



Article Information

Article Type: Research Article

This article was checked by iThenticate.

Doi Number: <http://dx.doi.org/10.17121/ressjournal.3714>

ArticleHistory:

Received

17/10/2025

Accept

29/11/2025

**Available
online**

30/11/2025

**THE MEDIATING ROLE OF ORGANIZATIONAL TRUST IN
THE EFFECT OF PERCEIVED CORPORATE REPUTATION
ON ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR AMONG
PRESIDENCY OF RELIGIOUS AFFAIRS PERSONNEL: THE
CASE OF KAYSERİ PROVINCE**

DİYANET İŞLERİ BAŞKANLIĞI PERSONELLERİNDE
ALGILANAN KURUMSAL İTİBARIN ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK
DAVRANIŞINA ETKİSİNDE ÖRGÜTSEL GÜVENİN ARACILIK
ROLÜ: KAYSERİ İLİ ÖRNEĞİ

Muhammed MARUF¹

Abstract

Corporate reputation reflects stakeholders' expectations of the organization and their views on its overall image. Studies in the literature have shown that corporate reputation affects the long-term financial and strategic success of an organization. There are also studies in the literature that reveal the impact of corporate reputation perception on individuals' citizenship behaviors, motivation and performance. The Presidency of Religious Affairs is an institution that has been the subject of numerous publications expressing negative judgments about it in Turkey. These publications may influence the perception of corporate reputation among the Presidency of Religious Affairs' staff and their organizational citizenship behavior in terms of attitudes and behaviors within the organization. This study analyzed the role of organizational trust levels in the impact of Presidency of Religious Affairs personnel's perceptions of corporate reputation on their organizational citizenship behaviors. For this purpose, a survey was administered to 256 Presidency of Religious Affairs personnel working in the Kayseri Provincial and District Mufti's Offices. Analysis of the data revealed that organizational trust had a significant mediating effect on the impact of Presidency of Religious Affairs personnel's perceptions of corporate reputation on their organizational citizenship behaviors.

Keywords: Corporate Reputation, Organizational Trust, Organizational Citizenship Behavior

Özet

Kurumsal itibar, paydaşların kurum hakkında paydaşlarının beklentilerini nasıl yerine getirdiği ve kurumun genel imajı hakkındaki görüşlerini ifade etmektedir. Literatürde kurumsal itibarın kurumun uzun vadeli finansal ve stratejik başarısına etki ettiğini ortaya koyan çalışmalar vardır. Ayrıca literatürde yer alan çalışmalarda kurumsal itibar algısının çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı, motivasyonu ve performansına etkisini ortaya koyan çalışmalar da mevcuttur. Diyanet işleri başkanlığı Türkiye'de hakkında olumsuz yargılar ifade den çok sayıda yayına muhatap olan bir kurumdur. Söz konusu yayınların

¹ Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, m.maruf@ahievran.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-5388-639X>

diyanet işleri başkanlığı personelinin kurumsal itibar algısına ve örgütteki tutum ve davranışları ile ilgili olarak örgütsel vatandaşlık davranışına etki edebilir. Bu çalışmada diyanet işleri başkanlığı personellerinin kurumsal itibar algılarının örgütsel vatandaşlık davranışlarına etkilerinde örgütsel güven düzeylerinin rolü analiz edilmiştir. Bu amaçla, Kayseri il müftülüğü ve ilçe müftülüklerinde görevli 256 diyanet işleri personeline yönelik bir anket uygulanmıştır. Elde edilen verilerin analiz edilmesi sonucunda diyanet işleri başkanlığı personelinin kurumsal itibar algısının örgütsel vatandaşlık davranışları üzerindeki etkisinde örgütsel güvenin anlamlı aracılık etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal İtibar, Örgütsel Güven, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı.

GİRİŞ

Kurumsal itibar, organizasyonların uzun vadeli başarısı açısından stratejik bir değer olarak görülmekte ve paydaşların güven, sadakat ve bağlılık düzeylerini doğrudan etkilemektedir. Güçlü bir kurumsal itibar, örgütün finansal performansını artırmak ile birlikte, kriz dönemlerinde daha dayanıklı olmasına ve rekabet avantajı elde etmesine katkı sağlamaktadır. Ayrıca, nitelikli iş gücünü cezbetme ve elde tutma, müşteri memnuniyetini yükseltme ve toplumsal meşruiyeti güçlendirme gibi önemli işlevleri bulunmaktadır. Bu bağlamda kurumsal itibar, yalnızca dış çevreyle ilişkileri düzenleyen bir unsur değil, aynı zamanda örgüt içi bağlılık ve çalışan motivasyonunu da besleyen bütüncül bir sermaye türü olarak değerlendirilmektedir. Örgütsel vatandaşlık davranışı, organizasyonların resmi görev tanımlarının ötesine geçen ve gönüllülük esasına dayalı olarak sergilenen davranışları ifade etmekte olup, örgütlerin etkinliği ve verimliliği açısından kritik bir role sahiptir. Ayrıca, örgütsel vatandaşlık davranışı çalışanlar arasında karşılıklı güven ve destek ortamı yaratarak hem bireysel performansı hem de örgütsel sinerjiyi geliştirmektedir. Bu yönüyle çalışanların kurumsal itibar algılarının örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde etkisinin olması beklenir.

