

Citation: Yeşiltaş, M.D., & İmadoğlu, T., Kamu Sektöründeki Çalışanların Etik Konum Algılarının Makyavelizm Eğilimlerinin ve İşe Angaje Olma Davranışlarının İncelenmesi, BMIJ, (2020), 8(4): 204-239, doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i4.1714>

KAMU SEKTÖRÜNDEKİ ÇALIŞANLARIN ETİK KONUM ALGILARININ MAKYAVELİZM EĞİLİMLERİNİN VE İŞE ANGAJE OLMA DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ¹

Meryem Derya YEŞİLTAŞ²

Received Date (Başvuru Tarihi): 16/02/2020

Tuğba İMADOĞLU³

Accepted Date (Kabul Tarihi): 24/09/2020

Published Date (Yayın Tarihi): 10/12/2020

Çalışmada ilk yazar Sorumlu Yazar (Corresponding Author) rolündedir.

ÖZ

Anahtar Kelimeler:

Makyavelizm,
Etik Konum,
Etik Konum Algısı,
İşe Angaje Olma

JEL Kodları:

D23,
M10

Bu araştırma, çalışanların etik konum algılarının makyavelizm eğilimleri ve işe angaje olma davranışlarını incelemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın örneklemini Türkiye'deki kamu çalışanlarından oluşmaktadır. Analiz sonuçlarına göre, çalışanların etik konum algılarının makyavelizm ve işe angaje olmaları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Etik konum algısının görecelik ve doğruluk boyutları makyavelizm üzerinde pozitif etkiye sahipken idealizm boyutunun ise negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Etik konum algısının işe angaje olma üzerindeki etkileri incelendiğinde sadece idealizm alt boyutunun anlamlı olarak etkilediği, görecelik ve doğruluk boyutlarının ise anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir.

Keywords: Machiavellianism Ethics Position Ethics Position Perceptions Work Engagement

JEL Codes: D23 M10

¹ Bu çalışma 23-25 Eylül 2020 tarihlerinde Erciyes Üniversitesi'nde düzenlenen 19. Uluslararası İşletmecilik Kongresi'nde sunulan bildirinin geliştirilmiş ve genişletilmiş halidir.

² Dr. Öğr. Üyesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, deryayesiltas@osmaniye.edu.tr,

<https://orcid.org/0000-0001-5067-4538>

³ Doktora. Öğrencisi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, tugba-imadoglu@hotmail.com,

<https://orcid.org/0000-0002-4202-4495>

EXTENDED ABSTRACT

EXAMINATION OF EMPLOYEES' ETHICS POSITION PERCEPTIONS, MACHIAVELLIANISM TENDENCIES AND WORK ENGAGEMENT BEHAVIORS IN THE PUBLIC SECTOR

1. INTRODUCTION AND PURPOSE

Today, under the influence of the changes in the world, employees are committed to working within the scope of ethical rules. Employees who are committed to their job and integrate themselves with their work show higher performance. It has been found that these employees have more motivation and effort to learn and apply what they have learned in their work than others. (Bostancı & Ekiyor, 2015). Another important point is these employees do all the tasks by exhibiting ethical behaviour as a result of achieving better, more accurate and creating positive values (Gündoğdu, Ünal, & Kılınç, 2018). Individuals display ethical behaviours according to the values and beliefs of the period in which they grew up. Values are criteria that refer to positive or negative situations. Machiavellian values refer to negative criteria, not based on fair, beautiful, justice, honesty, equality, etc.

The research was conducted to examine the public employees' ethical position perceptions of Machiavellian tendencies and work engagement behaviour. As a result of the literature review, although many studies have been done separately on Machiavellianism, engagement and ethical position, no study has been run across evaluate the relations between Machiavellianism, perception of ethical position and job engagement together. In this context, it is predicted that the findings obtained will contribute to both the literature and the practitioners.

2. METHOD

In this study, quantitative method and online questionnaire were used. The research sample consists of public employees in Turkey. The surveys were distributed via e-mail and social media tools to reach public employees in seven geographical regions, and 257 public employees participated in the survey. Convenience sampling and snowball sampling methods were used together. Although the research was done throughout Turkey, only 257 participants were reached.

First, descriptive statistics were used to draw inferences about the data. Secondly, the Pearson correlation and multiple regression analysis were used to test the hypotheses. Exploratory factor analysis (EFA) and confirmatory factor analysis (CFA) were performed. Also, correlation and multiple linear regression analyzes were made to test the hypotheses.

3. RESEARCH MODEL

In this study, the perception of ethical position, Machiavellianism and engagement are examined from the perspectives of public employees. The three research hypotheses determined by the purpose of the study are as follows:

H₁: Employees' perceptions of ethical position have a significant effect on Machiavellian characteristics.

H₂: Employees' perceptions of ethical position have a significant effect on their engagement.

H₃: Employees' Machiavellian characteristics have a significant effect on engagement behaviour.

4. CONCLUSION AND DISCUSSIONS

According to the results of the research, it has been determined that ethical position perceptions have a significant effect on Machiavelism and work engagement. It has been determined that the relativism and veracity dimensions of ethical position perception have a positive effect on Machiavelism, whereas the idealism dimension affects negatively. When the effects of ethical position perception on work engagement were examined, it was found that only the sub-dimension of idealism significantly affected, and the dimensions of relativity and veracity did not have a significant effect. H₁ hypothesis and H₃ hypothesis were accepted. H₂ hypothesis has been accepted in the dimension of idealism.

The study of Güney and Mandacı (2009) supports the relationship between Machiavellian trends and perception of ethical position. Celep et al. (2004) 's findings that work ethics affect the level of commitment to work is partially supported. Besides, it was determined in the study of Gül and Erol (2016) that work commitment is a factor that positively affects professional, ethical behaviour. In this context, it can be said that these studies support the current study.

They are increasing the efforts required to develop the conditions that will ensure the positive regulation of Machiavellian tendencies and engagement behaviours determined to affect the perception of ethical position. In order to increase the effort, essential duties fall on public employees, professional associations and, in a way, the society.

If it is desired to create an ethical position perception, an institution with individuals who display ethical behaviour is required. It is necessary for organizations to create a working environment in line with the expectations of the employees and to develop an ethical understanding that enables them to use their time efficiently so that employees will be able to exhibit less Machiavellian characteristics.

In future studies, it is thought that comparing public and private sector employees, reaching higher samples and examining hypotheses at a specific region/province will contribute to the literature. Only the formation of the public employees of the sample, with a low rate of return on the use of online survey method, the sample size constraints of Turkey's research is the basis for a study to be low in general. As another constraint of the research, it can be said that the validity and reliability of the data collected depend on the measurement feature of the applied questionnaire.

1. GİRİŞ

Son yıllarda dünya genelinde yaşanan değişimlerin etkisiyle çalışanların etik kuralları kapsamında işe adanmaları söz konusu olmuştur. İşine kendini adayan ve işiyle kendisini bütünleştiren çalışanların daha çok performans gösterdikleri, öğrenme ve öğrendiklerini işlerinde uygulama motivasyon ve çabaları diğer çalışanlara oranla daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır (Bostancı ve Ekiyor, 2015, s. 38). Burada diğer önemli bir husus da çalışanların tüm bu işleri yerine getirirken daha iyiye, daha doğruya ulaşması ve pozitif değerler oluşturması sonucunda etik davranışlar sergileyerek yapmalarıdır (Gündoğdu, Ünal ve Kılınç, 2018, s. 196). Bireyler, bu davranışları yetiştikleri dönemin değer ve inanışlarına göre sergilemektedir. Değerler olumlu veya olumsuz durumlara gönderme yapan ölçütlerdir. Makyavelist değerler de iyi, güzel, adalet, dürüstlük, eşitlik vb. ölçütleri temel almayarak olumsuzluğa gönderme yapmaktadır.

Bu çalışma, kamu çalışanlarının etik konum algılarının makyavelizm eğilimleri ve işe angaje olma davranışı üzerindeki ilişkileri ve etkileri ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ele alınan idealizm, görecilik ve doğruluk boyutlarını kapsayan etik konum ile makyavelizm eğilimlerin kurumsal temele dayandırılarak modellenmesi ve kamu çalışanlarının enerjik olma, aldanma ve özdeşleşme boyutlarını temel alan işe angaje olma davranışı üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesini amaçlamaktadır.

Araştırma evrenini Türkiye genelindeki kamu çalışanları oluşturmaktadır. Online ankete katılan 257 kamu çalışanından veri toplanmış ve analizler yapılmıştır. Kolayda örnekleme ve kartopu örnekleme yöntemleri birlikte kullanılmıştır. Alan incelemesinde, makyavelizm, işe angaje olma ve etik konum üzerine ayrı ayrı birçok çalışma yapılmış olmasına karşın kamu çalışanlarının etik konum algılarının ve makyavelizm eğilimlerinin işe angaje olma davranışlarını bir arada inceleyen çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda elde edilen bulguların hem alan yazın hem de uygulamacılara katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Makyavelizm

Makyavelizm kavramı, Machiavelli'nin görüşleri doğrultusunda geliştirilmiştir. Asıl olarak amaçların araçları yasal kıldığı görüşünü temel almaktadır (Barut, 1996: 34). Makyavelizmin kişilik yapısı, 16. Yüzyılda İtalyan politikacı Niccola Machiavelli'nin biyografisine dayanmaktadır. Ölümünden sonra Katolik Klisesi, Machiavelli'nin iki ana eseri olan Nutuklar (Discourses) ve Hükümdar (II Principe)'ı yasaklamıştır (Corral ve Calvete, 2000, s. 4). Nutuklar eserinde Machiavelli, daha çok manipülatif olmayan temaları işlemiştir (Yıldız, 2013, s. 158). Hükümdar eserinde ise Makyavelist insanını, sapkın, sinik, zeki, ikiyüzlü ve her zaman diğerlerini aldatmaya istekli, basmakalıp olarak ele almıştır (Corral ve Calvete, 2000, s. 4). Machiavelli bu çerçevede amaca ulaşmak için her yol meşrudur önermesiyle anıla gelmiştir (Kesgin, 2015: 108). Başka bir söylemle, amaç ve hedeflere ulaşmak adına kullanılan araçlar yasal ve ahlakidir (Güney ve Mandacı, 2009, s. 84).

Christie ve Geis (1970)'e göre makyavelizm, bireyin istenen amaçlara ulaşması için güç, politika ve etkili davranışları kullandığı sosyal bir süreçtir (Dahling vd., 2009, s. 160). Başka bir tanımında ise samimiyetsizlik, vurdumduymazlık ve aşırı manipülatif davranışı içinde barındıran bir kişilik durumu olarak geçmektedir. McGuire ve Hutchings (2006)'e göre kişilerarası rekabette kişinin kendi amaçlarına ulaşmak için ahlakî olmayan bir itibar kazandıran rekabet avantajı elde etme arayışı hakkında bir düşüncedir. Başka bir tanıma göre makyavelizm, sistematik olarak her fayda ve amaç için her fayda ve amacı sistematik olarak değerlendiren bir yaklaşımdır (Yetişer, 2014, s. 6329). Makyavelizm'in ortaya çıkmasına sebep olan durum ise ortamının kökleri, Orta çağ şehir devletleri arasında yaşanan rekabettir. Feodalizm sisteminde toprak sahiplerinin arazilerinin etrafını duvarlar ile çevirip kendi sınırlarını duyurmaları bu sistemin doğmasına neden olmuştur (Işıl, 2017, s. 16).

Makyavelizm, çevre ile etkileşimlerin bireysel bir deseninin eşlik ettiği istikrarlı ve kalıcı bir eğilimdir. Literatür, makyavelizmi genellikle kişilik özelliği veya kişilik boyutlarının karmaşıklığı olarak ele almıştır (Inançsi vd., 2016, s. 137). Makyavelizm, her şeyden önce kişiler arası ilişkilerde kendini gösteren (Pilch, 2008, s. 158) ve kişinin

kendi çıkarları için başkalarını manipüle edici davranış ve tutumlarını içine alan kişilik özelliğidir (Chen, 2010, s. 294). Makyavelizm kavramı, Nicolla Machiavelli'nin temel fikirleri ile bilişsel anlaşma, örneğin insan doğasına olan güvensizlik, geleneksel ahlakın yokluğu, kişilerarası etkilerin eksikliği ile ilgilidir (Drory ve Gluskinos, 1980, s. 81). Christie ve Geis (1970), makyavelistleri faydacı ahlakı takip eden ve alaycı insanlar olarak tanımlamışlardır. Makyavelist, bir objektifle hedefe ulaşmayı kabul etse bile ahlakî kuralları daha ön planda tutmaktadır (Pilch, 2008, s. 158).

