutlar	Cinsiyet	N	\bar{x}	t	p
Akademik Çevre	Kadın	151	3,23	1,795	,073
	Erkek	192	3,09		
Fiziksel Çevre	Kadın	151	2,63	,535	,593
	Erkek	192	2,68		
Toplumsal Çevre	Kadın	151	3,32	1,760	,079
	Erkek	192	3,16		
Kurumsal İmaj	Kadın	151	3,06	1,121	,263
	Erkek	192	2,97		

Çizelge 4’de görüldüğü gibi, cinsiyet değişkenine göre, akademik motivasyonun “bilmeye yönelik içsel motivasyon boyutu” [$t(341)=1.295, p>.05$], “başarıya yönelik

“içsel motivasyon boyutu” [$t(341)=.599, p>.05$], “içe yansıyan dışsal motivasyon boyutu” [$t(341)=1.070, p>.05$] ve “Dışsal motivasyon-dış düzenleme boyutu” [$t(341)=1.898, p>.05$] ve “akademik motivasyona” [$t(341)=1.902, p>.05$] dair görüşlerin puanları arasında yapılan ilişkisiz t testinde fark bulunamamıştır. Öğrencilerin “belirlenmiş dışsal motivasyon” alt boyutunda cinsiyete göre puanlar arasında yapılan ilişkisiz t testi ile fark saptanmıştır [$t(341)=1.121, p<.05$]. Erkek öğrencilerin “belirlenmiş dışsal motivasyon” puanları kadın öğrencilerin puanlarından düşük saptanmıştır. Akademik motivasyonun “motivasyonsuzluk” alt boyutunda cinsiyet değişkenine göre puanlar ile yapılan ilişkisiz t testi ile fark bulunmuştur [$t(341)=2.085, p<.05$]. Erkek öğrencilerin motivasyonsuzluk puanları, kadın öğrencilerin puanlarından daha yüksek saptanmıştır.

Çizelge 4. Akademik motivasyona ilişkin görüşlerin cinsiyete göre t testi sonuçları

Alt Boyutlar	Cinsiyet	N	\bar{x}	t	p
Bilmeye Yönelik İçsel Motivasyon	Kadın	151	5,56	1,295	,196
	Erkek	192	5,38		
Başarıya Yönelik İçsel Motivasyon	Kadın	151	4,57	0,599	,549
	Erkek	192	4,48		
Uyarım Yaşamaya Yönelik İçsel Motivasyon	Kadın	151	4,46	1,784	,075
	Erkek	192	4,18		
Belirlenmiş Dışsal Motivasyon	Kadın	151	5,91	2,243	,026*
	Erkek	192	5,62		
İçe Yansıyan Dışsal Motivasyon	Kadın	151	4,44	1,070	,285
	Erkek	191	4,26		
Dışsal Motivasyon-Dış Düzenleme	Kadın	151	5,50	1,898	,059
	Erkek	192	5,25		
Motivasyonsuzluk	Kadın	151	2,48	2,085	,038*
	Erkek	192	2,83		
Akademik Motivasyon	Kadın	151	5,05	1,902	,058
	Erkek	191	4,86		

Çizelge 5’de akademik motivasyona ilişkin, “bilmeye yönelik içsel motivasyon” [$F(3, 340)=2.420, p>.05$], “başarıya yönelik içsel motivasyon” [$F(3, 340)=.723, p>.05$], “uyarım yaşamaya yönelik içsel motivasyon” [$F(2, 341)=1.007, p>.05$] ve “içe yansıyan dışsal motivasyon” boyutlarında [$F(3, 340)=2.114, p>.05$], sınıf değişkenine göre görüşler arasında yapılan ANOVA sonucunda fark saptanamamıştır. “Belirlenmiş dışsal motivasyon” boyutunda ise sınıflara göre puanlar arasında yapılan ANOVA sonucunda fark saptanmıştır [$F(3, 341)=5.133, p<.05$]. Dördüncü sınıf öğrencilerinin puanları, birinci sınıf öğrencilerinin puanlarına göre düşük çıkmıştır. “Dışsal Motivasyon-Dış Düzenleme” boyutuna ilişkin sınıflara göre puanlar üzerinde yapılan ANOVA sonucunda bir fark saptanmıştır [$F(3, 341)=6.210, p<.05$]. Birinci, ikinci ve üçüncü sınıf öğrencilerinin puanları, dördüncü sınıf öğrencilerinin puanlarından daha yüksek çıkmıştır. “Motivasyonsuzluk” boyutuna ilişkin sınıflara göre puanlar üzerinde yapılan ANOVA sonucunda bir fark saptanmıştır [$F(3, 341)=4.280, p<.05$].

