

## ÖRGÜT KÜLTÜRÜNÜN BİR ÖĞESİ OLARAK MARŞ KAVRAMI VE İSTİKLAL MARŞI<sup>1</sup>

### *ANTHEM CONCEPT AS THE PART OF ORGANISATIONAL CULTURE AND İSTIKLAL ATHEM*

**Mehmet Emin USTA**

Doç. Dr., Harran Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, mehmeteminusta3@gmail.com, Şanlıurfa, Türkiye, orcid: 0000-0003-2355-1203

#### ÖZET

Kültür toplumsal hayatın en önemli öğelerinden biridir. Bu öğe bireysel, toplumsal, psikolojik ve hatta siyasal yönler içerir. Kültür toplumsal gelişmenin belirli çağlarında oluşmuş topluma özgü özellikler, bir grup bireyi diğerlerinden ayıran düşünsel ve uygulamalı tepki kodları, bir toplumun tutum, davranış, inanç ve değerlerinin tamamıdır. Yine kültür toplumsal bir üye olarak bireyin kazandığı bilgi, ahlak, gelenek, sanat, düşünce ve benzeri alışkanlıkları kapsayan karmaşık bir bilgi ve davranış bütünüdür. Toplumsal açıdan düşünüldüğünde bir halkı halk yapan maddi ve manevi unsurların birleşimidir. Kültür toplumsal ilişkilerde sembol ve anlam sistemi olarak belirir.

Toplumlar ve bireyler için kültürden söz etmek mümkün olduğu gibi örgütler için de kültürden ve kültürlenmeden söz etmek mümkündür. Özellikle 1960'lı yıllardan sonra kültür kavramı yönetsel alanda en çok tartışılan konulardan biri olmuştur. Bu tartışmaların akabinde örgüt kültürü kavramı ilgili literatüre yerleşmiştir. Örgüt kültürünü oluşturan unsurlar hikayeler, törenler, kahramanlar, semboller, sözler, marşlar ve şarkılardır. Bu unsurlar sayesinde başta işgörenlerde olmak üzere tüm bireylerde örgütsel aidiyet oluşmakta ve böylece bireyler örgütün amacını gerçekleştirmede daha istekli ve daha inançlı bir hale gelebilmektedirler.

Bu çalışmada örgüt kültürünün bir parçası olarak marş kavramı ve İstiklal Marşı ele alınmıştır. İstiklal Marşı sözleri itibarıyla edebi bir metin olmanın yanında, sonrasında eklenen müzik ile ülkeyi temsil eden ve etki gücü yüksek bir toplumsal öğeye dönmüştür. Marşlar genel olarak toplumu ve ilgili kitleyi harekete geçiren, aidiyet hissi oluşturan, coşturmak suretiyle kitleyi duygusal açıdan hedefe yönlendiren bir işlev görürler.

**Anahtar Kelimeler:** İstiklal Marşı, kültür, marş, örgüt kültürü

#### ABSTRACT

Culture is one of the most important elements of social life. This element includes individual, social, psychological and even political aspects. Culture is the social characteristics of the society formed in certain periods of social development, the intellectual and practical reaction codes that distinguish a group of individuals from others, the attitude, behavior, belief and values of a society. Again, culture is a complex set of knowledge and behavior that includes the knowledge, morality, tradition, art, thought and similar habits acquired by the individual as a

<sup>1</sup> Bu çalışma 12 Mart 2021 tarihinde İLKSAAD tarafından Şanlıurfa'da (Türkiye) düzenlenen Kabulünün 100. Yılında İstiklâl Marşı ve Milli Şairimiz Mehmed Âkif Ersoy Uluslararası Sempozyumu'nda bildiri olarak sunulmuştur.

social member. Socially, it is the combination of material and spiritual elements that make a people a people. Culture appears as a symbol and system of meaning in social relations.

It is possible to talk about culture for societies and individuals as well as culture and acculturation for organizations. Especially after the 1960's, the concept of culture has been one of the most discussed topics in the administrative field. In this context, the concept of organizational culture has settled in the relevant literature in the process. The elements that make up the organizational culture are stories, ceremonies, heroes, symbols, lyrics, anthems and songs.