Makyavelizm, duygusal anlamda kopuk ilişkileri, manipülatif bir durumu ve başkalarını istismar etme isteğiyle karakterizedir (Brewer ve Abell, 2017, s. 491). Açıkgozlülüğü ve riyakarlığı bünyesinde barındıran bir yaklaşımdır (Sungur, 2017, s. 1362). Makyavelizm düzeyi yüksek kişiler diğerlerini davranışları hakkında yanıltmaktadır. Ayrıca amaçlarına ulaşmak için var olan durumları manipüle etmekte ve bu doğrultuda insanları birer araç olarak görmektedir (Özcihan, 2014, s. 94). Ancak günümüzde makyavelist bir insan, pratik zekalı, duygusal kontrolü olan, çok yüksek derecede başarı motivasyonu ile donatılmış olarak nitelendirilmektedir (Corral ve Calvete, 2000: 4). Makyavelizm ile bireyler, kendi kendine saygınlığı en üst düzeye çıkarmak ve olumlu geri bildirimler almak için genellikle kendini geliştirmeyi hedeflerler. Buna ek olarak özgüvenin korunması, bireyin olumsuz bilgi vermekten kaçınması ve biriyle en iyi arkadaş olma ya da iyi ilişkiler kurma arasında gidip gelmesine neden olmaktadır. (Yetişer, 2014, s. 6328).

Makyavelizme yönelik ilk insan davranışı çalışmalarını Christie ve Geis (1970) yapmıştır (Miller vd., 2015, s. 120). Ancak Richard Christie'nin bu tarihten 10 yıl öncesinde tıp öğrencilerinde otorite kullanma derecesine dair çalışmalarında rastlanmıştır. Bu çalışmada makyavelizm kavramı ve makyavelist kişilik tanımı ile Mach-IV testini kullandığı bilinmektedir (Yıldız, 2013, s. 158). Makyavelizm, vicdan yoksunluğunun karakterinde yer edinen kişiliğin olumsuz taraflarından biri olarak kabul edilmektedir (Sungur, 2017, s. 1362-1363). Makyavelistler, kişilerarası ilişkilerde çoğunlukla iki yüzlü tutum ve davranışlar gösteren, samimi olmayan kişilik yapısı ve dışa dönük özellikteki bireylerdir (Uçkun vd., 2018, s. 143). Makyavelizm, sosyal manipülasyon ve kişilerarası ilişkilerde etik ve ahlakı yok saymaktadır. Makyavelistler, başkalarının genel, olumsuz bir değerlendirmesini paylaşan, diğer

insanlara araçsal olarak davranan ve manipülasyonu kendi amaçlarına ulaşmak için bir araç olarak gören kişilerdir. Daha farklı bir ifade ile bencilliği yasal kılmaktadırlar ve bu da davranış ve tutumlarını olumsuz yönde etkilemektedir (Sungur, 2017, s. 1362-1363). Bir makyavelist bu durumları kabul etse bile kişisel hedefe ulaşması, ahlakî kurallara uymaktan daha önemlidir. Makyavelist olmayan bir ahlakî kurallar için bu davranış hem profesyonel çalışmalarda hem de özel hayatta, genellikle tekrarlanabilir etkileşimlerle ilgilenir (Pilch, 2008, s. 158-159).

Makyevelizmin standart ölçütlerinde yüksek Mach alanların, diğer insanları manipüle etme eğilimi güçlüdür (Drory ve Gluskinos, 1980, s. 81) ve bu eğilimde olan kişilerin septik ve duygusuzluk eğilimleri yüksektir. Aynı zamanda çevresine yön verme eğilimleri de yüksektir (Sungur, 2017, s. 1363). Yüksek Mach'lar gerekli olan her türlü eyleme sonuna kadar ulaşmaya çalışırlar (Yetişer, 2014, s. 6329). Yüksek Mach alanlar, net olmayan durumlardan ziyade, belirsizliğin altında daha yüksek etkinlik göstermiştir ve başarılı manipülatörler gibi görünmekte, tutum değişimlerine direnmekte, etkili bir görev odaklı yaklaşıma sahip olmaktadır (Drory ve Gluskinos, 1980, s. 81-82). Ayrıca yüksek Mach bireylerinin kendilerine en az benzeyen kişilere daha çok ilgi duydukları ortaya çıkmıştır (Inanç vd., 2016, s. 140).

Makyavelist, etkili manipülasyon yöntemlerinin seçiminde esnekler; ancak böyle bir esnekliğin bir durumun doğru şekilde tanınması veya bir partnerinin güçlü ve zayıf yönlerinin doğru kavranmasına ya da doğru seçimine bağlı olması gerekmez. Makyavelistin esnekliği, mevcut tüm yöntemlerin daha sonraki kullanımıyla başkalarını etkileme teşebbüslerinin sürekli tekrarlarına dayanmaktadır İstenen bir amaca ulaşmak için, bir makyavelist, sosyal durumu doğru bir şekilde değerlendirmeli ve etkili stratejisini şartlar doğrultusunda uygun şekilde kullanmalıdır. Bir makyavelist, bir hedefe odaklanmak, verileri analiz etmek, mevcut kaynakları tam olarak kullanabilmek için bir strateji seçmek ya da kendi duyguları tarafından dikkati dağıtmamak için bir durumu tam olarak kontrol edebilmektedir (Pilch, 2008, s. 158-159). Makyavelist kişi, diğer insanlarla başa çıkma konusunda genel bir strateji belirler ve bireylerin kişiler arası inisiyatiflerde başkalarını manipüle edebilme derecesi ile stratejinin ne kadar doğru sonuçlandığı ortaya çıkar (Kavak vd., 2007, s. 77).

Makyavelizm kavramı 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar şunlardır:

1. Ahlakî Yoksunluk: Eskiye göre günümüzde ahlak, bünyesinde var olan iyi niyeti yitirme durumundadır (Sungur, 2017, s. 1363). Toplumsal ahlakî ilkelerle bireylerin ahlakî değerleri arasında birtakım tutarsızlıklar oluşmuştur (W, 2005: 18). Bu durum da ahlakî yoksunluğa ortam hazırlamaktadır. Ahlakî yoksunluk hemen hemen her dalda kendini göstermekte iken en çok siyaset, iş ve ticarete yer almaktadır (Sungur, 2017, s. 1363).
2. Diğerlerine Güvensizlik: Güvensizlik, kurumların veya firmaların etkin bir şekilde faaliyetlerine katkısı olan tutum ve davranışların azalmasına, kaytarmaların artmasına, örgütsel amaç ve hedeflere ulaşmayı engelleme, misilleme yapma gibi olumsuz davranışların ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Wasti vd., 2013, s. 526). Diğerlerine güvensizlikte ahlakî tutum ve davranışlar gerçek işlevini yerini getiremeyebilir. Çünkü tehdit ortamı oluştuğunda kişi, normal koşullarda ahlakî yönden uygun görmediği davranışları yapma eğilimi gösterebilir (Sungur, 2017, s. 1363). Güven ortamının oluşması ise karmaşıklıkların azalması, belirsizlik ve riskleri ortadan kaldırması ve toplumsal düzenin sağlanarak korunabilmesi bakımından önemli bir rol oynamaktadır (Boztepe, 2013, s. 54).
3. Kontrol Arzusu: Kontrol, insanın çevresini etkileme ve yön verme kabiliyeti olarak adlandırılmaktadır. Makyavelist kişilik özelliğinde hiyerarşide her daim kontrol gereksinimi yer almaktadır (Sungur, 2017, s. 1363). Bireyler, süreçleri kendi düşünce ve davranışlarıyla yön verebileceğine dair beklenti içerisinde oldukları ve buna inanmaktadırlar. Kontrolsüzlüğe yol açan akıl dışı inançlar belirlenmeli ve bu alanlarda kontrol ele geçirilmeye çalışılmalıdır (Hökelekli, 2003, s. 75).
4. Statü Arzusu: Statü, makam, mevki, konum, pozisyon anlamına gelir ve kişinin veya grubun toplumdaki yerini, konumunu, mevkisini belirtmek amacıyla kullanılan bir kavramdır (Ceylan, 2011, s. 93). Statü, bireylerin, olumlu veya olumsuz durumlarıyla konumlandırılan tüm unsurlarını içermektedir (Weber, 2008, s. 290) ve her insanın toplumsal sistemde birden fazla statüsü vardır. Bir

birey, okulda öğretmen, evde anne, sendikada temsilci olabilir (Ceylan, 2011, s. 93). Bu nedenle çevredekileri kontrol etmek, üzerlerinde üstünlük kurmak, gerekli durumlarda bilgiyi manipüle etmek adına statü var olmalıdır (Sungur, 2017, s. 1363).

2.2. İşe Angaje Olma

Son zamanlarda literatürde üzerinde fazla durulan bir kavram olan işe angaje olmanın uzlaşma sağlanmış kesin bir tanımı yoktur (Ravikumar, 2013, s. 177). Yönetim yazınında bu kavram ilk defa “cezbolma” olarak Doğan (2002) tarafından kullanılmıştır. Daha sonraki çalışmalarda ise Öner (2008) “işe kapılma”, Ardıç ve Polatçı (2009) “işle bütünleşme”, Bal (2009) “işe gönülden adanma”, Turgut (2010) “işe tutkunluk”, Markos ve Sridevi (2010) “işe angaje olma”, Esen (2011) “cezbolma”, Robbins ve Judge (2012) “işe tutulma” gibi ifadeler şeklinde kullanıldığı görülmektedir. Bu çalışmada ise söz konusu kavramın işe angaje olma olarak kullanılması uygun görülmüştür.

Birçok bilimsel yayına konu olan işe angaje olma kavramı, ilk kez 1990’lı yıllarda ortaya çıkmıştır. Bu kavramı tanımlayan ilk akademisyenin etnografik bir araştırmacı olan Kahn (1990) olduğu ifade edilmektedir (Atcıoğlu, 2018, s. 63). İşe angaje olma kavramını, Kahn (1990) fiziki olarak işlerin başında olan iş görenlerin işlerine duygusal enerjilerini de katmaları, kendilerini çalışma ortamlarındaki rollerine kaptırmaları olarak tanımlarken, Markos ve Sridevi (2010), iş görenin örgütün amaçlarını gerçekleştirme ve hedeflerine ulaşmadaki azmi, devamlı olan bir iş yükü ve çaba halinde olma olarak tanımlamaktadır. Schaufeli vd. (2002) dinçlik (vigor), adanmışlık (dedication) ve özdeşleşme (absorbtion) ile ifade edilen işle ilgili, pozitif ve tatmin edici bir zihin durumu olarak tanımlamışlardır. Bu tanım, işe angaje olmanın en çok bilinen ve kullanılan tanımıdır (Atcıoğlu, 2018, s. 48). Kısaca işe angaje olma, iş görenin kendisini işiyle bütünleştirmesine yönelik tutumdur (Chusmir, 1982, s. 596).

İşe angaje olma, enerjik olma, adanma ve özdeşleşme olmak üzere üç boyuttan oluşan bir kavramdır. Enerjik olma, çalışan bireyin iş saatleri içinde kendini daima dinç ve enerjik hissetmesi, duygusal açıdan güçlü olması, iş arkadaşlarıyla devamlı

iletişim halinde olması, zorluklar karşısında güçlü durması ve çaba harcamak için istekli olması olarak adlandırılmaktadır. Adanma, bir işe değer biçme, bireyin işine bağlı olması, yaptığı iş ile gurur duyması, bazı zamanlar bireylerin işleriyle bütünleşmesi ve işlerini coşku halinde yapması durumudur. Özdeşleşme ise bireyin işini yaparken kendisinden ne istediğini bilerek bu yetenekleri kendisinde görmesi, işini konsantreli bir şekilde yerine getirmesi halini ifade etmektedir (Schaufeli vd., 2002; Arslan ve Demir, 2017, s. 373-374).