Türkiye'de özellikle ideolojik olarak belirli bir kesimin Diyanet işleri başkanlığına yönelik sosyal ve klasik medya üzerinden olumsuz bir propaganda yaptığı görülmektedir. Diyanet işleri başkanlığına yönelik sürdürülen bu olumsuz propaganda kurum personellerinin kendi kurumlarına ilişkin itibar algısını etkileyebilir. Literatürde farklı çalışmalarda işgörenlerin kurumsal itibar algısının örgütsel vatandaşlık davranışlarına etkisi analiz edilmiştir. Bu çalışmada ise diyanet işleri başkanlığı personelinin kurumsal itibar algısının örgütsel vatandaşlık davranışına etkisinde örgütsel güvenin aracılık rolü analiz edilmiştir. Çalışmanın temel amacı ülkenin en tartışmalı ve gündem olan kurumlarından birisi haline getirilen Diyanet İşleri Başkanlığı personellerinin kurumsal itibar algısı, örgütsel vatandaşlık davranışı ve örgütsel güven düzeylerinin değerlendirilmesi ve oluşturulacak model aracılığı ile diyanet işleri personelinin oluşturulan algılar sonrası oluşan kurumsal itibar algılarının örgütsel vatandaşlık davranışlarına etkisinde örgütsel güvenin analiz edilmesi amaçlanmıştır.

Polat ve Celep (2008), Türkiye genelinde öğretmenlere yönelik olarak yaptıkları çalışmada örgütsel güven ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında orta düzeyde pozitif yönlü ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Wong vd. (2012), örgütsel adalet, algılanan örgütsel destek, örgütsel güven ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkinin analiz edildiği çalışmalarında örgütsel güvenin örgütsel adalet üzerinde anlamlı etkisi olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Mehtap ve Kokalan (2013), televizyon ve banka çalışanlarında kurumsal itibarın örgütsel vatandaşlık davranışına etkisini analiz ettikleri çalışmada her iki sektörde de kurumsal itibarın

örgütsel vatandaşlık davranışına anlamlı etkisinin olduğu sonucuna ulaşmıştır. Akturan ve Sevik (2016), Kocaeli üniversitesi öğrencilerine yönelik kurumsal itibar algısının örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisinin analiz edildiği bir çalışma yapmıştır. Regresyon analizi yönteminin uygulandığı çalışmada kurumsal itibar algısının örgütsel vatandaşlık davranışının alt boyutlarından sadece sportmenlik üzerinde anlamlı etkisinin olmadığı, diğer tüm alt boyutlar üzerinde anlamlı etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yorulmaz vd. (2021), eğitim kurumlarında örgütsel güven ve örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisine dair literatürde yer alan çalışmaları analiz etmiş ve literatürde yer alan çalışmalarda, örgütsel güvenin örgütsel vatandaşlık davranışı alt boyutları arasında en yüksek düzeyde fedakarlık boyutuna etki ettiğinin, en düşük düzeyde ise sportmenlik boyutuna etki ettiğinin belirlendiğini ortaya koymuştur. Göküş (2019), din görevlilerinin örgütsel güven düzeyleri ile örgütsel doyum düzeyleri arasındaki ilişkinin analiz edildiği bir çalışma yapmıştır. Çalışmada örgütsel güvenin alt boyutları arasında en yüksek ortalamaya sahip olan boyutun “Yöneticiye güven” boyutu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yazar vd. (2023), diyanet işleri başkanlığının imaj ve kurumsal itibarını etkileyebilecek yayınların analiz edildiği bir çalışma ortaya koymuştur.

KURUMSAL İTİBAR

İtibar, bir kişi veya kurum hakkındaki genel düşünceleri, beğeni ve takdire ilişkin genel değerlendirmeleri ifade etmektedir. Kurumsal itibar ise paydaşların kuruma ilişkin finansal, sosyal, ekonomik değerlendirmeleri ile ilgili bir kavram olarak ifade edilmektedir (Uzunoglu & Öksüz, 2008: 112). Kurumsal itibar, işletmelerin değerlere, güvene ve yeteneklere göre değerlendirilmesi sonucunda oluşan kanaati ifade eder. Kurumsal itibar, bir şirketin toplum, paydaşlar ve müşteriler tarafından algılanan değerini ve saygınlığını belirleyen önemli bir kavramdır (Demirci & Marşap, 2022: 1491). Kurumsal itibar, etik sorumluluk, sosyal sorumluluk, finansal performans, temiz iş ortamı, nitelikli iş gücü, çevre, ürün ve hizmet kalitesi, kurumsal liderlik ve vizyon, yöneticinin itibarı gibi bileşenleri ile çok boyutlu ve planlı olarak yönetilmesi gereken bir olgu olarak ifade edilebilir (Avcı, 2019: 46). Bununla birlikte kurumsal kimlik, kurumsal felsefe, kurumsal iletişim, kurumsal kültür, kurumsal imaj, kurumsal dizayn vb. olgular kurumsal itibarı etkileyen faktörler olarak ele alınmaktadır (Dülger & Acar, 2017: 262). Barnett vd. kurumsal itibarın bilinirlik, değerlendirme ve varlık olmak üzere üç ana boyuttan oluştuğunu ifade etmiştir. Bilinirlik paydaş algılarını ifade ederken, değerlendirme itibara ilişkin ölçüm ve analizleri, varlık ise itibarın şirket açısından kazanç sağlayan yönlerini ifade etmektedir (Taşlıyan vd. 2023: 2845). Kurumsal itibar işletmenin tarihsel olarak müşterilerde oluşturduğu itibar, müşterilere verdiği taahhüdü karşılama durumu ve müşteride oluşturduğu algının yansımasıdır (Hodovic & Kalajdzic, 2019: 173).