In this study, the concept of anthem and the Turkish National Anthem are discussed as a part of the organizational culture. In addition to being a literary text in terms of the words of the National Anthem, it has turned into a highly influential social element that represents the country with the music added afterwards. Anthems in general aim to motivate the society and the relevant audience, create a sense of belonging, and lead the audience to a goal emotionally.

**Keywords:** Turkish National Anthem, culture, anthem, organizational culture

## 1.GİRİŞ

İnsanın biyolojik gereksinimlerine olduğu kadar sosyal ve psikolojik gereksinimlerine de odaklanmak gerekmektedir. Zira insan farklı yönleriyle bir bütündür. İnsan, bu bütünlüğü sağlayamadığı yerde ya sorun olmakta ya da sorun çıkarmaktadır. Geşalt psikolojisinin de ana varsayımlarından biri bu bütünlüğün sağlanması gerektiğidir. Sosyal ve siyasal hayatta bu bütünlüğün sağlanması ve sosyal gereksinimlerin karşılanması devlet denen yönetsel mekanizmanın görevidir. Devlet denen bu yönetsel mekanizma tam anlamıyla bir örgüttür. Bu örgüt toplumsal sistemi devam ettirebilmek içinde toplumdaki yerleşik yapıları başka bir deyişle kültürü ve unsurlarını dikkate almak zorundadır. Hatta sadece dikkate almak değil, belki de bir kültür yaratmak ve bunu yaşatmak zorundadır. Zira bunu yapmadığında ya da yapmadığında ciddi bir meşruiyet sorunu yaşayacaktır. Bu meşruiyet felsefi olandan çok sosyolojik realite ile ilgilidir. Bu sosyolojik realitenin odağındaki kavram kültür'dür.

Kültür kavramı salt toplum yapısında yaşayan bir olgu değil, insana ve topluma dair her yapı ve kurumda yaşayan bir gerçekliktir. Bu bağlamda yine insan topluluklarının eseri olan ve bireylerin tek başlarına gerçekleştiremeyecekleri amaçlarını gerçekleştirebilmek için kurdukları yönetsel yapı olan örgütlerin de kültür kavramı ile yakın bir teması bulunmaktadır. Zira sistem yaklaşımı gereği toplum bir sistem olarak görüldüğünde, toplumdaki diğer yapıların da bir alt sistem olarak görülmesi gerekmektedir. Bu noktada bir toplumsal alt sistem olarak düşünülmesi gereken örgütlerin, içinde buldukları toplumun kültürünü büyük ölçüde yansıttıkları kabul edilmelidir.

Bu çalışmada örgüt kültürüne ve onun ögesi olan marş kavramına dair bir değerlendirme yapılmıştır.

## 2. YÖNTEM

Bu çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden olan literatür taraması ile hazırlanmıştır. Literatür taraması, araştırma konusunu odağa alarak, konuyla ilgili yapılmış her tür (kitap, makale, rapor, şiir vs.) ve yöntemdeki (nicel, nitel, karma vb.) çalışmaların bulgularını kompozisyonel ve açıklayıcı bir tutumla ele alan çalışmalardır. Literatür taramalarında konuyla ilgili olarak olabildiğince çok kaynağa ulaşmak ve buradan elde edilen sonuç ya da bulguları kanıtlara dayalı olarak işlemek esastır.

### 3. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kavramsal çerçeve başlığı altında kültür, örgüt kültürü ve marş kavramlarına dair değerlendirmeler yapılmıştır.

#### 3.1. Kültür kavramı

Kültür kavramına dair sayısız tanım yapmak mümkün olduğu gibi, kültür kavramının tanımına dair tek uzlaşmış bir tanım yapmak da mümkün görünmemektedir. Örneğin 1952 yılında yapılan bir çalışmaya göre kültür kavramının yaklaşık 164 farklı tanımına ulaşılmıştır (Spencer, 2012). Bütün bu farklılık ve karmaşayla beraber neticede kültür deyince insan zihninde uyanan bir his ve düşünce de bulunmaktadır.