Angaje olma veya adanmışlık, literatür yazınında tükenmişlik ve sinizmin kavramlarının karşıtları olarak kullanılmaktadır (Ardıç ve Polatçı, 2009, s. 22). İşe angaje olma, bireyin enerji seviyesinin yüksek olması ve iş bağlılığını, adanmışlığını ifade etmektedir. İşine angaje olan çalışanlar, yaptıkları işleri anlamlı, ilham verici, önemli ve amaçları karşılayan olarak görürler. Yaptıkları işi heyecan ve coşkuyla yerine getirerek bu durumdan ötürü gururlanırlar (Arslan ve Demir, 2017, s. 373). İşe angaje olma, pozitif iş tecrübesini temsil etmekte ve örgütsel hayatta örgüt için birçok olumlu sonuca etki etmektedir (Kodaş, 2018, s. 4). Çalışmaya angaje olmuş iş görenler, işlerinin ilgi çekici olduğunu, mücadele gerektirdiğini düşünürler ve işlerine yoğunlaşarak işlerine tamamen odaklanırlar (Çalışkan, 2014, s. 370-371).

İş görenler kendilerini işlerine ne kadar çok adarlarsa örgütün amaç ve hedeflerini benimsemelerinde de o kadar artış olacaktır (Işık ve Kama, 2018, s. 397). İşe angaje olmuş iş görenler, psikolojik bakımdan örgütlerine bağlı olarak, her gün örgüt içerisinde heyecan dolu, coşkulu, yeni ve farklı yol arayışına girmektedir. Ayrıca örgüt ortamında birçok konuda farklılık yaratacaklarına inançları tamdır, bilgi, yetenek ve becerilerine güvenmekte ve bu faktörlerin birey ve sonucunda örgüt performansları için belirleyici bir faktör olduğunu düşünmektedirler (Bağcıoğlu ve Kaygın, 2018, s. 611). Bu bağlamda iş görenler işlerinde uygun koşullarda farklı özelliklerini kullanmaktadır. Böylece iş görenlerin kişisel enerjilerinin fiziksel, bilişsel ve duygusal emeğe yönlmesi sağlanmaktadır (Kurtpınar ve Baş, 2011). Bu durumda iş kaynakları artacaktır ve iş kaynaklarının artması da işe angaje olmaya yol açacaktır (Aybaş ve Kosa, 2018, s. 105). İşe angaje olma, kişisel, psiko-sosyal, örgütsel ve dış etkenler olmak üzere birçok faktörden etkilenmektedir. Bu faktörlerin etkili ve doğru yönetilmesi de çalışanların işten ayrılma niyetlerinin veya tükenmişlik düzeylerinin

azaltılması yönünde etki yapacaktır. Böylece örgütsel olumsuzlukların da önüne geçilmiş olacaktır (Keleş, 2014, s. 98).

İşe angaje olmanın bireyler ve örgütler açısından olumlu sonuçları bulunmaktadır. Bireylerin kişisel gelişimlerine katkı sağlarken (Özkalp ve Meydan, 2015, s. 6) aynı zamanda performans ve kalite gelişimlerini artmasını bakımından örgüte de fayda sağlamaktadır (Bakker vd., 2008, s. 188). İşe adanmışlık düzeyi yüksek iş görenlerin, diğer iş görenlere oranla daha fazla inisiyatif aldıkları, proaktif davranışlar gösterdikleri, öğrenme konusunda daha çok azimli oldukları görülmüştür (İnce, 2016, s. 652). Bunlara ek olarak yaptıkları işten daha çok memnun oldukları, örgüt bağlılıklarının daha fazla olması, bu iş görenlerin daha düşük düzeyde işten ayrılma niyetlerinin olduğunun görülmesi (Schaufeli ve Bakker, 2004, s. 293), bireysel sağlık, görev ve sorumluluklarında beklenenin üzerinde olumlu davranışlar gösterme, içsel motivasyonunda artışlar (Atcıoğlu, 2018, s. 57-58) olumlu sonuçları arasında yer almaktadır. Çalışanların kendilerini daha rahat ifade edebildikleri anlamlı bir işe sahip olma hissi birey ve örgüt açısından olumlu sonuçları arasında yer almaktadır (İnce, 2016, s. 652). Anlamlı bir işe sahip olma hissi, iş ile iş gören arasında yüksek uyumun olmasına, iş görenlerin işlerini en doğru ve verimli şekilde yaparken kendilerini hangi derecede değerli ve önemli bulmalarına bağlıdır (Kahn, 1990, s. 694). İş görenlerin kendilerini yaptıkları işe adanması ve iş aracılığıyla kendilerini doğru ifade etmeleri iş performanslarının da büyük ölçüde artmasını sağlamaktadır (Caymaz vd., 2013, s. 133). Böylece bireylerin iş performanslarının artması örgütün performansını da aynı ölçüde arttıracaktır. Bu nedenle işe angaje olma kavramı, pozitif örgütsel davranış olarak değerlendirilmektedir (Atcıoğlu, 2018, s. 51).

İşe angaje olmanın bireyler ve örgütler bakımından olumlu sonuçları olduğu gibi birtakım olumsuz sonuçları da vardır. Özellikle son dönemlerdeki iş yaşamına bakıldığında bireylerin iş ortamlarında geçirdikleri zamanın, iş dışı ortamlarda geçirdikleri zamandan daha fazla olduğu görülmektedir. Bu bağlamda bireylerin işleriyle olan ilişkilerinde işkoliklik, stresin oluşması gibi sorunlar ortaya çıkmaktadır (Öngöre, 2013, s. 51). İşine kendini adayın bireyler, çocuklarına gösterdikleri ilgiyi azaltmakta ve arkadaşlarıyla bir arada daha az olabilmektedirler. Sonuç olarak sosyal ilişkilerden kopmalar yaşayabilmekte ve iş dışındaki tüm ilişkileri geri plana

atabilmektedirler (Bakker vd., 2011, s. 8). Buna ek olarak iş ve çalışma hayatı dengesi bozularak çatışmalar yaşayabilirler (Öngöre, 2013, s. 51). Bu nedenle iş-aile arasındaki çatışmada uyum ve dengeyi aramak ve çözümler bulmak zorunluluk haline gelmiştir (Zabihi vd., 2018, s. 42). Bunların dışında çalışanlarda motivasyon düşüklüğünün olması, tükenmişlik sendromu riskinin oluşması, öz etkililik ve yeterliliğin sağlanamaması gibi faktörler de olumsuz sonuçları arasında sayılabilir.

2.3. Etik Konum

Etik konum kavramını açıklamadan önce etik kavramını açıklamakta fayda vardır. Mevcut teorik görüşler, bir bireyin ahlakî felsefesinin ya da etik ideolojisinin olduğunu savunmaktadır (Davis vd., 2001, s. 35). Ethos kelimesinden türeyen etik kavramı, Yunanca karakter anlamına gelmektedir. 2500 yıllık bir geçmişe sahip (Brickley vd., 2002, s. 1822) olan ve bir felsefe disiplini olarak kullanılan etik (Gügerçin ve Ay, 2016, s. 35), her insanın neyin iyi, neyin kötü olduğuna dair bazı yargılara sahip olmasını irdelemektedir (Ceyhan ve Şahin, 2015, s. 138). Başka bir ifade ile etik, ahlakî eylem ve kuralların dayandığı temelleri ve yöneldiği değerleri araştırmaktadır (Usta, 2013, s. 40). Etik, kişilerin veya grupların davranışlarını iyi, kötü, doğru ya da yanlış gibi değerlendirmeler yapması ortamını oluşturan kurallar topluluğu olarak tanımlanmaktadır (Varinli, 2004, s. 45). Bir başka tanıma göre bireysel ve grupsal davranış ilişkilerinde iyi, kötü, doğru ve yanlış olan faktörleri belirleyen ahlakî ilkeler, değerler ve standartlar sistemi olarak adlandırılmaktadır (Hatcher, 2004, s. 358).

Etik ve ahlak kavramları birbirlerinin yerine kullanılsalar da aslında etik, ahlak felsefesi anlamındadır. Etik, davranışların kurallarla olan ilişkisinin yanında kişilerin ahlak ve normlara uyup uymamalarının sorumluluğunu irdelemektedir (Gügerçin ve Ay, 2016, s. 35). Burada bireyin kendi ahlakî değerlerinin farkında olması ve bunları bilinçli bir şekilde açıklaması önemlidir (Ceyhan ve Şahin, 2015, s. 138). Bu bağlamda etik, ahlakî üretmemektedir; fakat ahlak ve ahlakî konuları tartışmaktadır (Payam, 2016, s. 9).

Etik kavramı, klasik ve modern dönem etik düşüncesi olmak üzere birbirinden ayrılmaktadır. Her iki düşünce sistemi birbirine benzer sorular soruyor olsa da aslında modern düşünce sistemi etik konusundaki farkını olayların özünü anlama, temeline

inme ve daha çok çözümlenme çabasıyla ve böylece performansın artmasını ortaya koymaktadır (Uzun, 2013, s. 14). Buradan etik kavram ve örgütsel performansın bir arada hareket etmesinin zor olduğu düşüncesini savunan klasik dönem düşüncesinin de haklı olmadığı ortaya çıkmaktadır (Taşpınar, 2016, s. 123). Klasik dönem etik düşüncesinde doğanın bir parçası olan insanın çalışmalar yapması amaçlanmaktadır. Modern dönem etik düşüncesinde ise gelişim için sorulan soruların felsefi olarak çözüme kavuşturulduktan sonra sorulması amaçlanmıştır (Uzun, 2013, s. 14).

Etik konusunun iş etiği ile olan ilişkisine de bakılması literatürün daha da iyi anlaşılması açısından önem arz etmektedir. İş etiği, iş ilişkilerinin düzenli hale getirilmesi, çalışanlar arasında güvenin sağlanması, bütünleşmenin ve iş barışının oluşturulması, dürüstlük ve saygı kavramlarının iş ortamında yer edinmesi, eşitliğin sağlanması, çalışanların kontrol edilmesi gibi konuları kapsamaktadır (Tarım vd., 2015, s. 123). Kısaca iş etiği, işin felsefi yanıyla ilgilenen normatif bir çalışmadır (Gözüm, 2016, s. 294). İş etiğinin temel işlevleri üçe ayrılmaktadır: yetersiz ve ilkesiz üyeleri uzaklaştırmak, meslek içi rekabet şartlarını düzenlemek ve hizmet ideallerini korumaktır (Sarpün, 2012, s. 30).

Etik konum, literatürde etik durum, etik ideoloji, etik tutum ve etik pozisyon olarak da nitelendirilebilmektedir. Etik konum, ahlakî durumlar karşısında bireyin bu durumlardan nasıl etkilendiği, hangi hareket ve davranışlara yöneldiğidir. Ahlakî değerlerin giderek yok olduğu ve kişilerin kendi menfaatleri adına birçok şeyi görmezden geldiği ve bazen de yok saydığı günümüz koşullarında etik konumun önemi artmıştır (Sarpün, 2012, s. 48). Etik konumun, işletme içi faaliyetleri düzenleyerek işletme dışı ilişkilerin kurulmasını sağlaması bakımından ve işletmelerin amaç ve hedeflerini gerçekleştirmeleri noktasında önemli bir rol oynadığı söylenebilir. Bu bağlamda, bireysel ve buna bağlı olarak örgütsel performansı olumlu yönde etkilemektedir. Etkinlik, etkililik, kalite ve takım çalışması gibi örgütsel değerleri destekleyebilmektedir (Uzun, 2013, s. 79).