Kurumsal itibar, bir şirketin sürdürülebilirliğini ve rekabet gücünü doğrudan etkileyen, uzun vadeli stratejilerin oluşturulmasında merkezi bir rol oynar. Şirketlerin itibarlarını korumak ve geliştirmek için sürekli olarak etik standartlara uymaları, topluma katkı sağlamaları ve kaliteli hizmet sunmaları gereklidir. İyi bir kurumsal itibar, bir organizasyonun güvenilirliğini ve şeffaflığını pekiştirir. Şirketler için yalnızca maddi başarılar değil, aynı zamanda etik değerler, toplumsal sorumluluk projeleri ve çevresel sürdürülebilirlik gibi faktörler de itibarın inşa edilmesinde etkili olur (Bahar, 2019: 227). Kurumsal itibar, müşteri ilişkilerinin kalitesini artırır ve marka bağlılığı oluşturur. Müşteriler, güvenilir ve sosyal sorumluluk taşıyan markaları tercih ederken, bu tür markalar da güçlü bir pazar avantajı elde eder. Ayrıca, etkili itibar yönetimi, şirketin iş ortaklıklarıyla olan ilişkilerini de güçlendirir. Sağlam bir itibar, iş ortaklarının şirkete olan güvenini

artırır ve uzun vadeli işbirliklerinin temellerini atar (Uzunoğlu & Öksüz, 2008: 112). Bir şirketin kurumsal itibarı yalnızca dış paydaşlar için değil, iç paydaşlar için de önemlidir. Çalışanlar, saygı duydukları ve güven duydukları bir organizasyonda daha verimli çalışır ve şirketin değerlerine bağlı kalma eğiliminde olurlar. Bu da şirketin işgücü verimliliğini ve genel performansını olumlu yönde etkiler. Kurumsal itibar, kriz durumlarında da büyük bir avantaj sağlar. İyi yönetilen bir itibar, olası bir skandal ya da olumsuz durumu daha kolay atlatmayı sağlar. Şirketin şeffaf ve doğru iletişim stratejileri geliştirmesi, itibarını yeniden inşa etmek için kritik öneme sahiptir. Bu tür durumlar, ne kadar güçlü bir itibar temeli olduğu ile doğrudan ilişkilidir (Fener & Köse, 2023: 473).

ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI

Örgütsel vatandaşlık davranışı, çalışanların örgüt yararına gönüllü olarak ortaya koydukları, resmi görev tanımlarının ötesine geçen katkılardır. Bu davranışlar, psikolojik sözleşmenin sınırlarını aşarak çalışanların yalnızca zorunlu görevlerini yerine getirmekle kalmayıp beklenenden fazlasını yapmalarını ifade eder. Örgütsel vatandaşlık davranışları, herhangi bir eğitim sürecine dayalı olmadan ortaya çıkan, doğrudan ödüllendirme ya da cezalandırma mekanizmalarına tabi olmayan ve iş tanımlarında yer almayan eylemleri kapsar. Bu yönüyle hem çalışanların birbirine destek olmasını hem de örgütün verimliliğine katkı sağlamasını amaçlar (Camgöz & Bağcı, 2020: 959). Örgütsel vatandaşlık davranışının literatürde bir kavram olarak yer bulması 1930'lu yıllara dayanan bir sürecin sonucudur. Ancak, bu kavramın bağımsız bir olgu olarak ortaya çıkışı 1980'li yıllara rastlamakta olup, günümüzde ise örgütsel davranış alanında en fazla araştırılan konulardan biri haline gelmiştir (Mor & Kara, 2023: 7798). Örgütsel vatandaşlık davranışı iki temel grupta ele alınmaktadır. Birinci tür, çalışanların örgütsel faaliyetlere aktif biçimde katılımını içeren davranışlardır. Bu kapsamda çalışanlar, sorumluluklarının ötesine geçerek örgütün işleyişine gönüllü katkıda bulunurlar. İkinci tür ise, örgütsel yapıya zarar verebilecek tutum ve eylemlerden kaçınma şeklinde ortaya çıkan davranışlardır. Bu türde çalışanlar, örgüte olumsuz etki edebilecek davranışlardan uzak durarak örgütün sürekliliğine ve uyumuna katkı sağlarlar (Camgöz & Bağcı, 2020: 960). Örgütsel vatandaşlık davranışının kökenleri, Chester Barnard'ın 1930'lu yıllarda gerçekleştirdiği çalışmalara dayanmaktadır. Barnard, bu dönemde söz konusu davranışları "ekstra rol davranışı" olarak kavramsallaştırmıştır. Ardından Katz (1964) ile Katz ve Kahn (1966), örgüt içerisinde bu tür davranışları sergileyen çalışanları tanımlamak üzere "vatandaşlık" kavramını literatüre kazandırmıştır. Örgütsel vatandaşlık davranışına ilişkin çalışmaların gelişiminde en kritik dönüm noktası ise Organ'ın (1988) ortaya koyduğu ve alan yazında geniş kabul gören çalışması olmuştur (Muthuraman & Hazi, 2017: 414).