Schein'e (2012) göre kültür bir grup ya da toplulukça paylaşılan kalıplar, icatlar, öğrenilmiş uyum yapıları, düşünme şekilleri ve hatta hislerden oluşan bir bütündür. Kültür öğrenilen ancak miras alınmayan; kişinin genlerinden değil, sosyal çevresinden türeyen bir husustur. Kişinin fiziksel ve temel psikolojik işleyişini belirler. İnsanın korku, öfke, sevgi, sevinç, üzüntü hissetme yeteneği, başkalarıyla ilişki kurma, kendi kendine oynama ve egzersiz yapma ihtiyacı, çevreyi gözlemlenme ve diğer insanlarla bunun hakkında konuşma kolaylığı tamamen insan zihnine kodlanan kültürün neticesidir (Spencer Oatey, 2012). Şeriati'ye (2011) göre kültür bir toplumun maddi ve manevi üretimidir. Peterson (1979) kültürün temelde dört tür sembolden oluştuğunu ifade etmektedir. Bunlar: değerler, normlar, inançlar ve sembollerdir. Değerler, davranışı veya hedefleri sıralayan seçim ifadeleridir. Normlar, etkileşimdeki davranışla ilgili değerlerin özellikleridir. İnançlar, dünyanın nasıl işlediğine dair varoluşsal ifadeleridir ve çoğunlukla değerleri ve normları haklı çıkarmaya hizmet ederler. Semboller ise taş baltalardan gamalı haçlara ve hatta horoz dövüşlerine kadar kültürün tüm maddi yönlerini ifade eder.

Kültür sözcüğü Türkçe'ye Fransızca "culturé" sözcüğünden geçmiştir ve anlamı ekin'dir. Kültür kavramı İngilizce'de de aynı anlamda kullanılmış ve "agriculture" sözcüğü tarım olarak ifade edilmiştir. Maclver ve Page'e (1994) göre kültür belli bir toplumun yarattığı bütün sanat eserleri ve tabular, teknolojik yapı ve sosyal kurumlar, iş aletleri ve ibadet tarzlarının tamamıdır."

Sonuç olarak kültür bir topluma dair yaşanmış ya da yaşanan maddi ve manevi herşeydir. Toplumunu bir arada tutar, topluma şekil verir. Bir toplumu ya da topluluğu ötekilerinden ayırır. Kültür toplumda kabul görmüş yerleşik değer ve sembolere vurgu yapar.

#### 3.2. Örgüt Kültürü

Şişman (1994) örgüt kültürünün bilim adamları arasında ilgi görmesinin nedenleri olarak Ampirizm, pozitivizm ve rasyonalizm gibi geleneksel düşünme yöntemleri üzerinde yapılan tartışmaların örgütsel işleyişi açıklamada yeterli olmayışı ve örgütteki yaşamın rasyonel olmayan kültürel boyutunun giderek önem kazanması, yönetsel alanda ilişkilere ve öznelliğe doğru bir yönelimin başlaması, mekanistik bilim anlayışının terk edilerek örgütün tanımlanma ve çözümlenmesinde yeni metafor ve paradigmalara benimsenmesi, kültüre dair kavramların yeni bir akış açısıyla ele alınması gibi hususlar olduğunu ifade etmektedir. Bununla birlikte siyasi, ekonomik ve sosyo-ekonomik unsurların sosyal kuramlar üzerimde etkili hale gelmesi, işgörenlerin örgütten beklentilerinin değişmesi, ödüllendirmenin ücretten öte bir anlam taşımaya başlaması, kültürün örgütsel değişiminin özü biçiminde düşünülmesi, örgütsel bütünleşme, kontrol ve verimliliğin temel anahtarı olarak görülmesi biçimindeki yaklaşımların etkili olduğu belirtilmektedir.

Örgütler farklı inanç, tutum ve davranışlara sahip insanların bir araya gelmesinden oluşmuşlardır. Bu farklı inanç, tutum ve davranışlara sahip insanlar zamanla birbirlerinden farklı bu kültürel figürleri bir araya getirerek başkalarından farklı, kendi içlerinde benzeşik yeni

bir kültür yaratmış olmaktadır. Bu kültür, örgüt kültürü olarak bilinmektedir. Schein (2012) örgüt kültürünü, bir kişinin gruba uyumu ve iç bütünleşmesi sağlama süreci olarak ifade etmiştir. Erçetin (2001) ise, “Örgütün Doğasını ve kimliğini ifade eden paylaşılan değerler, normlar, inançlar, semboller, davranışlar, işlerin yapılış biçimi, değeri, değişme ve yenileşme olasılığı, ast-üst ilişkileri ve çevrenin doğası” olarak tanımlamıştır.