Etik konum kuramı, bireysel ahlak felsefesi olarak da adlandırılmaktadır. Etik konum kuramının özü, Schlenker ve Forsyth (1977)'un bireylerin ahlakî karar alma süreçlerindeki farklılığa dair yaptıkları çalışmalara dayanmaktadır. Bireylerin farklı

konularla, başka bireylerle ve kendi davranışlarıyla alakalı etik değerlendirmelerindeki farklılıkları açıklama çabası etik konum kuramının çalışmaları arasındadır (Güğerçin ve Ay, 2016, s. 35). Etik konum ile ilgili birtakım genellemeler yer almaktadır. Bu genellemeler, daha sonra kuralların ve normların türetildiği ilkeler olarak formüle edilir. Bakhtin'e göre bu, insan deneyimini yanlışlaştıran bir eğilimdir; çünkü bir insan davranışının en temel özelliği tekrarlanabilirliği ve benzersizliğidir. Kant'a göre de etik zorunluluk, bireyin yalnızca evrenselleştirilebilecek şekilde davranması gerektiği, yani bir insan için doğru olanın, aynı pozisyondaki herkes için doğru olması gerektiğidir (Çalışkan, 2006, s. 4).

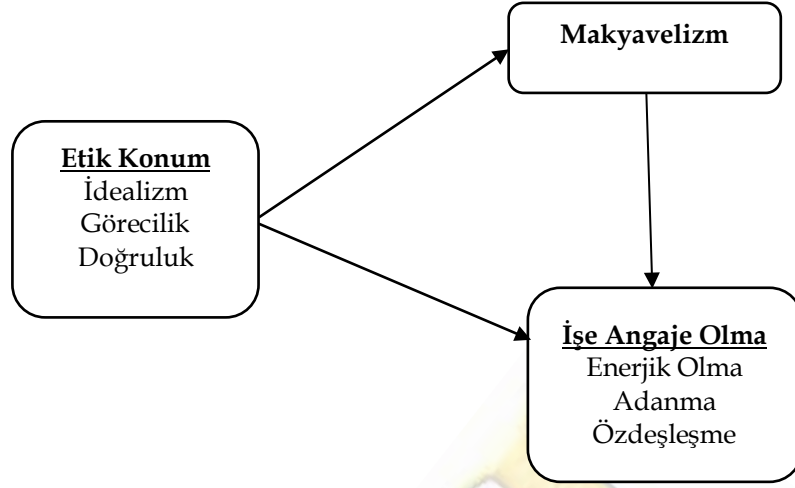
Forsyth (1980), etik konum kuramında idealizm ve görecilik (rölativizm) olmak üzere ahlakî düşüncenin temelini oluşturan iki boyut olduğunu belirtmiştir. Ancak Davis vd. (2001), doğrulayıcı faktör analizi ile yaptığı çalışmasında iki boyutlu yapının düşük seviyede uyum iyiliği vermesinden dolayı üçüncü faktör olarak göreciliğe ait son iki ifadeden oluşan doğruluk boyutunu eklemiştir. İdealizm, kişilerin doğru eylemlerle sonuçları elde edebilmeleridir. Bu yaklaşım doğrultusunda hareket eden bireyler, diğer bireylerin refahını önemserler ve onlara zarar vermekten çekinirler (Forsyth, 1992, s. 462). Başkalarına zarar vermemek için her şeyin yapılmasını mümkün kılarlar. İdealizmi düşük düzeyde yaşayan bireylerin ise bu tür amaçları yoktur (Güğerçin ve Ay, 2016, s. 35). Görecilik ise temelinde şüpheyi barındıran ve evrensel kuralların reddedilmesine bağlı olan bir düşüncedir. Herkes için geçerli olabilecek tek bir etik kuraldan söz edilemez. Etik şekilde davranıp davranmamanın belirleyici faktörü içinde bulunulan durum ve bireylerdir (Ulrich ve Soeken, 2005). Göreciliği düşük seviyede olanlara göre bir eylemin etik olup olmaması değişmeyen ahlakî ilkelere göre belli olur. Etik konum, bireyin kendisini hangi konumda yani idealist olarak mı yoksa rölativist olarak mı gördüğüdür (Sarpün, 2012, s. 49). İdealizmin temeli, sonuçlara doğru hareketlerle ulaşılabilmesine dayanmaktayken; görecilik ise, evrensel kuralların reddedilmesine bağlı olan ve şüphecilik temeline dayanmaktadır. Bu şekilde bir sınıflandırmanın yapılması ahlakî değerlendirmelerin nasıl yapıldığını ortaya koymaktadır (Güğerçin ve Ay, 2016, s. 35). Forsyth (1980) bu iki ana boyutun dışında her bir boyutun içinde iki farklı alt boyut olmak üzere toplamda dört boyut olduğunu belirtmiştir. Bu alt boyutlar idealizm ve görecilik

boyutlarında alınan değerlere göre kuramsaldır. Bunlardan mutlakçı ve istisnacılar idealizm etik kategorisinde yer alırken; durumculuk ve öznelcilik ise görecilik etik kategorisi içerisinde yer alır. Yüksek idealist eğiliminde bulunanlar mutlakçı, düşük idealist eğilimi gösterenler durumcu; yüksek görecili eğilimi gösterenler öznelci, düşük görecili eğilimi gösterenler ise durumcu yaklaşımı benimsemektedir (Sarpın, 2012, s. 50). Mutlakçılar, eylemin sonuçlarının evrensel kurallara ters düşmesini reddederler. Ayrıca ahlakî kuralların ihlal edilmemesi gerektiğini savunurlar. İstisnacılar, davranışlarının olumlu ve olumsuz sonuçları arasında bir denge kurarlar, bu dengeyi kurarken de pragmatist davranma eğilimindedirler. Durumsalcılar, ahlakî kuralları reddetme eğilimindedirler. Her durumda her davranışın analizinin bireysel olarak yapılmasını savunmaktadır. Davranış, başkaları için olumlu sonuçları meydana getirdiğinde ahlakî olmayan davranışlarla daha çok ilişkili olma eğilimindedirler. Öznelciler, evrenselcilikten uzaktırlar ve bireysel değerlerini daha ön plana alırlar. Davranış kendileri için olumlu sonuçlara yol açtığında ahlakî olmayan davranışlarla daha çok ilişkili olma eğilimindedirler (Burucuoglu ve Erdoğan, 2016, s. 8-9). Üçüncü boyut olan doğruluk boyutu ise yalan söyleme durumunun ahlakî yönü üzerinde durmaktadır. Her durum ve koşulda eylem ve durumları olduğu gibi ifade etme durumu doğruluk olarak adlandırılmaktadır (Davis vd., 2001).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

İdealizm, görecilik ve doğruluk boyutlarından oluşan etik konum eğilimlerinin makyavelizm ile işe angaje olma boyutları arasında yer alan enerjik olma, adanma, özdeşleşme üzerindeki etkisini saptamak üzere tasarlanan bu çalışmanın model olarak gösterimi aşağıdaki gibidir:



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Makyavelizm ve etik konum arasındaki ilişkiye bakılacak olursa, Christie ve Geis (1970), yüksek etik algıya sahip olan kişilerin düşük etik algıya sahip olanlara göre daha az makyavelist eğilimler göstermekte olduğunu belirtmiştir. Başka bir çalışma olan Hegarty ve Sims (1978)'in çalışmasında ise yüksek düzeyde makyavelist olan bireylerin daha az oranda etik davranışlara sahip oldukları belirtilmiştir (Özsoy, 2017, s. 7). Yapılan çalışmaların sonuçlarına bakıldığında makyavelizm ve etik konum, birbiriyle zıt iki kavram olarak değerlendirilmiştir. Ancak, Christie ve Geis (1970), makyavelist bireylerin etik düşüncesinin var olduğunu iddia etmektedirler. Etik konuma göre hareket eden bireylerin bu durumu bireysel farklılıklar gösterdiği için bireyden bireye değişiklik göstermektedir. Etik konumu daha öneme alan bireylerin etik olmayan davranışlardan uzak durması olası bir faktördür. Bu bağlamda H₁ hipotezi geliştirilmiştir;

H₁: Çalışanların etik konum algılarının makyavelizm özellikleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

İşe angaje olma ve etik konum arasındaki ilişki incelendiğinde, etik değerlerle çevrelenmiş bir kişiliğe tam olarak sahip olamayan ve buldukları ortamda işine kendini adayan bireyler birtakım farklı yasal sınırlamaların olmasına karşın etik dışı davranabildikleri görülmektedir. Ancak bireylerin hedef ve amaçlarını gerçekleştirebilecek yeterliliklere sahip olmaları ve bu yeterlilikleri etik konum doğrultusunda hareket ederek gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Bir bireyin etik

konuma uymayan ve mesleki sorumluluğu ile çatışan davranışlar göstermesi, kurum içi paydaşlara odaklanma yerine kurum dışı paydaşlara odaklanmanın iş amaçlarını ve ülkenin geleceğini tehlikeye sokması söz konusu olabilmektedir (Celep vd., 2004). Herhangi bir toplumsal kurum birtakım etik ilkeler olmadan varlığını devam ettirememektedir. Etik algısı yüksek kişilerin mesleki faaliyetlerini gerçekleştirirken etik davranış göstermesi beklentisine girilmektedir. Dürüst olmak ve eşit davranmak, yaptıklarının sorumluluğunu üzerine almak, hırsızlık yapmamak gibi etik birtakım kurallar bu davranışlar arasında yer alabilmektedir. Bu etik kuralların çalışma yaşamına yansımaları işe angaje olmuş bireylerde görmek mümkündür (Gül ve Erol, 2016). Bu bağlamda H₂ hipotezi geliştirilmiştir;

H₂: Çalışanların etik konum algılarının işe angaje olmaları üzerinde anlamlı etkisi vardır.

Makyavelizm ve işe angaje olma arasındaki ilişkiye bakılacak olursa bireylerin işine bağlı olmalarının aynı zamanda kişilik özelliklerinin de işine uygun olmasına bağlı olduğu söylenebilir. İşine bağlı bir birey, işini yaşamın merkezi olarak görmektedir ve davranışlarını da bu duruma göre şekillendirmektedir (Yılmaz ve Çilingir Ük, 2019, s. 591). İşine angaje olan bireylerin zamanla bireysel çıkarlarını ön plana alması durumu çalışanların tutumlarında değişikliğe neden olabilmektedir. Diğer yandan bireyin makyavelist eğilimler göstermesinin de işe angaje olmasını etkileyeceği düşünülmektedir. Makyavelist bireyler yüksek derecede amaç odaklıdır. İşine angaje olmuş bireyler de yaptıkları işleri anlamlı, değerli ve amaçları karşılayan olarak görmektedir. Bu bağlamda H₃ hipotezi geliştirilmiştir;

H₃: Çalışanların makyavelizm özelliklerinin işe angaje olma davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

3.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada kullanılan anket dört ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm çalışanların işe angaje olma davranışlarını, ikinci bölümde makyavelizm eğilimlerini, üçüncü bölümde ise etik konum algılarını ölçmeye yönelik ölçekler kullanılmıştır. Son bölümde ise cinsiyet, yaş, meslek gibi demografik özelliklere yer verilmiştir.

Schaufeli ve Bakker (2003) tarafından geliştirilen, Özkalp ve Meydan (2015) tarafından Türkçeye işe angaje olma davranışı (işe adanmışlık) ölçeği adı ile çevrilen

17 maddeli uzun versiyonu kullanılarak ölçülmüştür. Enerjik olma (6 ifade), adanma (5 ifade) ve özdeşleşme (6 ifade) olmak üzere 3 alt boyutu bulunmaktadır.

Christie ve Geis (1970) tarafından geliştirilen Mach IV ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe versiyonu Güney ve Mandacı (2009)'nın çalışmasından alınmıştır. 20 sorudan oluşmakta ve katılımcıların makyavelist davranışlara eğilimlerini ölçmektedir. İfadelerin ilk 10'u makyavelist olan (Machiavelli'nin görüşlerini destekler), son 10 ifade ise makyavelist olmayan (Machiavelli'nin görüşlerini desteklemeyen) niteliktedir. Bireylerin anketten elde ettikleri toplam skor ne kadar yüksek çıkarsa bu, onların o ölçüde Makyavelist davranma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Analizlerde makyavelist olmayan ifadeler ters kodlanmıştır.