Dördüncü sınıf öğrencilerinin puanları, birinci sınıf öğrencilerinin puanlarından daha yüksek çıkmıştır.

Çizelge 5. Akademik motivasyona ilişkin görüşlerin sınıflara göre varyans analizi sonuçları

Alt Boyutlar	Sınıf	N	\bar{x}	F	p	Fark (Tukey HSD)
Bilmeye Yönelik İçsel Motivasyon	Birinci	88	5,74	2,420	,066	-
	İkinci	90	5,4			
	Üçüncü	86	5,35			
	Dördüncü	79	5,24			
Başarıya Yönelik İçsel Motivasyon	Birinci	88	4,58	,723	,539	-
	İkinci	90	4,65			
	Üçüncü	86	4,44			
	Dördüncü	79	4,38			
Uyarım Yaşamaya Yönelik İçsel Motivasyon	Birinci	88	4,08	1,007	,390	-
	İkinci	90	4,42			
	Üçüncü	86	4,32			
	Dördüncü	79	4,40			
Belirlenmiş Dışsal Motivasyon	Birinci	88	6,11	5,133	,002	I. Sınıf > IV. Sınıf
	İkinci	90	5,74			
	Üçüncü	86	5,71			
	Dördüncü	79	5,41			
İçer Yansıyan Dışsal Motivasyon	Birinci	88	4,54	2,114	,098	-
	İkinci	90	4,53			
	Üçüncü	85	4,16			
	Dördüncü	79	4,09			
Dışsal Motivasyon - Dış Düzenleme	Birinci	88	5,68	6,210	,001	IV. Sınıf < I., II. III. Sınıf
	İkinci	90	5,40			
	Üçüncü	86	5,43			
	Dördüncü	79	4,88			
Motivasyonsuzluk	Birinci	88	2,32	4,280	,006*	I. Sınıf < IV. Sınıf
	İkinci	90	2,65			
	Üçüncü	86	2,61			
	Dördüncü	79	3,15			
Akademik Motivasyon	Birinci	88	5,12	2,237	,084	-
	İkinci	90	5,03			
	Üçüncü	85	4,89			
	Dördüncü	79	4,73			

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin okul imajı ile akademik motivasyon düzeyleri arasındaki ilişki ve okul imajı ve akademik motivasyon düzeyleri sınıf ve cinsiyet değişkenlerine göre incelenmiştir. "Akademik motivasyon" ile "kurumsal imaj algısı" arasında orta düzeyde bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir. Benzer şekilde Polat'ın (2011) çalışmasında algılanan örgütsel imajın öğrencilerin akademik başarıları üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu, okula yönelik olumlu imaj algısı yükselirken, akademik başarının da yükseldiği görülmüştür.

Çalışmada spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin okul imaj algısının orta düzeyde olduğu görülmüştür. Çalışmanın bulgularına benzer şekilde, Cankurtaran ve Özbek

(2012) ile Koçak'ın (2014) çalışmasında spor eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının orta düzeyde kurumsal imaja sahip oldukları saptanmıştır. Çalışmanın bulgularına benzer şekilde Örer (2006), "kurumsal imaj, hizmetler ve öğretim elemanları ile iletişim" boyunda, öğrencilerin algısının olumlu olduğunu, "sosyo-kültürel etkinlikler ve üniversitenin kendisini çevresine tanıtımında" ise, çalışmanın bulgularının aksine, algılarının olumsuz olduğunu belirlemiştir.