Bir örgütün kültürünü yoğun olarak gelenek ve çevre yaratır. Kültür, bir örgüt için saldırganlık, kendini savunma, uyuşukluk...vb. faaliyetleri belirleyen fikir ve hareketleri de etkileyen değer yargılarının tümünü ihtiva eder. Yöneticiler bu kültürü kendi astlarına ve yeni kuşaklara aktarırlar. Bir örgütte stratejiden personele kadar her şey bu kültürden etkilenir (Ouchi, 177). Bir örgüt çalışmalarını sürdürdükçe yeni görüşler, normlar ve yöntemler meydana gelecektir. Sonra bunlar da değişecek, arıtılacak ve alt kademelere miras bırakılacaktır. Bu durum, kültürün yapısı itibariyle dinamik bir durum arz etmesindedir. Kültür, gurup içerisinde oluşmuş değerleri, sanat şekillerini, giyim tarzını, davranış biçimlerini birbirine bağlar (Hicks, 1979, 210).

Örgütlerin amaçlarına ulaşmasında temel etkenler çalışanların kabiliyetleri, örgütlerin yapısı ya da işbölümü değildir. Örgütün başarıya ulaşması için tüm unsurların uyumu çok önemlidir. Bu uyum örgütün içte ve dışta algılanabilen karakteri ve tarzıdır. Yani herhangi bir örgütü başka örgütlerden ayıran bir kimliği olmalıdır. İşte bu, örgütün kültürüdür. Hatta bu kimlik o kadar güçlüdür ki, çalışanlar üzerinde yazılı ve sözlü kurallardan bile daha etkili olmaktadır (Özalp, Koparal ve Berberoğlu, 2000). Bu nedenle belli bir amaca ulaşmaya çalışan tüm örgütler bireyi salt çalışan yönüyle değil; amaçları, değerleri, inançları olan bir insan yönüyle algılamalıdır.

Eren (2001) örgüt kültürünün belirgin özellikleri olarak kültürün öğrenilmiş ve sonradan kazanılmış bir olgu olduğu, grup üyeleri arasında paylaşılır olması, yazılı bir metin olmaması, üyelerinin hafızasında inanç ve değer olarak yer alması, düzenli bir şekilde tekrar eden davranışsal kalıplar şeklinde bir özelliğe sahip olmasını saymaktadır. Barutçugil'e (2004) göre örgüt kültürü, örgütler ve işgörenler belli işlevler görmektedir. Bunlar, çalışanların örgütsel kimlik kazanmasına yardımcı olması, örgüte sahiplenme bilincini artırması, sosyal sistemde kararlığı sağlaması ve işgörenlerin tutum ve davranışlarını çevreye uyumlu olarak biçimlendirmesidir. Örgüt kültürü, belirtilen bu işlevler nedeniyle, bir tür “sosyal tutkal” özelliği gösterir. Çalışanları birbirine karşı duyarlı ve birbirinden haberdar hale getirir.

Örgüt kültürünün oluşması, çalışanlara ve örgütün devamlılığına ilişkin bazı yararlar sağlar (Şimşek, 2001). Bu yararlar arasında çalışanların belli değer ve kuralları anlamalarına böylece başarıya ulaşmalarına , kararlı ve tutarlı olmalarına yardım etmesi; işin icrası sırasında kullanılan yöntem ve süreçlere bir standart getirerek örgütsel verimliliğe katkı sağlaması; gelecekte örgüte lider olabilecek kişilerin keşfine yardımcı olması; personel arasında ekip çalışmasının doğuşuna ve birlikteliğe zemin hazırlaması; örgütsel çatışmanın yumuşamasına ya da çatışma olması durumunda bu çatışmanın işlevsel hale gelmesine yardımcı olması; yarattığı seremoniler, kahramanlar, efsaneler kanalıyla örgütü sürekli kılabilmesi; örgüte kimlik kazandırmasını saymak mümkündür.