Organ (1988), örgütsel vatandaşlık davranışının (ÖVD) beş boyuttan oluştuğunu belirtmiştir: Diğergamlık, çalışanların, iş arkadaşlarının görevlerini yerine getirmelerine gönüllü olarak yardımcı olmalarıdır. Vicdanlılık (bilinçlilik): Çalışanların, görevlerini eksiksiz ve özenle yerine getirmelerinin yanı sıra örgütsel kurallara gönüllü olarak uymalarıdır. Sivil erdem, çalışanların örgüte bağlılık göstermeleri, örgütsel yaşamın gelişmesine katkı sağlayacak öneriler sunmaları ve örgütle ilgili konulara aktif ilgi duymalarıdır. Centilmenlik, çalışanların örgütsel sorunlara yapıcı yaklaşımları, olumsuzlukları büyütmek yerine çözüm odaklı davranışlarıdır. Nezaketi ise çalışanların, diğerlerinin işlerini kolaylaştıracak, işbirliğini artıracak ve olası sorunları önleyecek şekilde düşünceli davranışlarıdır (Güçerçin & Ay, 2016: 36). Örgütsel vatandaşlık davranışının boyutları bütüncül olarak değerlendirildiğinde, çalışanların karşılıklı yardımlaşma ve dayanışma içerisinde bulunmalarını, örgütsel hedeflere yönelik bağlılık geliştirmelerini,

çatışma ve gerginlik yaratan durumlardan kaçınmalarını ve örgütün sürdürülebilirliği ile geleceğine ilişkin görüş ve önerilerini dile getirmelerini içeren gönüllülük temelli olumlu davranışlar bütünü olarak tanımlanabilir (Keleş, 2019: 615). Sonuç olarak örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütsel bağlılık, gönüllü olarak ek mesaide çalışmak, işyerindekilere gönüllü olarak yardımcı olmak ve ofis çapında projeler düzenlemek için gönüllü olmak gibi eylemleri içerir (Ramalakshimi & Ravindran, 2022: 248).

ÖRGÜTSEL GÜVEN

Güven, en genel anlamıyla, taraflardan birinin diğerine yönelik kötü niyet beslemeyeceği varsayımına dayanan ve bu doğrultuda savunmasız kalmaya yönelik gönüllülük olarak tanımlanabilir (Polat & Celep, 2008: 310). Güven, bireyler arası ilişkilerin sürdürülebilirliği açısından temel bir unsur olmasının yanı sıra, çağdaş örgütlerin varlıklarını devam ettirebilmeleri ve kurumsal gelişimlerini sürdürebilmeleri için de stratejik bir öneme sahiptir. Örgütsel güven ise çalışanların hem yöneticilere hem de örgütün tamamına duydukları güvenin bir bileşimi olarak tanımlanmaktadır (Omarov, 2009: 2). Örgütsel güven, bireylerin örgüt üyelerinin yetkinlikleri, güvenilirlikleri ve iyi niyetlerine yönelik olumlu beklentilerinin yanı sıra, örgüt içerisindeki kurumsal güveni de kapsayan bir olgu olarak, bireylerin örgüt içerisindeki rolleri, kurdukları ilişkiler, edindikleri deneyimler ve karşılıklı bağımlılıkları temelinde şekillenen; birden fazla örgüt üyesinin davranışları ve niyetlerine yönelik genel olumlu beklentiler olarak tanımlanmaktadır (Ellonen vd. 2008: 162; Korkmazzyürek & Varoğlu, 2020: 20). Örgütsel güven, örgüt içindeki ilişkiler ve etkileşimler çerçevesinde, çalışanların yöneticilere ve örgüte duydukları güvene dayalı olarak şekillenen davranışlar ve ilişkiler ağı şeklinde tanımlanabilir. Örgütsel düzeyde güven, ortak hedefler doğrultusunda bir araya gelen üyeler arasında motivasyon, iş birliği, ortak bir vizyon etrafında güçlü bir birliktelik ve etkili iletişim gibi temel unsurları barındıran sosyal bir gereksinimi ifade etmektedir (Kandil & Başaran, 2025: 1112).