Öğrencilerin cinsiyetlerine göre, kurumsal imaj algısının, "akademik çevre" boyutu, "fiziksel çevre" boyutu ve "toplumsal çevre" boyutuna ilişkin görüşlerinde fark bulunamamıştır. Çalışma sonuçlarına paralel şekilde, Koçak (2014) ve Cerit (2006), cinsiyete göre kurumsal imaj algısının fark göstermediğini saptamıştır. Polat'ın (2010) çalışmasında ise, üniversitenin imajının, cinsiyete göre farklı olduğu belirlenmiştir.

Kurumsal imaj, akademik çevre ve fiziksel çevreye ilişkin sınıflara göre görüşler arasında fark görülmüştür. Bu sonuçlara benzer şekilde Koçak (2014), öğrencilerin sınıflara göre, "akademik çevre", "fiziksel çevre", "toplumsal çevre" boyutlarında ve kurumsal imaj görüşlerinde fark saptanmıştır. Çalışmanın sonuçlarının tersine, sınıflara göre Cerit (2006), "akademik çevre", "fiziksel ve sosyal çevre" boyutlarında görüşlerin farklılaştığını, "toplumsal algı" boyutunda ise bir fark olmadığını, Cankurtaran ve Özbek (2012) ise kurumsal imaj görüşlerinde fark olmadığını saptamıştır. Çalışmada Spor bilimleri fakültesinin öğrencilerinin cinsiyetlerine göre, akademik motivasyona ilişkin görüşlerinde fark bulunamamıştır. Çalışmanın sonuçlarının tersine, Alemdağ, Yılmaz ve Öncü (2014), Gömleksiz ve Serhatlıoğlu (2013) ile Eymur ve Geban'ın (2011) çalışmalarında akademik motivasyonun cinsiyete göre farklılaştığı bulunmuştur.

Çalışmada akademik motivasyonun, motivasyonsuzluk alt boyutunda kadın öğrencilerin puanının erkek öğrencilerin puanına göre daha az olduğu saptanmıştır. Benzer şekilde Türk kadın öğrencilerin motivasyonsuzluk puanlarının, erkek öğrencilerin puanlarından daha az olduğu saptanmıştır (Ardeńska ve ark., 2016). Başka bir araştırmada çalışmanın bulgularına benzer şekilde, kadın öğrencilerin erkek öğrencilere göre düşük akademik motivasyonsuzluğa sahip olduğu saptanmıştır (Horyna ve Bonds-Raake, 2012).

Spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin sınıf değişkenine göre akademik motivasyon düzeyleri arasında fark bulunamamıştır. Çalışma bulgularının tersine, akademik motivasyon düzeyinin sınıf değişkenine göre farklılaştığı saptanmıştır (Eymur ve Geban, 2011; Gömleksiz ve Serhatlıoğlu, 2013; Alemdağ, Öncü, Yılmaz, 2014). Dördüncü sınıfta öğrenim gören öğrencilerin, motivasyonsuzluk düzeylerinin, birinci sınıfta öğrenim gören öğrencilere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Benzer şekilde Eymur ve Geban'ın (2011) çalışmasında, motivasyonsuzluk düzeyinin sınıf değişkenine göre farklılaştığı belirlenmiştir.