Örgüt kültürünü, örgütü başka örgütlerden ayıran ve bireyin örgüt içindeki varlığını anlamlı kılan en önemli öge olarak düşünmek mümkündür. Barutçugil'e (2004) göre, örgüt kültürünü oluşturan unsurlar hikayeler, kahramanlar, törenler, semboller, sözler, sloganlar, şarkılar ve marşlardır. Hikayeler, ilk kurucuların yaşadığı ya da yaşamış olduğu varsayılan ilginç ve ibret verici eserler, olaylar, ders alınmış vakalardır. Kahramanlar, örgüt kültürünün temsilcisi kişilerdir. Bunlar sonradan gelenler için modeldirler. Çalışanların onları izlemesi gerektiği düşünülür. Törenler, planlanmış, tekrarlanabilen ve ortak değerleri ifade eden, çoğu zaman takvime bağlı etkinliklerdir. Semboller, örgütü yansıtan tasarım, renk, logo, bayrak vb. şeylerdir. Ortak kültürün algılanmasını ve benimsenmesini sağlarlar. Sözler, sloganlar ve

şarkılar, örgüt çalışanları için özel anlam ifade eden unsurlardır. Ortak dili ve paylaşılan değerleri güçlendirirler. Marşlar ise vurgusu güçlü, söz ile müziği birleştiren, örgütün felsefesini yansıtan öğelerdir.

Örgüt kültürünün unsurları olarak ifade edilen semboller, örgüt kültürünün herkesçe daha kolay algılanmasını ve paylaşılmasını da sağlar. Örgütü zorunluluktan dolayı bulunulan bir yer olmaktan çıkararak, çalışanların örgütteki varlığını anlamlandırır.

### 3.2.1. Marşlar

Milli marşlar, genellikle 19. yüzyılda görülmeye başlayan milliyetçilik akımının ve ulus-devlet yapılanmasının bir sonucu olarak, emperyalist işgallere karşı doğan bağımsızlık hareketlerinin neticesinde ortaya çıkmışlardır (Aktaş, 2013; Demir, 2019). Çoğunlukla siyasal bir amaçla kullanılmış ve propaganda faaliyetinin ana öğelerinden biri olarak ele alınmışlardır (Çakı, Doğan ve Yılmaz, 2018). Marşlar, ulusal kimlik ifadesidirler ve genellikle bir totem olarak işlev görürler. Milli marşlar ve bayraklar belki de ulusal kimliğin en güçlü ve en net ifadesidirler. Marşlar temsil ettikleri uluslarla ilgili olarak özel bir anlam içerir, o ulusları ötekenden ayırır ve kimlik sınırlarını yeniden teyit ederler. Liderler marşları genellikle halkları arasında bağ oluşturmak, vatansever eylemleri motive etmek, vatandaşların çabalarını onurlandırmak ve meşru resmi otorite için bir ritüel olarak kullanırlar (Cerulo, 1993).

Bununla birlikte Cerulo (1989) milli marşların ve bayrakların oluşumunda o ülkenin bir sömürge ülkesi olup olmadığı, ülkenin coğrafi konumu, edebiyatı ve müzikal tarzının etkili olduğunu ifade etmektedir. Marşlar genellikle vatanseverlik içerir ve resmi otorite tarafından belli prosedürler ile kabul edilmişlerdir (Khorsand ve Selmani, 2014).

Milli marşlar kitleleri birleştirmek ve toplumda egemen ahlak anlayışı çerçevesinde birleştirmek işlevi görürler (Erden, 2019). Kitleye millet vurgusu yaparak bir aile duygusu etrafında birleştirmeye hizmet ederler (Souza, 2006).

### 3.2.2. Marşlardaki öğeler

Tepebaşı'ya (2005) göre genel olarak marşlar, basit, duyulduğunda çabucak anlaşılacak sözcük ve temalar içermektedirler. Bunun sebebi, marşların geniş kitlelerce benimsenmesi gerektiği inancıdır. Milli marş sözlerine bakıldığında muhtevanın o ülkenin marşın yazıldığı dönemdeki koşullarını yansıttığı ve marş sözlerinin coğrafi özelliklerden etkilendiği görülmektedir. Bazı ülkelerde savaş ve kahramanlık figürleri ön planda iken barış halinde olan milletlerin çoğunlukla doğal zenginliklerini ve güzelliklerini vurguladıkları ve bu yöntemle vatan topraklarının değeri ve önemini ifade etmek istedikleri görülmektedir (Aktaş, 2013). Marşların içerdiği öğelere bakıldığında ülkeden ülkeye değişmekle birlikte marşların genellikle şu öğeler etrafında birleştiğini söylemek mümkündür:

**Bağımsızlık.** İstiklal Marşı'ndaki "Ben ezelden beridir hür yaşadım, hür yaşarım. Hangi çılgın bana zincir vuracakmış? Şaşarım!" mısraları bağımsızlık temasının en çarpıcı örneklerinden biridir. İran Marşı'nda bağımsızlık teması "Behmen, imanımız doruktadır. Size söylüyoruz Ey İmam, İstiklâl ve hürriyet, ruhumuza basılmış olan yaşama amacımızdır." biçiminde işlenmiştir.