Örgüte duyulan güven, doğrudan örgütün kültürü ile yöneticilerinin veya işletme sahiplerinin tutum ve davranışlarıyla ilişkilidir. Çalışanların örgütlerine yönelik güven algılarının şekillenmesinde bu iki unsur belirleyici bir rol oynamaktadır. Örgütsel güvenin sonuçları incelendiğinde; örgütsel bağlılık, uzun vadeli verimlilik, çalışan morali, işgücü devri ve devamsızlık oranları, değişime karşı direnç, iş tatmini, performans değerlendirme algıları ve örgütsel vatandaşlık davranışları gibi birçok farklı örgütsel alan üzerinde belirleyici etkiler yarattığı görülmektedir (Gürsoy, 2021: 581).

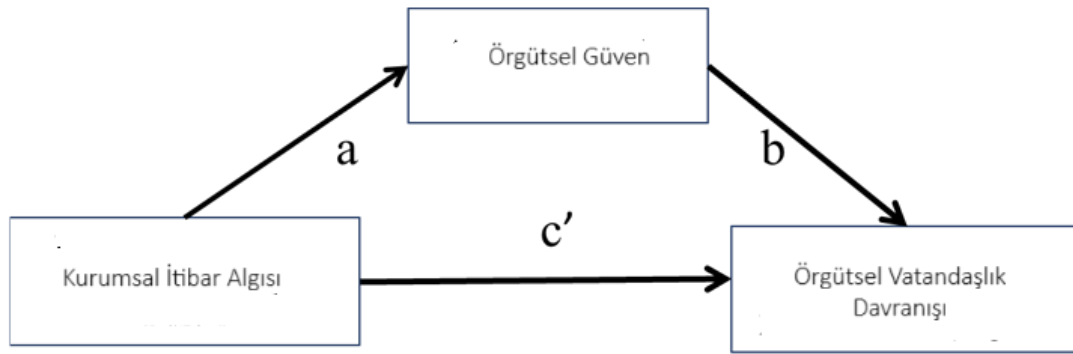
Literatürde örgütsel güvenin düzeyleri; yöneticiye duyulan güven, çalışma arkadaşlarına duyulan güven ve örgütün kendisine duyulan güven olmak üzere üç temel başlık altında incelenmektedir (Omarov, 2009: 2). Örgütsel güven kavramı farklı boyutlar çerçevesinde ele alınmaktadır. İlk olarak, çok düzeyli bir olgu olarak güven; çalışma arkadaşları, takım, örgüt ve örgütsel anlaşmalar arasındaki etkileşimlerden ortaya çıkmaktadır. İkinci olarak, güven kültür temelli bir yapıya sahiptir ve örgüt kültürünün normları, değerleri ve inançlarıyla şekillenmektedir. Üçüncü olarak, güven iletişime dayalı bir unsurdur; doğru bilgilerin paylaşılması, karar süreçlerine ilişkin açıklık, samimiyet ve şeffaflık gibi iletişim davranışlarının bir sonucu olarak gelişmektedir. Dördüncü olarak, güven dinamik bir nitelik taşımakta olup başlangıç, pekişme ve çözülme aşamalarından oluşan bir döngü içerisinde sürekli değişim göstermektedir. Son olarak, güven çok boyutlu bir yapıya sahiptir ve bireylerin güvene ilişkin algıları zihinsel, duygusal ve davranışsal faktörlerin etkileşimi ile şekillenmektedir (Demircan & Ceylan, 2003: 142). Örgütsel güvenin farklı boyutları, birbirinden farklı ilişki özelliklerine

sahip olup, buna bağı olarak farklı sonuçlar ortaya çıkarmaktadır (Vanhala & Tzafrir, 2020: 332).

YÖNTEM

Bu çalışmada Diyanet İşleri Başkanlığı personelinde algılanan kurumsal itibarın örgütsel vatandaşlık davranışına etkisinde örgütsel güvenin aracılık rolünün analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla internet ortamında hazırlanan anket yoluyla elde edilen verilere Hayes (2018) tarafından ortaya konulan aracılık modeli uygulanmıştır. Hazırlanan anket formunda demografik sorularla birlikte üç ölçek yer almıştır. Kurumsal itibar ölçeği olarak; Fombrun ve Gardberg (2002) tarafından geliştirilmiş, literatürde Altıntaş (2005) tarafından uygulanan ölçek kullanılmıştır. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ölçeği olarak, Organ (1990) ve Allison vd. (2001) tarafından geliştirilmiş, yazında Özdevecioğlu (2003) tarafından Türkçe olarak uygulanmış olan ölçek tercih edilmiştir. Örgütsel güven ölçeği olarak ise Çalışkan (2021), tarafından geliştirilen, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılan ölçek tercih edilmiştir. Çalışma için Kayseri il müftülüğü ve ilçe müftülükleri bünyesinde çalışan 256 imam hatip, müezzin, vaiz, murakıp, uzman ve Kuran kursu öğreticisine internet aracılığı ile anket uygulanmıştır. Çalışmadan elde edilen verilerin analizi SPSS ve AMOS programları ile yapılmıştır. Çalışmada esas alınan model Şekil 1’de verilmiştir.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Yukarıda verilen modele göre hazırlanan çalışmanın hipotezleri aşağıdaki şekildedir.