Etik konum ölçeği (Forsyth, 1980) idealizm (7 ifade), görecilik (5 ifade) ve doğruluk (2 ifade) olmak üzere 3 alt boyutlu 14 ifadeden oluşmaktadır. Ölçeğin Türkçe uyarlaması Güğercin ve Ay (2017)'in çalışmasından alınmıştır.

3.3. Örneklem

Araştırmanın örneklemini Türkiye genelindeki kamu çalışanları oluşturmaktadır. Veri toplama işlemi 24.12.2018-17.5.2019 tarihleri arasında yapıldığı için etik kurul izin belgesi gerekmemektedir. Kolayda örneklem ve kartopu örneklem yöntemleri birlikte kullanılmıştır. Farklı illerdeki kamu çalışanlarına ulaşabilmek amacı ile online anket formlarından faydalanılmış, böylece çalışma kapsamının daha geniş bir alanda yapılması sağlanmıştır. Online olarak hazırlanan anketler e-mail ve sosyal medya araçları ile dağıtılarak yedi coğrafi bölgedeki kamu çalışanlarına ulaşılmaya çalışılmış ve ankete 257 kamu çalışanı katılmıştır.

Örneklem grubuna ilişkin frekans dağılımları olarak ankette cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, kadro durumu, idari veya yönetici görevi durumu, mesleği, kurumdaki çalışma süresi, şu anki kurumda toplam çalışma süresi, çalışılan ile ait on farklı değişken kullanılmıştır. Söz konusu demografik değişkenler Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Özellikler

Demografik Değişkenler		Frekans	Yüzde (%)	Demografik Değişkenler		Frekans	Yüzde (%)	
Cinsiyet	Kadın	130	50,6	Meslek grubu	Eğitim	145	56,4	
	Erkek	127	49,4		Güvenlik	33	12,8	
	Toplam	257	100,0		Sağlık	10	3,9	
Yaş	15-25 arası	16	6,2		Finans	4	1,6	
	26-36 arası	146	56,8		Hizmet	3	1,2	
	37-47 arası	74	28,8		Teknik personel	13	5,1	
	48-58 arası	20	7,8		İdari personel	43	16,7	
	59 ve üzeri	1	,4		Hukuk	6	2,3	
	Toplam	257	100,0		Toplam	257	100,0	
Medeni Hal	Bekar	96	37,4		Kurumdaki çalışma süresi	0-5 yıl	97	37,7
	Evli	161	62,6			6-10 yıl	71	27,6
	Toplam	257	100,0			11-15 yıl	41	16,0
Eğitim Düzeyi	Orta öğretim	2	,8			16-20 yıl	17	6,6
	Lise	13	5,1			21 yıl ve üzeri	31	12,1
	Ön lisans	17	6,6		Toplam	257	100,0	
	Lisans	163	63,4	Şu anki kurumda toplam çalışma süresi	0-5 yıl	158	61,5	
	Lisans üstü (Yüksek lisans+Doktora)	62	24,1		6-10 yıl	53	20,6	
Toplam	257	100,0	11-15 yıl		22	8,6		
Kadro Durumu	Kadrolu memur	213	82,9		16-20 yıl	8	3,1	
	Sözleşmeli memur	44	17,1		21 yıl ve üzeri	16	6,2	
	Toplam	257	100,0	Toplam	257	100,0		
İdari veya Yönetici Görevi Durumu	Hayır	196	76,3	Çalışılan bölge	Akdeniz bölgesi	88	34,2	
	Alt kademe yönetici	33	12,8		Karadeniz bölgesi	44	17,1	
	Orta kademe yönetici	5	1,9		Ege bölgesi	25	9,7	
	Üst kademe yönetici	23	8,9		Marmara bölgesi	34	13,2	
	Toplam	257	100,0		İç Anadolu bölgesi	34	13,2	
					Güneydoğu Anadolu bölgesi	14	5,4	
					Doğu Anadolu bölgesi	18	7,0	
					Toplam	257	100,0	

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Tablo 1'e bakıldığında katılımcıların 130 (%50,6)'u kadın, 127 (%49,4)'si erkek olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların yaş aralığına bakıldığında %56,8 oranla 26-36 arası yaş grubu en kalabalık yaş grubunu ve %0,4 oranla 59 ve üzeri yaş grubu en az olan yaş grubunu oluşturmaktadır. Katılımcıların medeni hallerine

bakıldığında 96 (%37,4)'sının bekar, 161 (%62,6)'inin evli olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim düzeylerine bakıldığında en fazla oran olan %63,4 (163 kişi)'ünün lisans mezunu katılımcılara, en az oranın ise %0,8 (2 kişi) ile ortaokul mezunu katılımcılara ait olduğu görülmektedir. Katılımcıların kadro durumlarına bakıldığında 213 kişinin (%82,9) kadrolu memur olduğu ve 44 kişinin (%17,1) sözleşmeli memur olduğu görülmektedir. Çalışanların idari veya yönetici görevi durumuna bakıldığında en fazla oranın %76,3 oranla (196 kişi) hayır olduğu, en az oranın ise %1,9 oranla (5 kişi) orta kademe yönetici olduğu görülmektedir. Bu ayırım yapılırken şef, amir vb. olanlar alt kademe yönetici, daire başkanı vb. olanlar orta kademe yönetici ve müdür, müdür yardımcısı vb. üst kademe yönetici olarak ele alınmıştır. Meslek gruplarına bakıldığında en fazla oran olan %56,4 oranla (145 kişi) eğitim grubu olduğu, en az oranın ise %1,2 oranla (3 kişi) hizmet grubu olduğu görülmektedir. Meslek grupları ayırımı yapılırken akademisyen ve öğretmenleri eğitim grubuna, askeri personeller ile polis, komiser, güvenlik görevlisi vb. olanları güvenlik grubuna, hemşire, doktor, eczacı vb. olanları sağlık grubuna, uzman, uzman yardımcı, denetmen vb. olanları idari personel grubuna alınmıştır. Kurumdaki çalışma sürelerine bakıldığında çalışma süresi 0-5 yıl arası olan katılımcılardan 97 (%37,7)'sinin en büyük paya ve 16-20 yıl arası olan katılımcılardan 17 (%6,6)'sinin en az paya sahip olduğu görülmektedir. Şu anki kurumda toplam çalışma süresine bakıldığında çalışma süresi 0-5 yıl arası olan katılımcılardan 158 (%61,5)'inin en büyük paya ve 16-20 yıl arası olan katılımcılardan 8 (%3,1)'inin en az paya sahip olduğu görülmektedir. Çalışılan bölgeye bakıldığında en fazla paya sahip olan %34,2 oranla (88 kişi) Akdeniz bölgesi olduğu, en az paya sahip olan %5,4 oranla (14 kişi) güneydoğu Anadolu bölgesi olduğu görülmektedir.

4. BULGULAR

4.1. Faktör ve Güvenirlilik Analizi

Araştırmada kullanılan makyavelizm, etik konum ve işe angaje olma ölçeklerin yapı geçerliliğini test etmek için doğrulayıcı faktör analizi ve açımlayıcı (keşifsel) faktör analizinden yararlanılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen her bir ölçeğe ait model uyum değerleri Tablo 2'de verilmiştir. Sonuçlar her bir ölçeğin

yapısının geçerli ve uyum iyiliklerinin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir (Meydan ve Şeşen, 2015).

Tablo 2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçekler	Alt Boyut Sayısı	Doğrulayıcı Faktör Analizi								
		χ^2	df	CMIN/df	GFI	AGFI	CFI	IFI	TLI	RMSA
Makyavelizm	2	267,617	155	1,727	0,906	0,873	0,907	0,909	0,885	0,053
Etik Konum	3	196,218	73	2,688	0,894	0,848	0,953	0,954	0,942	0,081
İşe Angaje Olma	3	265,405	112	2,370	0,892	0,853	0,959	0,959	0,950	0,073
İyi Uyum Endeksi				≤ 3	$\geq 0,90$					$\leq 0,05$
Kabul Edilebilir Uyum Endeksi				$\leq 4-5$	0,89-0,85					0,06-0,08

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Kullanılan ölçeklerin yapısal geçerliliğini belirlemek üzere açımlayıcı (keşfedici) faktör analizi kullanılmıştır. Faktör analizi yapılmadan önce, veri setinin faktör analizine uygun olup olmadığını saptamak amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi ve Brtlett (Barlett's test of spherity) testi uygulanmıştır. Uygulanan KMO testine göre, 0,818 sonucu elde edilmiştir. Bu değer 0,5'ten büyük olması, bu soruların faktör analizi uygulamaya elverişli olduğunu göstermektedir. Brtlett testi sonucunun (sig. = 0,000) anlamlı olması ($p < 0,05$) değişkenler arası ilişkilerin oluşturduğu matrisin faktör analizi için anlamlı olduğunu ve faktör analizi yapılacağı anlamına gelmektedir. Madde faktör yüklerinin 0,50'nin üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Faktörlerin açıklama oranları etik konumda %73,558 işe angaje olmada %72,573 ve makyavelizmde %35,568 şeklindedir.

Açımlayıcı (keşfedici) faktör analizi sonucunda ölçeklere ilişkin elde edilen bulgular Tablo 3'te gösterilmektedir. Her üç ölçeğin de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri örneklemin faktör analizi yapılması için uygun, Bartlett (Barlett's test of spherity) değerinin ($p=0$) değişkenler arası ilişkilerin oluşturduğu matrisin faktör analizi için anlamlı olduğunu ifade etmektedir (Kalaycı, 2010).

Tablo 3. Kullanılan Ölçeklere İlişkin KMO ve Güvenirlik Değerleri

Ölçekler	Soru Sayısı	KMO	Açıklanan Varyans %	Cronbach Alpha (α)
Makyavelizm	20	0,818	35,568	0,606
Makyavelist olan davranışlar	10		17,860	0,775
Makyavelist olmayan davranışlar	10		17,108	0,786
İşe Angaje Olma	17	0,939	72,573	0,956
Enerjik olma	6		24,784	0,900
Adanma	5		24,425	0,922
Özdeşleşme	6		23,364	0,913
Etik Konum Algısı	14	0,878	73,558	0,871
İdealizm	7		38,158	0,944
Görecilik	5		21,407	0,839
Doğruluk	2		13,993	0,908

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Ölçeklerin iç tutarlılığını değerlendirmek amacıyla güvenirlilik analizi yapılmış ve Cronbach Alfa (α) yöntemi kullanılmıştır. Buna göre işe angaje olma ölçeğinin ($\alpha = ,956$) enerjik olma boyutuna ait alfa katsayısı $\alpha = ,900$, adanma boyutuna ilişkin alfa katsayısı $\alpha = ,922$ ve özdeşleşme boyutuna ait alfa katsayısı $\alpha = ,913$ olarak elde edilirken, etik konum ölçeğinin ($\alpha = ,871$) idealizm boyutuna ait alfa katsayısı $\alpha = ,944$, görecilik boyutuna ait alfa katsayısı $\alpha = ,839$ ve doğruluk boyutuna ilişkin alfa katsayısı $\alpha = ,908$ olarak elde edilirken makyavelizm ölçeğinin alfa katsayısı $\alpha = ,606$ olarak bulunmuştur. Makyavelizm ölçeğinin makyavelist olan davranışlar boyutuna ait alfa katsayısı $\alpha = ,775$ iken makyavelist olmayan davranışlar boyutuna ilişkin alfa katsayısı $\alpha = ,786$ bulunmuştur. Makyavelizm, işe angaje olma ve etik konum algısı ölçeklerine ve ölçeklerin alt boyutlarına ait Alfa (α) değerleri incelendiğinde literatürde genel kabul görmüş olan $\alpha \geq ,60$ eşik değerinin üzerinde olduğu görülmektedir. Bu bağlamda tüm değişkenlere ait Alfa değerleri ölçeklerin içsel tutarlılıklarının güvenilir düzeyde var olduğunu ifade etmektedir (Kalaycı, 2010). Bu bağlamda tüm değişkenlere ait Cronbach's Alfa değerleri ölçeklerin içsel tutarlılıklarının güvenilir düzeyde var olduğunu göstermektedir.