**Bayrak.** Bu temanın en güçlü olduğu marşlar olarak ABD marşı ve İstiklal Marşı gösterilebilir. ABD Marşı'nda "Söyle, Görebiliyor musun seherin ilk ışıklarında, Alacakaranlıkta gururla selamladığımız bayrağımızı?" ifadesi; İstiklal Marşı'nda "Korkma, sönmez bu şafaklarda yüzen al sancak" ifadeleri doğrudan bayrak içeriklidir.

**Coğrafya.** Bu tema Gürcistan milli marşında "Simgem Anavatanım, Ve bütün dünya ona ayakta, Parlak dağlar ve vadiler, Tanrı ile paylaşılır." sözleri ile işlenmiştir.

**Kahramanlık.** Bu tema Azerbaycan milli marşında “Azerbaycan, Azerbaycan! Ey kahraman evladın şanlı Vatanı!” mısraları ile; Fransız milli marşında ise “İleri kardeşler vatan için ileri! Şan şeref günü geldi çattı işte!” şeklinde dile getirilmiştir.

**Vatan.** Bu tema Rusya milli marşında “Ey, Rusya, bizim kutsal ulusumuz, Ey, Rusya, bizim sevgili vatanımız. En büyük güç, en büyük şan, Her zaman senindir ve senin kalacak!” biçiminde işlenmiştir. Marşlarda kullanılan diğer yaygın öğeler olarak millet, yerel sembol, tarih, din, sevinç ve çalışkanlık gibi ifadelerdir. Marşların tamamında dikkat çeken en önemli hususun seçilen sözcük ve temanın basit olmasıdır. Biçim açısından marşların çoğunun sade, basit, akılda kolay kalıcı, nakaratlı, melodisi tekrarlanabilir ve zihinde tutulabilir, kısa ve anlam odaklı oldukları değerlendirilebilir.

### 3.2.3. Kurum marşları

Örgüt kültürünün bir parçası olarak çalışanlarını motive etmek, aidiyet hissi oluşturmak ve amaçlarının ve değerlerinin geniş kitleler tarafından benimsenmesi ve tanınması için başta şirketler olmak üzere birçok kurum kendine özgü marşlar bestelemektedir. Örneğin Türkiye’de Askeri Elektronik Sanayi (ASELSAN) marşı ünlü şarkıcı Kıraç tarafından bestelenmiş ve söylenmiştir. Bu marşın “ASELSAN yanında, korkma sen gözün kalmaz arkada. Savaşta, barışta daima ASELSAN’la güven yurduna.” biçiminde sözleri vardır.

Haydarpaşa Lisesi’nin 2 kıta ve 2 nakarattan oluşan ve ilk kıtası “Okulumuz yurdumuzun en şerefli lisesi, İlmî irfandan meş’ale taşır her bir köşesi, Çok yücesin, çok ulusun, ey imanlı Türk gençliği, Amaç yaptın sen kendine, cesaret ve mertliği” biçiminde olan bir marşı bulunmaktadır. Yine Deniz Lisesi’nin “Sönmez bu sulardaki zaferler meşalesi, Ufkumuzda çakıyor Barbaros’un şulesi. Denize hâkim olan, cihana hâkim olur, Vatan, deniz aşkıyla, coşar Deniz Lisesi” biçiminde 4 kıta ve 4 nakarattan oluşan bir marşı bulunmaktadır.