Üniversitenin kurumsal imaj algısı ile akademik motivasyon arasında ilişki olduğu saptanmıştır. Kurumsal imaj algısı ile okul seçiminde bulunan öğrenci,

okuldaki öğrenim süresince bu imaja göre akademik başarısı da etkilenecektir. Bu nedenle, yükseköğretim kurumları öğrenciler tarafından tercih edilmek için kurumsal imajlarının olumlu algılanması için çaba göstermelidirler (Melewar ve Aker, 2005). Üniversitenin kurumsal imajı öğrencilerin üniversite tercihinin yanı sıra, öğrenci memnuniyetini ve bağlılığını da etkilemektedir (Ngueyen ve LeBlanc, 2001; Brown ve Mazzarol, 2009). Spor bilimleri fakülteleri akademik kadrolarına nitelikli öğretim elemanları alarak, programlarının çeşidinin ve sayısını artırarak ve programlarını toplumsal ve teknolojik gelişmelere göre uyarlayarak imajlarını geliştirebilirler. Sporla ilgili gerçekleştirecek toplumsal projeler, ülke sporunun niteliğini ve niceliğini artıracak projeler hem fakülte açısından hem de bağlı oldukları üniversite açısından olumlu kurumsal imaj algısının artmasını sağlayacaktır.

5. KAYNAKÇA

Alemdağ C., Öncü E., & Yılmaz, K. A. (2014). Beden eğitimi öğretmen adaylarının akademik motivasyon ve akademik öz yeterlikleri. *Hacettepe Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 25 (1), 23-35.

Ardeńska, A., Tomik, R., Burak, S., Düz, B., & Çivak B. (2016). A Comparison of physical education students' motivation using Polish and Turkish versions of the academic motivation scale. *Journal of Human Kinetics*, 54, 207-218.

Aroğul, S. (2009). İngiliz Dili öğretmen adaylarının akademik motivasyonları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 36, 12-19.

Arpan, L. M., Raney, A. A., & Zivnuska, S. (2003). A cognitive approach to understanding university image. *Institutional Communications: An International Journal*, 8 (2), 97-113.

Bozanoğlu, İ. (2004). Akademik güdülenme ölçeği: Geliştirmesi, geçerliği, güvenilirliği. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(2), 83-98.

Brown, M. R., & Mazzarol, W. T. (2009). The importance of institutional image to student satisfaction and loyalty within higher education. *Higher Education*, 58, 81-95.

Cankurtaran, T., & Özbek O. (2015). Öğrenci algılarına göre beden eğitimi ve spor yükseköğretim kurumlarının kurumsal imajı. *International Journal of Human Sciences*, 12(1), 1-14.

Cerit, Y. (2006). Eğitim fakültesi öğrencilerinin üniversitenin kurumsal imaj düzeyine ilişkin algıları. *Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 12 (47), 343-365.

Cüceloğlu, D. (2005). *İnsan ve davranışı psikolojinin temel kavramları*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Duarte, P. O., Alves, H. B., & Raposo, M. B. (2010). Understanding university image: A structural equation model approach. *International Review Public Nonprofit Mark*, 7, 21-36.

Erkmen, T., & Çerik, Ş. (2007). Kurum imajını oluşturan kurum kimliği boyutları bağlamında örgüte bağlılığın incelenmesi: Üniversite öğrencileri üzerine bir uygulama. *Öneri Dergisi*, 7(28), 107-119.

Eymur, G., & Geban, Ö. (2011). An investigation of relationship between motivation and academic achievement of pre-service chemistry teachers. *Eğitim ve Bilim*, 36 (161), 246-255.

Horyna, B., & Bonds-Raacke, J. M. (2012). Differences in students' motivation to attend college: Large versus small high schools. *Education*, 132 (4), 708-724

Gömlüksiz, M., & Serhatoğlu, B. (2013). Öğretmen adaylarının akademik motivasyon düzeylerine ilişkin görüşleri. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 17 (3), 99-127.

Karasar, N. (2007). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Karagüven, Ü. H. M. (2012). Akademik motivasyon ölçeğinin Türkçeye adaptasyonu. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12(4), 2599-2620.

Koçak, F. (2014). Öğrenci görüşlerine göre spor öğretimi veren yükseköğretim kurumlarının kurumsal imajı. *Spormetre*, 12 (1), 71-80.

Matuga, J. M. (2009). Self-regulation, goal orientation, and academic achievement of secondary students in online university courses. *Educational Technology & Society*, 12 (3), 4-11.