H_{1a} = Kurumsal İtibar Algısının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H_{1b} = Kurumsal İtibar Algısının Örgütsel Güven üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H_{1c} = Örgütsel Güvenin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H_{1d} = Kurumsal İtibar Algısının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı üzerindeki etkisinde örgütsel güvenin aracılık rolü vardır.

Geçerlilik ve Güvenilirlik

Çalışmada kullanılan ölçeklerin geçerliliğinin test edilmesi amacıyla ölçeklere doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Çalışmada kullanılan ölçekler için uygulanan doğrulayıcı faktör analizi uyum değerleri Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Kurumsal İtibar Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum Değerleri

Kriter Değeri	χ^2/df ≤ 5	GFI $\geq$ 0,90	AGFI $>$ 0,85	CFI $\geq$ 0,90	RMSEA $\leq$ 0,08	Güvenilirlik
Kurumsal İtibar Ölçeği	3,248	0,9101	0,872	0,912	0,072	0,774
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği	2,438	0,903	0,882	0,910	0,063	0,869
Örgütsel Güven Ölçeği	2,318	0,926	0,893	0,937	0,074	0,823

BULGULAR

Çalışmaya katılan diyanet personellerine ilişkin bilgiler Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcılara İlişkin Bilgiler

Görev	Frekans	Çalışma Süresi	Frekans
Vaiz	9	1-10 yıl	159
Murakıp	13	11-20 yıl	81
İmam Hatip	126	21 yıl ve üzeri	16
Müezzin	74	Yaş	Frekans
Uzman	15	20-30	53
Kur'an Kursu Öğreticisi	19	31-40	113
Cinsiyet	Frekans	41-50	61
Kadın	20	51-60	27
Erkek	236	61 ve üzeri	2

Çalışmada kullanılan ölçeklere ilişkin değişkenlerin normallik varsayımının sağlanma durumunun analiz edilmesi için değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerleri Tablo 3’te sunulmuştur. Tablo 3’te görüldüğü üzere tüm basıklık ve çarpıklık değerleri, Tabachnick ve Fidell (2015) tarafından kabul edilen -1.5 ile +1.5 aralığında olduğu için verilerin normal dağıldığı varsayılarak parametrik testler uygulanabilir.

Tablo 3. Değişken Ortalama, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

	Çarpıklık		Basıklık	
	İstatistik	Standart Hata	İstatistik	Standart Hata
Kurumsal İtibar	,416	,131	-,096	,261
Örgütsel Vatandaşlık Dav.	,734	,131	,582	,261
Örgütsel Güven	,473	,131	-,435	,261

Verilerin normal dağılım koşulunun sağlandığı görüldükten sonra değişkenler arasındaki doğrusal ilişkinin belirlenmesi amacıyla değişkenlere korelasyon analizi uygulanmıştır. Korelasyon analizi sonuçları Tablo 4’te verilmiştir. Korelasyon analizi sonuçlarına göre değişkenler arasında orta düzeyde pozitif ilişki olduğu sonucu elde edilmiştir.

Tablo 4. Korelasyon Analizi Sonuçları

		Kur. İtibar	Ö. Vat. Dav.	Ö. Güven
Kurumsal İtibar	Korelasyon	1	,511**	,483**
	p		0,000	0,000
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	Korelasyon			,433**
	p			0,000

Değişkenler arasındaki doğrusal ilişkinin belirlenmesinden sonra son adımda çalışmanın hipotezlerinin test edilmesi amacıyla aracılık modeli oluşturulmuştur. Aracılık modeli Bootstrap yöntemi ile (5000 alt grup ve güven aralığı %95) yapılmıştır. Aracılık testi sonuçları Tablo 5'te verilmiştir. Yapılan aracılık testi sonucunda kurumsal itibar algısının örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki toplam etki katsayısı 0,254 ($p=0,000$) olarak bulunmuştur. Kurumsal itibar algısının örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki doğrudan etki katsayısı 0,192 ($p=0,000$) olarak, örgütsel güvenin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etki katsayısı ise 0,174 ($p=0,000$) olarak bulunmuştur. Model sonuçlarına göre kurumsal itibar algısının örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisinde örgütsel güvenin aracılık rolüne karşılık gelen dolaylı etki katsayısı ise 0,119 ($p=0,000$, %95 CI= 0,021-0,184) olarak bulunmuştur. Elde edilen sonuçlara göre dolaylı etki $p=0,001<0,05$ olduğu ve güven aralığı "0" değerini içermediği için kurumsal itibar algısının örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisinde örgütsel güvenin anlamlı aracılık rolü olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 5. Aracılık Testi Sonuçları

		Sonuç Değerleri	
		Örgütsel Güven	Örgütsel Vatandaşlık Davranışı
		S.E.	S. E.
R^2	Kurumsal İtibar Algısı (c)		0,254*
			0,032
R^2	Kurumsal İtibar Algısı (a)	0,582*	0,301
		0,049	
R^2	Kurumsal itibar Algısı(c')		0,192*
	Örgütsel Güven (b)	0,427	0,041
R^2			0,048
			0,326
Dolaylı Etki		0,119* p: 0,001	%95 CI: (0,021-0,184)