4.2. Hipotezlere İlişkin Bulgular

Araştırmanın hipotezleri test edilmeden önce değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesi amacı ile Pearson Korelasyon Analizi kullanılmıştır. Analizlerde

makyavelizm özellikleri ilgili ifadelerin toplam skoru, etik konum algısının idealizm, görecilik, doğruluk boyutları ve işe angaje olma boyutları olan enerjik olma, adanma, özdeşleşme ise ilgili ifadelerin ortalamaları alınarak kullanılmışlardır. Makyavelizm, konum algısının idealizm, görecilik, doğruluk boyutları ve işe angaje olma boyutları olan enerjik olma, adanma, özdeşleşme değişkenleri ne ilişkin yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 4'te görülmektedir.

Tablo 4. Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8
1 Makyavelizm (Toplam Puan)	1							
2 İdealizm	-,260**	1						
3 Görecilik	,204**	,298**	1					
4 Doğruluk	,285**	,014	,516**	1				
5 Enerjik olma	-,327**	,338**	,082	-,055	1			
6 Adanma	-,324**	,377**	,025	-,113	,768**	1		
7 Özdeşleşme	-,216**	,241**	,031	-,105	,769**	,708**	1	
8 İşe angaje olma ort.	-,315**	,347**	,050	-,100	,925**	,901**	,911**	1

**p<0,01; *p<0,05

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Korelasyon analizi sonuçlarına göre makyavelizm ile etik konum algısının boyutlarından sadece idealizm arasında ($r=-0,260$, $**p<0,01$) anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki söz konusu iken görecilik ($r=-0,204$, $**p<0,01$) ve doğruluk ($r=-0,285$, $**p<0,01$) arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır. İdealizm ile işe angaje olma davranışı arasında ($r=0,347$, $**p<0,01$) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusu iken görecilik ve doğruluk ile işe angaje olma davranışı arasındaki ilişkiler istatistiksel olarak anlamsızdır ($p > .05$). Makyavelizm ile idealizm arasında ($r=-0,260$, $**p<0,01$) anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki söz konusudur. Makyavelizm ile görecilik arasında ($r=0,204$, $**p<0,01$) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur. Makyavelizm ile doğruluk arasında ($r=0,285$, $**p<0,01$) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur. Makyavelizm ile enerjik olma arasında ($r=-0,327$, $**p<0,01$) anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki söz konusudur. Makyavelizm ile adanma arasında ($r=-0,324$, $**p<0,01$) anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki çıkmıştır. Makyavelizm ile özdeşleşme arasında ($r=-0,216$, $**p<0,01$) anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki gözlemlenmiştir. Makyavelizm ile işe angaje olma davranışı arasında ($r=-0,315$, $**p<0,01$) anlamlı ve

negatif yönlü bir ilişki söz konusudur. İdealizm ile görecilik arasında ($r=0,298$, $**p<0,01$) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur. İdealizm ile doğruluk arasında ($r=0,014$, $**p<0,01$) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki ortaya çıkmıştır. İdealizm ile enerjik olma arasında ($r=0,338$, $**p<0,01$) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur. İdealizm ile adanma arasında ($r=0,377$, $**p<0,01$) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki gözlemlenmiştir. İdealizm ile özdeşleşme arasında ($r=0,241$, $**p<0,01$) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur. İdealizm ile işe angaje olma arasında ($r=0,347$, $**p<0,01$) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur. Görecilik ile doğruluk arasında ($r=0,516$, $**p<0,01$) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur. Enerjik olma ile işe adanma davranışı arasında ($r=0,925$, $**p<0,01$) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki gözlemlenmiştir. Adanma ile işe angaje olma arasında ($r=0,901$, $**p<0,01$) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki gözlemlenmiştir. Özdeşleşme ile işe angaje olma davranışı arasında ($r=0,911$, $**p<0,01$) anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur. Bu sonuçlara göre en yüksek korelasyon özdeşleşme ile işe angaje olma davranışı arasında iken en düşük korelasyon makyavelizm ile görecilik arasındadır. Doğruluk boyutu ile diğer boyutlar arasında herhangi bir ilişki söz konusu değildir. Değişkenler arasında pozitif veya negatif yönlü bir ilişkinin olması iki değişkenin birlikte arttığını veya azaldığını göstermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018). Makyavelizm, etik konum ile işe angaje olma ve boyutları arasındaki diğer ikili ilişkiler istatistiksel olarak anlamsızdır ($p > .05$).

Çalışanların etik konum eğilimlerinin makyavelizm ve işe angaje olma davranışı üzerindeki açıklayıcılık durumunu gösteren çoklu doğrusal regresyon ve basit doğrusal regresyon analizlerine ilişkin sonuçlar Tablo 5, Tablo 6 ve Tablo 7’de görülmektedir.

H₁: *Çalışanların etik konum algılarının makyavelizm özellikleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.*

H₁ Hipotezini test etmek amacı ile makyavelizm değişkenine ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları incelendiğinde katılımcıların Makyavelizm özellik göstermelerinin %17,8’inin etik konum algısını oluşturan idealizm, görecilik ve doğruluk boyutlarının oluşturduğu belirlenmiştir. Etik konum algısının görecilik ($\beta = ,206$) ve doğruluk ($\beta = ,183$) boyutları makyavelizm üzerinde pozitif etkiye sahipken

idealizm boyutunun ($\beta = -,323$) ise negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Analizde bağımsız değişkenler arasında otokorelasyonun olmadığı, (Durbin Watson=1,690), F değeri ise modelin bütün olarak her ($p=,000$) düzeyde anlamlı olduğu görülmüştür (Bakınız Tablo 5).

Tablo 5. Makyavelizm Değişkenine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken: Makyavelizm							
		β	t	p	R ²	Düz. R ²	F	VIF	Durbin Watson
	İdealizm	-,323	-5,336	,000	,178	,168*	18,272	1,130	1,690
	Görecilik	,206	2,911	,004				1,541	
	Doğruluk	,183	2,707	,007				1,405	

*p<0,01

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

H₂: Çalışanların etik konum algılarının işe angaje olmaları üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₂ Hipotezini test etmek amacı ile işe angaje olma değişkenine ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları incelendiğinde katılımcıların işe angaje olmalarının %13,2'sinin etik konum algısını oluşturan idealizm, görecilik ve doğruluk boyutlarının oluşturduğu belirlenmiştir. Analizde bağımsız değişkenler arasında otokorelasyonun olmadığı, (Durbin Watson=1,693), F değeri ise modelin bütün olarak her ($p=,000$) düzeyde anlamlı olduğu görülmüştür. Ancak etik konum algısının işe angaje olma üzerindeki etkileri incelendiğinde sadece idealizm alt boyutunun ($\beta = ,349$) anlamlı olarak etkilediği, görecilik ve doğruluk boyutlarının ise anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir (Bakınız Tablo 6).

Tablo 6. İşe Angaje Olma Değişkenine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken: İşe Angaje Olma							
		β	t	p	R ²	Düz. R ²	F	VIF	Durbin Watson
	İdealizm	,349	5,595	,000	,132	,121*	12,775	1,130	1,693
	Görecilik	,001	,009	,993				1,541	
	Doğruluk	-,105	-1,511	,132				1,405	

*p<0,01

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

H₃: Çalışanların makyavelizm özelliklerinin işe angaje olma davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₃ Hipotezini test etmek amacı ile işe angaje olma değişkenine ilişkin basit regresyon analizi sonuçları incelendiğinde katılımcıların işe angaje olmalarının %9,9'unun makyavelizm özellikleri oluşturduğu belirlenmiştir. Analizde bağımsız değişkenler arasında otokorelasyonun olmadığı, (Durbin Watson=1,849), F değeri ise modelin bütün olarak her (p=,000) düzeyde anlamlı olduğu görülmüştür. Makyavelizm özelliklerinin işe angaje olma üzerindeki etkileri incelendiğinde ($\beta = - ,349$) negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir (Bakınız Tablo 7).

Tablo 7. Makyavelizmin İşe Angaje Olma Davranışı Üzerindeki İlişisine Yönelik Basit Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken: İşe Angaje Olma							
		β	t	p	R ²	Düz. R ²	F	VIF	Durbin Watson
	Makyavelizm	-,315	-5,292	,000	,099*	,095	28,009	1,000	1,849

*p<0,01

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Küreselleşmenin git gide arttığı iş dünyasında rekabet şiddetinin artması, karmaşa ve belirsizliklerin artması nedeniyle işgücünün etkin ve verimli şekilde yönlendirilmesi güç duruma gelmiştir (Gügerçin ve Ay, 2016). Burada işe kendini aday olan iş görenlerin işgücünün önemi artmaktadır. İşgücünün yanı sıra çalışanların toplumsal ve bireysel ilişkilerini hangi şekilde ve yönde yönlendirmesi gerektiği, iyi-kötü söz ve davranışların hangi ölçütlere göre belirleneceği gibi durumları da önem arz etmektedir. Burada etik kavramı devreye girmektedir (Güney ve Mandacı, 2009). İş dünyasında yaşanan etik skandallar etik konusunun önemini ortaya koymaktadır ve iş dünyasının ve akademisyenlerin etik kavramına daha da önem vermesine sebebiyet vermiştir (Katrinli vd., 2013, s. 694). Etik algılarını yitiren bireyler, makyavelist eğilimler gösterebilmektedir (Güney ve Mandacı, 2009). Makyavellenist özelliği yüksek olan birey, başkalarını kullanan ve herhangi bir durumda başkalarını ikna etmede çok başarılıdır. Ancak ikna edilmesi çok zor olmaktadır (Karagöz, 2018,

s. 27). Bu özellikteki bireyler, ortamın gerektirdiği koşullara göre hareket etmektedirler.

Son zamanlarda insanların menfaatleri uğruna zaman zaman etik dışı davrandığı ve bu nedenle de etik dışı birtakım davranışların normal olarak nitelendirildiği bir toplumda makyavelizm eğilimlerinin ve işe angaje olma davranışının araştırılması gereken bir konu olduğu düşünülmektedir. Her meslekte olduğu gibi kamu kurumu çalışanlarının yaşadıkları birtakım sıkıntılar mevcuttur. Bu durum, kamu çalışanlarının işe bağlılıklarını ve işe yönelik verimini önemli derecede etkilemektedir. Kimi zaman bireyler amaç ve hedeflerini gerçekleştirmek uğruna makyavelist davranışlar sergileyebilmektedir ve bu bağlamda etik konum algıları olumsuz olarak etkilenebilmektedir. Etik konum algısının etkilediği birçok faktör bulunmaktadır. Literatür yazını incelendiğinde başta demografik faktörler olmak üzere birçok faktör üzerine araştırmalar yapıldığı görülmektedir. Etik konumun günümüzde öneminin artması nedeniyle bu çalışmada kamu çalışanlarının etik konum algılarının makyavelizm eğilimleri ve işe angaje olma davranışı üzerindeki etkisini ortaya koymak amaçlanmıştır. Kamu çalışanlarının amaç ve hedeflerine ulaşmak için kimi zaman makyavelist davranışlar sergileyebildikleri görülmektedir. Çalışanların etik konum algılarının makyavelist davranışlarının ve işe angaje olmalarının üzerindeki etkisinin incelenmesinde örneklem olarak kamu sektörü seçilmiştir. Bu amaç doğrultusunda üç adet hipotez oluşturulmuştur.