Meriç, D., & Tokgöz, N. (2015). Farabi öğrencilerine göre Anadolu Üniversitesi'ni kurum imajı: Gelen öğrenciler üzerine bir araştırma. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 5 (2), 178-186.

Nguyen, N., & LeBlanc, G. (2001). Image and reputation of higher education institutions in students' retention decisions. *The International Journal of Educational Management*, 15(6), 303- 311.

Meens, E. E. M., Bakx, A. W. E. A., Klimstra, T. A., & Denissen, J. J. A. (2018). The association of identity and motivation with students' academic achievement in higher education. *Learning and Individual Differences*, 64, 54-70.

Melewar, T. C., & Akel, S. (2005). The role of corporate identity in the higher education sector: A case study. *Corporate Communications: An International Journal*, 10 (1), 41-57.

Ivy, J. (2001). Higher education institution image: A correspondence analysis approach. *International Journal of Educational Management*, 15 (6), 276-282.

Paden, N., & Stell, R. (2006). Branding options for distance learning programs: Managing the effect on university image. *International Journal Instructional Technology & Distance Learning*, 3 (8), 45-54.

Polat, S. (2010). Üniversite öğrencilerine göre Kocaeli Üniversitesi'nin örgütsel imajı. *Eğitim ve Bilim*, 36 (160), 105-119.

Polat, S. (2011). The relationship between university students' academic achievement and perceived organizational image. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 11(1), 257-262.

Örer, L. (2006). *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nin kurumsal imajının öğrenciler açısından ölçülmesi üzerine bir alan çalışması* (Yüksek Lisans Tezi). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi.

Özgözü, S. (2017). Kurumsal imaj, örgüt kültürü ve örgütsel özdeşleşme ilişkisi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25 (2), 581-596.

Saracel, N., Özkara, B., Karakaş, M., Yelken, R., & Vatandaş, C. (2001). Afyon Kocatepe Üniversitesi'nin kurumsal imajı: Afyon halkının üniversiteyi algılaması tutum ve beklentilerine ilişkin araştırma. Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi Yayınları, 12 (47): 343-365.

Şahin, H., & Çakar, E. (2011). Eğitim fakültesi öğrencilerinin öğrenme stratejileri ve akademik güdülenme düzeylerinin akademik başarılarına etkisi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 9(3), 519-540.

Taslak, S., & Akın, M. (2005.) Örgüt imajı üzerinde etkili olan faktörlere yönelik bir araştırma: Yozgat ili emniyet müdürlüğü örneği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 263-294.

Ural, A., & Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel araştırma süreci ve SPPSS ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yıldırım, N. (2007). *Milli Eğitim Bakanlığına bağlı okullarda kurum imajı ve halkla ilişkiler çalışmaları "Malatya Örneği"* (Yüksek Lisans Tezi). İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

Yug, E. J., & Reeve, L. C. (2007). Understanding students' university educational image and its role in college choice. *Psi Chi Journal of Undergraduate Research*, 12(1), 9-17.

Vallerand, R. J., Pelletier, L. G., Blais, M. R, Brière, N. M., Senécal, C., & Vallières, E. F. (1992). The academic motivation scale: A measure of intrinsic, extrinsic, and amotivation in education. *Educational and Psychological Measurement*, 52, 1003-1017.

Wilkesmann, U., Fischer, H., & Virgillito, A. (2012). *Academic motivation of students the German case*. Discussion Paper. Zentrum für Hochschul Bildung. Technische Universität Dortmund http://www.zhb.uni-dortmund.de/zhb/Wil/Medienpool/Downloads/DP_2012_21.pdf

Wilkin, S., & Huisman, J. (2015). Factors affecting university image formation among prospective higher education students: The case of international branch campuses. *Studies in Higher Education*, 40 (7), 1256–1272.

Makale Geliş (Submitted): 05.08.2019

Makale Kabul (Accepted): 02.09.2019