Ayrıca Pertevniyal Anadolu Lisesi, İzmir Atatürk Lisesi, İmam Hatip Marşı, Kabataş Erkek Lisesi, gibi köklü okulların marşları bulunmaktadır. Özellikle okul marşlarında ilim, irfan, gelecek, misyon, yurt, vatan, inanç gibi temaların yoğunlukta olduğu görülmektedir. Marşlar, bu okulların öğrencilerinin kendilerini köklü okul geçmişinin bir parçası olarak hissetmelerine yardımcı olmakta, kendilerini benzerlerinden üstün yönleri ile ayırt etmelerine ve bu yolla kendilerine önem atfetmelerine katkı sağlamaktadır. Güçlü örgüt kültürü edinmiş öğrenciler mezuniyetten sonra da kendi okullarının pilav günü gibi özel günlerine katılarak, okulun ihtiyaçlarını gidermekte daha istekli davranmaktadırlar.

### 3.3. İstiklal Marşı

Yukarıdaki bütün öğeler açısından bakıldığında İstiklal Marşı’nın on kıtası ile bir bütün olarak neredeyse bu öğelerin tamamını içermektedir. Bu, Mehmet Akif Ersoy’un sembol ve kavram dünyasının zenginliği biçiminde anlaşılmalıdır. İstiklal marşında kahraman, bayrak, vatan (3 defa), din, şehadet, ezan, ilah, sancak, millet (4 defa), bağımsızlık/istiklal (2 defa) gibi temalar son derce metaforik olarak değişik biçimlerde işlenmiştir. Öztürk’e (2019) göre İstiklal Marşı tam olarak bir tefekkür, duygu ve heyecanın ürünüdür. Kavramsal zenginlik bu özelliklerden gelmektedir.

Tay ve Nalçacı’ya (2020) göre İstiklal Marşı birçok marştan farklı olarak ona yakın değeri içeren ve değerler eğitiminde çok kolay kullanılabilir özel bir metindir. Çetin’e (2011) göre İstiklal Marşı, tarihî, kültürel, siyasî, askerî, dinî dayanaklara sahip ve edebi özelliği olan bir yapıttır. Sonuç olarak İstiklal Marşı yaşadığı dönemin siyasal gerçekliğini ve önceliklerini yansıtan, Mehmet Akif Ersoy’un İslamcı dünya görüşüne uygun düşen edebi, sembolik ve duygusal bir metindir.

## 4. SONUÇ

Kültür hem toplumun hem de örgütsel yaşamın bir gerçeğidir. Liderlik, birçok ögesi olan örgüt kültürünün beslenmesini ve üye ya da işgören bağlılığını arttırma yönünde çaba gösterilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda başta eğitim örgütleri olmak üzere tüm toplumsal örgütlerin örgütsel bağlılığı belli öğeler üzerinden sağlaması beklenmektedir. Bu öğelerin başında örgüt çalışanları için özel anlam ifade eden belli günlerin kutlanması (kuruluş günü gibi), belli kahramanların anılması, çalışan coşkusunun sağlanması için örgüt odaklı şiir ve şarkılar yazılması/söylenmesi ile coşkuyu ve aidiyeti arttırıcı marşların oluşturulması önem arz etmektedir. Zira başta marşlar olmak üzere tüm kültürel figürler, örgüt çalışanları için aidiyeti sağlama, ortak kimlikte birleştirme ve kitlesel özgüven sağlamada işlev görürler. Bu nedenle Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş gibi futbol takımları bile takipçilerini coşturmak ve aidiyet hissini geliştirmek için marşlar bestelemişlerdir.

İkinci dünya savaşında başta Almanya olmak üzere birçok ülke tarafından kitleleri yönetme ve yönlendirme aracı olarak propaganda yöntemi kullanılmıştır. Ancak kullanılan bu propaganda yöntemi büyük ölçüde radyo, müzik, şiir, retorik vb. unsurlar üzerinden cereyan etmiştir. Bu unsurlar içinde müzikle beraber kullanılan marşlar daha önemli bir hale gelmiş ve adeta kitleler için bir coşku ve hatta metaforik anlamda afyon olarak kullanılmıştır. Çakı, Doğan ve Yılmaz (2018) çalışmalarında bu yaklaşıma örnek olarak Horst-Wessel Marşı'nı örneklemektedirler.

Kitleler üzerindeki etkilerine bakıldığında marşların coşku verici, birleştirici ve yönlendirici değerinin olduğu anlaşılmaktadır. Bu değerini kimi zaman bir despotizm ve dayatma aracına dönüştürülmesinin de örneklerine rastlamak mümkündür. Bu durumda marşların, kitlede coşku ve heyecan yaratmak yerine tepki ve öfke yaratma olasılığı da çok yüksektir. Bu durum bir Fenerbahçeli taraftara, diğer bir takımın marşını söyletmenin kişide yaratacağı travma gibi etki yapması muhtemeldir.