SONUÇ

Kurumsal itibar, organizasyonlar için başarı açısından önemli bir değer olarak kabul edilmektedir. Organizasyonun kurumsal itibarının güçlü olması örgütün tüm yönetsel boyutlar bakımından uzun vadede başarılı olmasını sağlayacak temel unsurlardan birisi olarak kabul görmektedir. Diyanet işleri başkanlığı ülkemizde çok yoğun bir şekilde olumsuz propagandalara hedef olan bir kurumdur. Diyanet işleri başkanlığına yönelik söz konusu propagandaların çalışanların kurumsal itibar algısı ve örgütsel vatandaşlık davranışına etki ettiği varsayılabilir. Bu çalışmada Kayseri müftülüğüne bağlı personeller için kurumsal itibar algısının diyanet işleri başkanlığı personelinin örgütsel vatandaşlık davranışına etkisinde örgütsel güvenin rolü analiz edilmiştir. Bu amaçla Kayseri müftülüğü ve ilçe müftülüklerinde görev yapan 256 diyanet işleri personeline yönelik bir anket uygulanmış ve elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir.

Çalışmada elde edilen sonuçlara göre katılımcıların kurumsal itibar algılarının örgütsel güven düzeylerine (a yolu), örgütsel güven düzeylerinin örgütsel vatandaşlık davranışına (b yolu), kurumsal itibar algılarının örgütsel vatandaşlık davranışına anlamlı etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte kurumsal itibar algısının örgütsel güvenin aracılığında etkisini ifade eden dolaylı etki katsayısı da anlamlı olarak bulunmuştur. Yani diyanet işleri personellerinin kurumsal itibar algısının örgütsel vatandaşlık davranışına etkisinde örgütsel güvenin aracılık rolü vardır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda çalışmanın hipotezleri olarak belirlenen h_{1a} , h_{1b} , h_{1c} ve h_{1d} hipotezleri kabul edilmiştir.

Çalışmanın en önemli kısıtı anketin internet yoluyla uygulanmasından dolayı örneklemin belirlenmesi amacıyla tesadüfi örnekleme yöntemlerinden birisinin kullanılamamış olmasıdır. Çalışmanın bir diğer kısıtı ise sadece Kayseri ilinde faaliyet gösteren sınırlı sayıda diyanet işleri başkanlığı personeline ulaşılabilmiş olmasıdır. Bundan sonraki süreçte diyanet işleri personelleri içerisinde daha fazla coğrafi bölgeden, vaiz, imam hatip murakıp gibi farklı görevler yapan diyanet işleri personellerinden tesadüfi örnekleme yöntemleri ile alınacak daha geniş çaplı bir örnekleme çalışmalarının yapılması daha doğru ve kesin sonuçların alınması bakımından faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akturan, A. & Sevik, N. (2016). The Effect of Corporation Reputation on Organizational Citizenship Behaviour, *International Journal of Commerce and Finance*, 2 (1), 113-123.
- Altıntaş, E. (2005). *Kurumsal İtibar ve Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F. Örneği*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir. Türkiye
- Avcı, K. (2019). Üniversite İç Paydaşlarının Kurumsal İtibar Algısı: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Kurumsal İtibar Araştırması, *Selçuk İletişim*, 12 (1), 42-63.
- Bahar, B. (2019). Kurumsal İtibar ve Kuramsal Temelleri, *Journal of Yasar University*, 14 (55), 226-236.
- Camgöz, Ö. & Bağcı, Z. (2020). Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İle Demografik Özellikler Arasındaki İlişkinin CHAID Analizi İle İncelenmesi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 958-972.
- Çalışkan, A. (2021). Örgütsel Güven. Bir Ölçek Geliştirme Çalışması, *Antalya Bilim Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 42-59.
- Demircan, N. & Ceylan, A. (2003). Örgütsel Güven Kavram: Nedenleri ve Sonuçlar, *Yönetim ve Ekonomi*, 10 (2), 139-150
- Demirci, T. Ş. & Marşap, A. (2022). Kurumsal İtibar Algısının Örgütsel Çekicilik ve Örgütsel Özdeşleşme Üzerine Etkisinin Yeme İçme Sektöründe İncelenmesi, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21 (45), 1487-1511. doi: 10.46928/iticusbe.1191688
- Dülger, G. & Acar, O. K. (2017). Özel Okullarda Kurumsal İtibar Algısı: Okul Paydaşları Üzerinde Bir Araştırma Ve Model Önerisi, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (22), 259,277. DOI: 10.20875/makusobed.349856
- Ellonen, R., Blomqvist, K. & Puumalainen, K. (2008), The role of trust in organisational innovativeness, *European Journal of Innovation Management*, 11 (2), 160 - 181. <https://doi.org/10.1108/14601060810869848>,
- Fener, E. & Köse, (2023). Sağlık Çalışanlarında Kurumsal İtibar Algısının Belirlenmesi: Özel Hastane Örneği. *Turkish Studies Social*, 18(2), 469-487. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.64379>
- Göküş, Ş. (2019).Din Görevlilerinin Örgütsel Güven Düzeyleri ile Mesleki Doyum Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Mediterranean Journal of Humanities*, 9 (2), 285-309. DOI: 10.13114/MJH.2019.491