Araştırmada doğrulayıcı faktör analizi, açıklayıcı faktör analizi, korelasyon ve çoklu doğrusal regresyon analizleri kullanılmıştır. Çoklu regresyon analizi sonucunda elde edilen bulgular kamu çalışanlarının etik konum algılarının makyavelizm eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu; etik konum algısının görecelik ve doğruluk boyutlarının makyavelizm eğilimini pozitif, idealizm boyutunun ise negatif yönde etkilediği belirlenmiştir. Böylece, çalışanların etik konum algılarının makyavelist davranışlar sergilemeleri üzerindeki etkisini test eden H_1 hipotezi desteklenmiştir. Güney ve Mandacı (2009)'nın çalışması makyavelizm eğilimler ve etik konum algısı arasındaki ilişkiyi destekler niteliktedir. Ayrıca Christie ve Geis (1970), Muncy ve Vitell (1992), Kenhove vd. (2001), Ang ve Leong (2000), Al-Khatip vd.,

(2002)'nin çalışmalarının sonuçlarına göre etik algısı yüksek bireyler düşük olanlara göre daha az makyavelist eğilimler taşımaktadırlar. Kamu çalışanlarının etik konum algılarının işe angaje olma davranışları üzerinde anlamlı etkiye sahip olmasını test etmek amacı ile çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda model bütün olarak anlamlı olmasına rağmen etik konum algısının sadece idealizm alt boyutunun işe angaje olma davranışını pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği görülmüştür. Bu bağlamda H₂ hipotezi idealizm boyutunda desteklenmektedir. Celep vd. (2004)'nin araştırmalarında iş etiğinin işe adanmışlık düzeyini etkilediği bulgusu kısmen desteklenmektedir. Bunun yanı sıra Gül ve Erol (2016)'un çalışmasında işe bağlılığın mesleki etik davranışını pozitif yönde etkileyen bir faktör olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, bu çalışmaların araştırmayı destekler nitelikte olduğu söylenebilir. Basit doğrusal regresyon analizi sonucunda, makyavelizm eğilimlerinin işe angaje olma davranışını negatif yönlü etkilediği belirlenmiştir. Böylece, çalışanların makyavelizm eğilimlerinin işe angaje olma davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. H₃ hipotezi desteklenmiştir. Katrinli, vd. (2013), Özsoy ve Ardıç (2017)'in çalışmalarının sonuçları da araştırmayı kısmen destekler niteliktedir.

Kamu çalışanlarının etik konum algılarının makyavelizm eğilimleri ve işe angaje olma davranışı üzerindeki etkisinin inceleme konusu yapıldığı ve yukarıda özetlenmeye çalışılan sonuçlar ışığında bulunulması gereken öneriler arasında etik konum algısının etkilediği belirlenen makyavelist eğilimlerin ve işe angaje olma davranışlarının olumlu anlamda düzenlenmesini sağlayacak koşulların geliştirilmesi için gerekli olan çabaların artırılması yer alır. Çabanın artırılması için kamu çalışanlarına, meslek odalarına ve bir yönüyle de topluma önemli görevler düşmektedir.

Etik konum algısı yaratılmak isteniyorsa öncelikle etik davranışlar sergileyen bireylerin bulunduğu bir kurum gereklidir. Bu doğrultuda çalışanların kurumun etik durumunu dikkate alarak etik konum sorumluluklarını yerine getirmeleri gerekmektedir (McCurdy ve David, 1998). Zaman içinde oluşan değişikliklere uyum sağlayan kurumların etik sorumluluk bilinciyle faaliyette bulunması daha iyi ve sağlıklı ilişkiler geliştirilmesine etki edecektir.

İşe angaje olma seviyesini en çok belirleyen duygu ve düşünce, bireyin yaptığı işiyle gurur duyması, yaptığı işin anlamlı olması ve bir amaca hizmet ediyor bulunmasıdır. Bu nedenle kamu çalışanlarına yaptıkları işin özel, önemli, anlamlı olan ve gurur duyulacak bir meslek olduğu mesajı fırsat buldukça verilmelidir. Bu mesajların verilmesinde daha çok meslek odalarına ve eğitim kurumlarına önemli görevler düşmektedir (Gül ve Erol, 2016, s. 69). Her ne pahasına olursa olsun hedeflediklerini yapmak isteyen ve kendini işine çok kaptıran kimi çalışanlar makyavelist davranışlar sergileyebilmektedir. Bu durumun önüne geçebilmek için kurumların çalışanların beklentilerine uygun çalışma ortamı yaratması, zamanını verimli kullanmasını sağlayıcı bir etik anlayışın geliştirilmesi gerekmektedir ve böylece çalışanlar daha az makyavelist özellikler sergileyebileceklerdir.

Örneklemin sadece kamu çalışanlarından oluşması, geri dönüş oranı düşük olan online anket yönteminin kullanılması, örneklem sayısının Türkiye genelinde yapılan bir araştırma için düşük olması araştırmanın temel kısıtlarını oluşturmaktadır. Araştırmanın diğer bir kısıt olarak toplanan verilerin geçerliliği ve güvenilirliğinin uygulanan anketin ölçme özelliğine bağlı olması durumu söylenebilir. Bu nedenle elde edilen bulgular yalnızca anket ifadeleri doğrultusunda değerlendirilmiştir. İfade sayısı veya ifadeler değiştikçe elde edilen bulgular da farklılık gösterecektir. Gelecek araştırmalarda, kamu ve özel sektör çalışanlarının karşılaştırılması, daha yüksek örneklemelere ulaşılması ve belirli bir bölge/il düzeyinde incelenmesinin alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Al-Khatib, J.A., Robertson, C.J., Stanton, A.D. & Vitell, S.J. (2002). Business Ethics in the Arab Gulf States: A Three-Country Study, *International Business Review*, 11: 97-111.
- Ang, H.S. & Leong, S.M. (2000). Out of the Mouths of Babes: Business Ethics and Youths in Asia, *Journal of Business Ethics*, 28: 128-144.
- Ardıç, K. % Polatçıl, S. (2009). Tükenmişlik Sendromu ve Madalyonun Öbür Yüzü: İşle Bütünleşme, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32: 21-46.
- Arslan, E.T. & Demir, H. (2017). İşe Angaje Olma ve İş Tatmini Arasındaki İlişki: Hekim Ve Hemşireler Üzerine Nicel Bir Araştırma, *Yönetim ve Ekonomi: Manisa Celal Bayar Üniversitesi İİBF Dergisi*, 24(2): 371-389. Doi: 10.18657/yonveek.335232.
- Atcıoğlu, E. (2018). Okulların Etkililik Düzeyleri ile Çalışanların İşe Angaje Olma Düzeyleri Arasındaki İlişki (Yüksek Lisans Tezi), Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Aybaş, M. & Kosa, G. (2018). Duygusal Emegın Mesleki Stres ve İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisi: Tur Rehberleri Üzerinde Bir Araştırma, *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(18): 103-111.
- Bağcıoğlu, D. & Kaygın, E. (2018). Çalışanların Öz Yeterliliklerinin ve Esenlik Algularının İşe Adanmışlıklarına Etkisi: İlaç Sektörü Örneği, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2): 607-626.
- Bakhtin, M.M., Holquist, M. (Ed.), Emerson, C. & Holquist, M. (Trans.). (1981). *Dialogic Imagination*, Austin: University of Texas Press.
- Bakker, A.B., Schaufeli, W.B., Leiter, M.P. & Taris, T.W. (2008). Work Engagement: An Emerging Concept İn Occupational Health Psychology, *Work & Stress*, 22(3): 187-200.
- Bakker, A.B., Albrecht, S.L. & Leiter, M.P. (2011). Key Questions Regarding Work Engagement, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 20(1): 4-28.
- Bal, E.A. (2009). Bir Pozitif Psikoloji Kavramı Olarak İşe Gönülden Adanma (Work Engagement) ve İnsan Kaynakları Açısından Önemi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İşletme Bölümü 17. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 21-23 Mayıs: 546-552.
- Barut, M. (1996). Makyavelizmin Toplumsal Temelleri (Yüksek Lisans Tezi), Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

- Bostancı, H. & Ekiyor, A. (2015). Çalışanların İşe Adanmasının Örgüt İçi Girişimciliğe Etkisinin İncelenmesi: Sağlık Sektöründe Bir Uygulama. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*. 1(1): 37-51.
- Boztepe, H. (2013). Halkla İlişkiler Perspektifinden Güven Kavramı: Katılımcılık, Şeffaflık ve Hesap Verebilirlik İlkelerinin Kamu Kurumlarına Yönelik Güvenin Oluşmasındaki Rolü, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 45: 53-74.
- Brewer, G. & Abell, L. (2017). Machiavellianism, Relationship Satisfaction, and Romantic Relationship Quality, *Europe's Journal of Psychology*, 13(3), 491-502, doi:10.5964/ejop.v13i3.1217.
- Brickley, J.A., Smith, C.W. & Zimmerman, J. (2002). Business Ethics and Organizational Architecture, *Journal of Banking and Finance*, 269: 1821- 1835.
- Burucuoğlu, M. & Erdoğan, E. (2016). Etik Pozisyon Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenilirliğine İlişkin Bir Çalışma, *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 1(3): 7-15.
- Caymaz, E., Erenel, F. & Gürer, B. (2013). Liderlik Karizması, Adanmışlık ve Gruba Aidiyetin Gönüllü Çalışma Performansına Etkileri: AKUT Arama Kurtarma Derneği Örneği, *International Journal of Human Sciences*, 10(1): 129-147, ISSN: 1303-5134.
- Celep, C., Doyuran, Ş., Sarıdede, U. & Değirmenci, T. (2004). Eğitim Örgütlerinde Çokboyutlu İş Etiği ve Örgütsel Adanmışlık, XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı, 6-9 Temmuz, İnönü Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Malatya.
- Ceyhan, B. & Şahin, N. (2015). Are Pre-service Science Teachers' Ethical Views on Genetic Issues Affected by Their Moral Values?, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 186, 137-142.
- Ceylan, T. (2011). Toplumsal Sistem Analizinde Toplumsal Statü ve Rol, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(1): 89-104.
- Chen, S.Y. (2010). Relations of Machiavellianism with Emotional Blackmail Orientation of Salespeople, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 5(1), 294-298.
- Christie, R. & Geis, F.L. (1970). *Studies in Machiavellianism*, New York Academic Press, New York.
- Chusmir, L.H. (1982). Job Commitment and the Organizational Woman, *Academy of Management Review*, 7(4): 595-602.
- Corral, S. & Calvete, E. (2000). Machiavellianism: Dimensionality Of The Mach Iv and Its Relation to Self-Monitoring In A Spanish Sample, *The Spanish Journal of Psychology*, Mayo, 3(1), 3-13, Universidad Complutense de Madrid Madrid.
- Çalışkan, S. (2006). Ethical Aesthetics / Aesthetic Ethics: The Case of Bakhtin, Çankaya Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi, *Journal of Arts and Sciences*, 5: 1-8.

- Çalışkan, S.C. (2014). Pozitif Örgütsel Davranış Değişkenleri ile Yeni Araştırma Modelleri Geliştirme Arayışları: Pozitif Örgütsel Davranış Değişkenlerinin İşe Adanmışlık, Tükenmişlik ve Sinizm Üzerine Etkileri ve Bu Etkileşimde Örgütsel Adalet Algısının Aracılık Rolü Üzerine Bir Araştırma, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(3): 363-382, ISSN: 1302-3284, E-ISSN: 1308-0911.
- Dahling, J.J., Whitaker, B.G. & Levy, P.E. (2009). The Development and Validation of a New Machiavellianism Scale, *Journal of Management*, 35(2): 219-257.
- Davis, M.A., Andersen, M.G. & Curtis, M.B. (2001). Measuring Ethical Ideology in Business Ethics: A Critical Analysis of the Ethics Position Questionnaire, *Journal of Business Ethics*, 32(1): 35-53.
- Doğan, E. (2002). Çalışanların İşine Cezbolması: Dönüştürücü Liderlik Tarzının Lidere Olan Güvenin Güçlenmesine ve Negatif / Pozitif Duygulanımın Etkileri (Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Drory, A. & Gluskinos, U.M. (1980). Machiavellianism and Leadership, *Journal of Applied Psychology*, 65(1): 81-86.
- Esen, E. (2011). Çalışanların Örgüte Cezbolması, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 30(1): 377-390.
- Forsyth, D.R. (1980). A Taxonomy of Ethical Ideologies, *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(1): 175-184.
- Forsyth, D. R. (1992). Judging the Morality of Business Practices: The Influence of Personal Moral Philosophies, *Journal of Business Ethics*, 11(5-6): 461-470.
- Güğerçin, 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. ISSN: 2147 - 7833, www.kmu.edu.tr.
- Gül, H. & Erol, M. (2016). Muhasebe Meslek Mensuplarında İşe Bağlılık ve Çalışma Ahlakının Mesleki Etik Davranışa Etkisi. *Mali Çözüm Dergisi*, Eylül-Ekim: 51-74.
- Gündoğdu, B., Ünal, A., & Kılıncı, İ. (2018). Üniversitelerin İş Etiği Algıları ve Uygulamaları: Batı Karadeniz üniversiteler birliği üzerine bir araştırma. *Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği*, 11(2): 193-226. www.isahlakidergisi.com.
- Güney, S. & Mandacı, G. (2009). Makyavelizm ve Etik Algısı İlişkileri: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma, *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(2): 83-104.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. (5. Bsm.), Seçkin, Ankara.
- Gözüm, A.G. (2016). Banka Çalışanlarının Demografik Özelliklerine Göre İş Ahlakı Tutumlarının İncelenmesi, *İşletme Araştırmaları Dergisi, Journal of Business Research-Türk*, 8(2): 293-306. DOI: 10.20491/isarder.2016.180.