## KAYNAKÇA

1. Aktaş, H. (2013). Milli marşların siyaset biliminin bazı kavramları açısından değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15 (2), 71-92. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/gaziuiibfd/issue/28313/300874>
2. Barutçugil, İ. (2004). *Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi*, İstanbul: Kariyer.
3. Cerulo, K. A. (1989). Sociopolitical control and the structure of national symbols: An empirical analysis of national anthems, *Social Forces*, (68): 1, 76-99, <https://doi.org/10.1093/sf/68.1.76>.
4. Cerulo, K.A. (1993). Symbols and the world system: National anthems and flags. *Sociol Forum* 8, 243–271. <https://doi.org/10.1007/BF01115492>
5. Çakı, C., Doğan, D. K., & Yılmaz, N. (2018). Horst-Wessel propaganda marşı üzerinden nazizm ideolojisinin inşası. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (46), 89-110.
6. Çetin, N. (2011). *İstiklal Marşı'mızı Anlamak*. Ankara: Öncü Kitap.
7. Demir, A. (2019). Toplumsal kimlik ve İngiliz Milli Marşı. İçinde *Schriften Zur Sprache Und Literatur* (Ed. Tahir Balcı, Ali Osman Öztürk ve Ergün Serindağ). London: IJOPEC Publication.
8. Erçetin, Ş. Ş. (2001). *Yönetimde Yeni Yaklaşımlar*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
9. Eren, E. (2001). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*, Ankara: Beta Yayınları.

10. Erden, Y. (2019). National Anthems as unifying tools: A comparative analysis of selected western national anthems. *Eurasian Journal of English Language and Literature*, 1 (2), 44-50. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/jell/issue/51236/660760>
11. Hicks, H. G. (1979). *Örgütlerin Yönetimi: Sistemler ve Beşeri Kaynaklar Açısından* (Çev. Osman Tekok, Bintuğ Aytek, Salim Şen). Ankara: Turhan Kitabevi.
12. Khorsand, M., & Salmani, B. (2014). Anthems as propaganda: A discursal translation quality assessment. *International Journal of Language Learning and Applied Linguistics World*, 5(3), 222-237.
13. Maclver, R.M. & Charles H. P., (1994). *Cemiyet* (Çev. Özer Ozankaya), İstanbul: MEB.
14. Ouchi, W. (1989). *Japonların Yönetim Tarzı Nasıl İşliyor? Teori Z*, İstanbul: İlgı Yayınları.
15. Özalp, İ., Koparal, C. & Berberoğlu, G. (2000). *Yönetim ve Organizasyon*, (Edt. İnan Özalp) Eskişehir: AÖF Yayınları.
16. Öztürk, M. (2019). *İstiklal Marşı ve anlam dünyası* (Ed. Mahmut Öztürk). İstanbul: Nida.
17. Peterson, R. A. (1979). Revitalizing the Culture Concept, *Annual Review of Sociology*, (5):1, 137-166.
18. Schein, E. (2012). *Sosyology of Organizations Structures and Relationships* (Edt. M. Goodwyn and J. H. Gittel). London: Sage.
19. Souza, A. A. (2006). The construal of interpersonal meanings in the discourse of national anthems: An appraisal analysis. *33rd International Systemic Functional Congress*, 531-550.
20. Spencer-Oatey, H. (2012). *What is culture? A compilation of quotations*. Warwick, England: GlobalPAD Core Concepts.
20. Şeriatı, A. (2011). *Dünya Görüşü ve İdeoloji*, (Çev. Kenan Çamurcu). Ankara: Fecr Yayınları.
21. Şimşek, M. Ş., Akgemci, T. & Çelik, A. (2001). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
22. Şişman, M. (1994). *Örgüt Kültürü (Eskişehir İl Merkezindeki İlkokullarda Bir Araştırma)*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
23. Tay, B. & Nalçacı, A. (2020). İstiklâl Marşı'mızda Değerler. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 18(40), 243-275. DOI: 10.34234/ded.753516
24. Tepebaşı, F. (2005). Kullanımlık metin türü olarak ulusal marş kavramı ve işlevleri, *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 17, 383-393.