- Gügerçin, U. & Ay, Ü. (2016). Etik Konumun Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisi: Etik Konum Kuramı Çerçevesinde Bir Analiz, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19 (32), 34-46.
- Gürsoy, H. (2021). Örgütsel Güvenin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 579-588. <http://dx.doi.org/10.29228/SOBIDER.52539>
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach (Methodology in the Social Sciences)* (2nd ed.). New York, USA, The Guilford Press.
- Hodovic, V. B. & Kalajdzic, M. A. (2019). Perceived Corporate Reputation and Pride as Drivers of Frontline Employees' Reputation Impact Awareness: Mediating Role of Job Satisfaction, *Market-Tržište*, 31 (2), 171-185. <http://dx.doi.org/10.22598/mt/2019.31.2.171>
- Kandil, C. & Başaran, Y. K. (2025). Örgütsel Güven ve Eğitim Yönetimi, *International Social Sciences Studies Journal*, 11 (6), 1111-1123. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15755992>
- Keleş, Y. (2019). Algılanan Örgütsel Adaletin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisi: Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 612-624. <https://doi.org/10.20491/isarder.2019.623>
- Korkmazıyürek, Y. & Varoğlu, M. A. (2020). Örgütsel Güven ve Psikolojik Sözleşme İlişkisinde Profesyonel Bürokrasi Etkisi, *Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 5 (1), 18-32.
- Mehtap, Ö. & Kokalan, Ö. (2013). The Relationship Between Corporate Reputation and Organizational Citizenship Behavior: A Comparative Study on TV Companies and Banks, *Qual Quant*, 47, 3609-3619. DOI 10.1007/s11135-012-9743-y
- Mor, D. & Kara, B. (2023). Ortaokul Öğretmenlerinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışları İle Okul Gelişim Arasındaki İlişki” *International Social Sciences Studies Journal*, 9(114), 7796-7808. <http://dx.doi.org/10.29228/sss.70748>
- Muthuraman, S. & Haziazi, M. (2017). Examining the Factors of Organizational Citizenship Behavior with Reference to Corporate Sectors in Sultanate of Oman, *International Review of Management and Marketing*, 7(1), 413-422.
- Omarov, A. (2023). *Örgütsel Güven ve İş Doyumu: Özel Bir Sektörde Uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, Türkiye.
- Özdevecioğlu, Y. D. (2003). Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Üniversite Öğrencilerinin Bazı Demografik Özellikleri ve Akademik Başarıları Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20, 117-135.
- Polat, S. & Celep, C. (2008). Ortaöğretim Öğretmenlerinin Örgütsel Adalet, Örgütsel Güven, Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına İlişkin Algıları, *Educational Administration: Theory and Practice*, 54, 307-331.
- Ramalakshimi, K. & Ravindran, K. (2022). Influence of Citizenship Behaviour in The Workplace on Achieving Organisational Competitiveness, *Polish Journal of Management Studies*, 25 (2), 247-265. DOI: 10.17512/pjms.2022.25.2.16

- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2015). *Using Multivariate Statistics*, Allyn & Bacon/Pearson Education. 6. Basımdan Çeviri: Mustafa Baloğlu, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, Türkiye
- Taşlıyan, M., Okur, E. & Gurbanlı, E. (2023). Kurumsal İtibar Yönetimi Algısının Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Urfa İlinde Bir Uygulama, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 9(64):2844-2862. DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/JOSHAS.70044>
- Uzunoglu, E. & Öksüz, B. (2008). Kurumsal İtibar Riski Yönetimi: Halkla İlişkilerin Rolü, *Selçuk İletişim*, 5 (3), 111-123
- Vanhala, M. & Tzafrir, S. S. (2020). Organisational Trust And Performance in Different Contexts, *Knowledge and Process Management*, 28(4), 331-344. <https://doi.org/10.1002/kpm.1681>
- Wong, Y. T., Wong C.S. & Ngo, H. Y. (2012). Effects of Trust in Organisation and Perceived Organisational Support on Organisational Citizenship Behaviour: A Test of Three Competing Models, *The International Journal of Human Resource Management*, 23(2), 278-293. DOI: 10.1080/09585192.2011.610966
- Yazar, F., Turanalp, M. F. & Özer, N. P. (2023). Image of the Presidency of Religious Affairs: A Study on Media Columnists' Perception of Religious Affairs". *Journal of Ilahiyat Researches*, 60(1), 134-148. DOI: 10.5152/ilted.2023.23471
- Yorulmaz, Y. Püsküllüoğlu, E. I., Çolak, İ. & Altınkurt, Y. (2021), The Relationship of Organisational Trust with Organisational Justice, Organisational Commitment, and Organisational Citizenship Behaviours in Educational Organisations: A Meta-Analysis, *Education and Science*, 46 (208), 237-277. DOI: 10.15390/EB.2021.9806