Hatcher, T. (2004). Environmental Ethics As An Alternative For Evaluation Theory In For Profit Business Contxt, *Evaluation and Program Planning*, 27: 357 - 363.

Hegarty, W.H. & Sims, H.P. (1978). Some Determinants Of Unethical Decision Behavior: An Experiment, *Journal Of Applied Psychology*, 63(4): 451-457.

Hökelekli, H. (2003). Kendini Bilmek ve Kontrol Etmek, *Dem Dergi-Değerler Eğitimi Merkezi Dergisi*, 1(1): 69-75.

Inançsi, T., Lang, A. & Bereczkei, T. (2016). A Darker Shade of Love: Machiavellianism and Positive Assortative Mating Basedon Romantic Ideals, *Europe's Journal of Psychology*, 12(1), 137-152, doi:10.5964/ejop.v12i1.1007.

Işık, M. & Kama, A. (2018). Algılanan Örgütsel Desteğin İşgören Performansına Etkisinde İşe Adanmışlığın Aracı Etkisi, *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3): 395-403.

Işıl, V. (2017). Makyavelizm Felsefesinin Robert Bolt'un Her Devirde Adam Oyununda İrdelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

İnce, A.R. (2016). Algılanan Örgütsel Desteğin İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisinde Yönetici Desteğinin Aracılık Rolü, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(57): 649-660, DOI:10.17755/esosder.71219, ISSN:1304-0278.

Kahn, W.A. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work, *Academy of Management Journal*, 33(4): 692-724.

Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, (5. Baskı), Ankara: Asil.

Karagöz, A. (2018). Örgüt Yanlısı Etik Olmayan Davranışlar ile Bağlamsal Performans Arasındaki İlişkide Liderin Algılanan Etik İnancının Moderatör Rolü (Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Nevşehir.

Katrinli, A, Günay, G. & Zaptçioğlu, D. (2013). Etik Liderliğin Örgütsel Bağlılık ve İş Doyumu ile İlişkisinde Makyavelizm Yöneliminin düzenleyici Rolü, 21. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 30-31 Mayıs-1 Haziran, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.

Kavak, B., Alkibay, S. & Arslan, M. (2007). Direct Selling Ethics: An Exploratory Investigation on Turkish Direct Sellers, *Boğaziçi Journal*, 21(1-2): 73-92.

Kayıklık, H. (2005). Bireysel Yaşamda Dinsel Değişim, *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 5(2): 5-23.

Keleş, S. (2014). Aile Şirketlerinde Y Jenerasyonunun Öz Yeterlilik Algısı ve İşe Adanmışlık İlişkisi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 5(11): 95-109.

- Kenhove, V.P, Vermeir, I. & Verniers, S. (2001). An Empirical Investigation of the Relationships Between Ethical Beliefs, Ethical Ideology, Political Preference and Need for Closure, *Journal of Business Ethics*, 32: 347-361.
- Kesgin, A. (2015). Machiavelli & Makyavelizm, *Beytulhikme An International Journal of Philosophy*, 5(1), ISSN: 1303-8303.
- Kodaş, B. (2018). Yiyecek İçecek Çalışanlarının Pozitif Psikolojik Sermayeleri ile İşe Angaje Olma Davranışları Arasındaki İlişki, *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1): 1-14.
- Kurtpınar, M. & Baş, T. (2011). Birey-Örgüt Uyumu ve Sonuçları, İşe Adanmışlık ve Kişilik Özelliklerinin Etkisi, 19.Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi, Çanakkale.
- Machiavelli, N. (2000). *Seçme Yazılar*, (Çev. Köse, H.), Ankara: Öteki Ajans.
- Markos, S. & Sridevi M.S. (2010). Employee Engagement: The Key to Improving Performance, *International Journal of Business and Management*, 5(12): 89-96.
- Mccurdy, David B. (1998). Creating an Ethical Organization. *Generations*, 22(3): 26-31.
- McGuire, D. & Hutchings, K. (2006). A Machiavellian Analysis of Organizational Change, *Journal of Organizational Change*, 19(2): 192-209.
- Meydan, C. H., ve Şeşen, H. (2015). *Yapısal Eşitlik Modeli AMOS Uygulamaları*. Ankara: Detay.
- Miller, B.K., Smart, D.L. & Rechner, P.L. (2015). Confirmatory factor Analysis of the Machiavellian Personality Scale, *Personality and Individual Differences*, 82(1): 120-124.
- Muncy, J.A. & Vitell, S.J. (1992). Consumer Ethics: An investigation of the Ethical Beliefs of the Final Consumer, *Journal of Business Research*, 24: 297-311.
- Öner, Z.H. (2008). The Mediating Effect Of Organizational Justice: Moderating Roles of Sende of Coherence and Job Complexity on The Relationship Between Servant Leadership and Work Engagement (Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Öngöre, Ö. (2013). İşle Bütünleşme Ölçeği Türkçe Formu'nun Güvenilirlik ve Geçerlilik Çalışması, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1): 50-60.
- Özcihan, T. (2014). Organizasyonlarda Stratejik Duygusal Zeka Kullanımı Makyavelizm İlişkisi ve Çatışma Yönetimine Yansımaları: Tasarım Mühendisliğinde Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Özkalp, E. & Meydan, B. (2015). Schaufeli ve Bakker Tarafından Geliştirilmiş Olan İşe Angaje Olma Ölçeğinin Türkçe'de Güvenilirlik ve Geçerliliğinin Analizi, *İş, Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 17(3): 4-19, DOI: 10.4026/1303-2860.2015.0285.x.

Özsoy, E. & Ardiç, K. (2017). Karanlık Üçlü'nün (Narsisizm, Makyavelizm ve Psikopati) İş Tatminine Etkisinin İncelenmesi. *Yönetim ve Ekonomi*, 24(2): 391-406.

Özsoy, F.H. (2017). Örgütlerde Makyavelizm ve Sinizmin Çatışma Yönetimine Etkisi: Bir Teknoloji Şirketinde Uygulama (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Kültür Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Payam, M. M. (2016), Polislerin ve Polis Adaylarının Mesleki Etik Dışı Davranışlar ile İlgili Görüşleri: Elazığ ve Malatya Örneği, *İş Ahlakı Dergisi*, 9(1).

Pilch, I. (2008). Machiavellianism, Emotional Intelligence and Social Competence: Are Machiavellians Interpersonally Skilled?, *Polish Psychological Bulletin*, 39(3): 158-164, doi- 10.2478/v10059-008-0017-4.

Ravikumar, T. (2013). A Study on Impact of Team Work, Work Culture, Leadership and Compensation on Engagement Level of Employees In Msmes In Indı, *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*, 2(8): 175-185.

Robbins, S.P. & Judge, T.A. (2012). Tutumlar ve İş Tatmini, Örgütsel Davranış, s. 71-97, (Ed.) İnci Erdem, 14. Baskı, Nobel Yayınları, İstanbul.

Sarpün, Ş. (2012). Denetçilerin Etik Pozisyon, Hile, Sorumluluk ve Nepotizm Algılarının Denetçi Bağımsızlığına Etkisi: Bağımsız Denetçiler Üzerinde Bir Araştırma (Yüksek lisans tezi), Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Schaufeli, W.B., Salanova, M., Gonzalez Roma, V. ve Bakker, A.B. (2002). The Measurement of Engagement and Burnout: A Two Sample Confirmatory Factor Analytic Approach, *Journal of Happiness Studies*, (3): 71-92.

Schaufeli, W.B. & Bakker, A.B. (2004). Job Demands, Job Resources, and Their Relationship With Burnout and Engagement: A Multi-Sample Study, *Journal of Organizational Behavior*, 25(3): 293-315.

Schlenker, B.R. & Forsyth, D.R. (1977). On The Ethics of Psychological Research, *Journal of Experimental Social Psychology*, 13(4): 369-396.

Sungur, S.A. (2017). Siyasal Bilgiler Öğrencilerinin Makyavelist Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(63): 1361-1370.

Tarım, M., Zaim, H. & Torun, Y. (2015). İş Ahlakı Uygulamalarının Hastane Performansına Etkisi: Kamu Hastaneleri Üzerine Bir Saha Çalışması, *Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlâkı Derneği*, 7(2): 121-153. ISSN: 1308-4070, DOI: 10.12711/tjbe.2014.7.2.0153.

Taşpınar, Y., Şahin, A. & Örselli, E. (2016). Kamu Kurumlarında Güven İklimi ve Etik İklim İlişkisi: Konya İli Kamu Bankaları Örneği, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 18(1): 117-136.

- Turgut T. (2010). *Çalışmaya Tutkunluk*. (Ed.) Güler İslamoğlu, 1. Baskı, Nobel Yayınları, Ankara.
- Uçkun, G., Üzüm, B. & Uçkun, S. (2018). Narsist Kişiliğin Makyavelist Davranışlara Etkisi: Kocaeli Üniversitesi Özel Güvenlik Öğrencileri Örneği, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2): 139-154.
- Ulrich, C.M., & Soeken, K.L. (2005), A Path Analytic Model of Ethical Conflict in Practice and Autonomy in a Sample of Nurse Practitioners, *Nursing Ethics*, 12(3): 305-316.
- Usta, A. (2013). Kuramdan Uygulamaya Kamu Yönetiminde Etik ve Ahlak, *DergiPark Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi v İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2): 39-50.
- Uzun, V. (2013). Etik, Ahlak ve Liderlik Kavramları ve Etik Liderlik (Yüksek Lisans Tezi), Gebze Yüksek Teknoloji Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Varinli, İ. (2004). Hizmet İşletmelerinde Çalışanların Etik Olmayan Davranışlara İlişkin Değerlendirmeleri Otel İşletmelerinde Bir Uygulama, *Ege Akademik Bakış*, 4(1-2): 44-53.
- Yetişer, B. (2014). Do All Roads Lead to Rome? The Moderating Role of Culture and Age in Predicting Construal Level on Machiavellianism, *Journal of Yasar University*, 9(36): 6261- 6380.
- Yılmaz, E. & Çilingir Ük, Z. (2019). Muhasebe Meslek Mensuplarının Kişilik Özellikleri ile İşe Bağlılıkları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 12(3): 585-603.
- Yıldız, F.F. (2013). Yöneticilerin Algılanan Sahte ve Gerçek Dönüşümcü Liderlik Davranışlarını Ayırt Etmede Makyavelizm ile Kişisel Açılım ve Geri Bildirimin Etkileri (Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Zabihi, M., Mahmoudi, G. & Abedi, G. (2018). Comparison of Relationship Between Quality of Public Life and Quality Dedicated Working Life in The Presence of The Mediator Role of Work Conflict: A Multi-Group Analysis, *Iranian Journal of Health Sciences*, 6(2): 41-52.
- Wasti, S.A., Erdaş, K.D. & Dural, U. (2013). Örgüte Güvensizlik: Kültürlerarası Nitel Bir Çalışma, *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 40: 525-552.