



**NARSİSTİK HAYRANLIK VE REKABET ÖRGÜTSEL
ÖZDEŞLEŞMEYİ ETKİLER Mİ: ÖRNEK BİR
UYGULAMA**

Mete ŞİRİNKAN

**Yüksek Lisans Tezi
İşletme Ana Bilim Dalı
Doç. Dr. Cem KAHYA
2021
(Her Hakkı Saklıdır)**

T.C.
BAYBURT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI

**NARSİSTİK HAYRANLIK VE REKABET ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMEYİ ETKİLER Mİ:
ÖRNEK BİR UYGULAMA**

(Do Narsistic Admiration and Rivalry Affect Behavior Organizational Identification: (A case study))

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mete ŞİRİNKAN

Danışman: Doç. Dr. Cem KAHYA

Bayburt
Ağustos, 2021

ETİK VE BİLDİRİM SAYFASI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “NARSİSTİK HAYRANLIK VE REKABET ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMEYİ ETKİLER Mİ: ÖRNEK BİR UYGULAMA” başlıklı çalışmanın tarafımdan bilimsel etik ilkelere uyularak yazıldığını ve yararlandığım eserleri kaynakçada gösterdiğimi beyan ederim.

18 / 08 / 2021

Mete ŞİRİNKAN

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans tez çalışmamın her aşamasında bilgi ve tecrübesiyle bana destek olan, değerli düşüncelerini paylaşan, rehberlik eden ve yardımını benden esirgemeyen çok değerli hocam ve sayın danışmanım Doç. Dr. Cem KAHYA'ya teşekkür eder saygı ve sevgilerimi sunarım.

Araştırmanın uygulama aşamasında bana oldukça destek olan Erzurum İli içerisindeki spor işletmeleri yöneticilerine ve çalışanlarına değerli katkılarından dolayı teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak hem akademik bilgi birikimiyle, hem de her şartta desteğini gördüğüm babam sayın Doç. Dr. Ahmet ŞİRİNKAN'a ve dualarını benden hiç esirgemeyen başta annem Seher ŞİRİNKAN olmak üzere, kardeşim Cem ŞİRİNKAN'a, ablam Öykü YILMAZ'a, bir enişteden ziyade abim olan Kemal YILMAZ'a, sevgisini ve desteğini her daim hayatımda var eden Eda Nur ÖZER'E ve çalışmam boyunca her daim yanımda olan ve beni sürekli destekleyen değerli dostlarıma sonsuz saygı ve sevgilerimi sunarım.

ÖZ
YÜKSEK LİSANS TEZİ
NARSİSTİK HAYRANLIK VE REKABET ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMEYİ ETKİLER
Mİ: ÖRNEK BİR UYGULAMA

Mete ŞİRİNKAN

Ağustos 2021, 72 sayfa

Bu çalışmanın amacı, işletmelerde görev yapmakta olan bireylerin literatürde bir kişilik bozukluğu olarak geçen narsistik hayranlık ve rekabet düzeylerini saptamak ve mevcut bozukluğun örgütsel faaliyet içinde yer alan işletmelerle olan örgütsel özdeşleşmeleri üzerindeki etkisini ortaya koymaktır.

İşletme yönetimindeki verimliliği artırmak ve çalışanların işletme faaliyetlerinde kendilerine biçilen rollere kolay adapte olması açısından kendi içsel durumlarından sıyrılıp “görev insanı” şiarıyla sorumluluk bilincini geliştiren işletmeye tam kapasiteli özdeş bireyler meydana getirmek çalışmanın asıl amacını oluşturmaktadır.

Çalışmanın ilk kısmında giriş kısmıyla beraber araştırmanın konusu ve problemi, araştırmanın amacı, önemi ve gerekçesi, araştırmanın sınırlılıkları, araştırma varsayımları ve terim tanımları yer almaktadır. Çalışmanın devamında, ikinci bölüm olarak kuramsal çerçeve ve alan yazın derlemesi, üçüncü bölüm olarak ise yöntem kısmı yer almaktadır.

Bağımlı ve bağımsız değişkenler ile beraber ayrı ayrı iki değişkene ait olan boyutlarında yer aldığı bir araştırma modeli oluşturulmuştur. Modele ilişkin, çalışma için önem arz eden nitelikte anlamlılık ifade eden hipotezler geliştirilmiştir. Çalışma, geçerlilik ve güvenilirlik unsuruna uygun şekilde online ortamda yapılması planlanan anket uygulamaları ile desteklenmektedir.

Bu çalışmayı mevcut literatürdeki diğer çalışmalardan ayıran en önemli unsur, işletmelerin yönetim omurgalarındaki en önemli sorunlardan biri olan çalışanların örgütsel olarak özdeşleşme problemlerine çözüm arayışı sunması ve çalışmanın 2 ana değişkeninin daha önce hiçbir çalışmada beraber incelenmemiş olmasıdır. Ayrıca evrensel olarak kullanılan ve Türkiye’deki çalışmalara da uyarlanmış olan geçerli ve güvenilir ölçekleri barındırması açısından önemli bir çalışmadır.

Anahtar Kelimeler: Narsistik Hayranlık, Narsistik Rekabet, Örgütsel Özdeşleşme.

ABSTRACT

MASTER THESIS

DO NARSISTIC ADMIRATION AND RIVALRY AFFECT BEHAVIOR ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION: A CASE STUDY

Mete ŞİRİNKAN

August 2021, 72 Page

The purpose of this study is to determine the levels of narcissistic admiration and rivalry, which are mentioned as a personality disorder in the literature, of individuals working in businesses and to reveal the effect of the current disorder on their organizational identification with businesses involved in organizational activity.

The main purpose of the study is to create identical individuals with full capacity to the business who develop a sense of responsibility with the motto of “duty people” by getting rid of their internal situations in order to increase efficiency in business management and adapt easily to the roles assigned to them in business activities.

In the first part of the study, together with the introduction part, the subject and problem of the research, the purpose, importance and reason of the research, limitations of the research, research assumptions and term definitions are included. In the continuation of the study, there is the theoretical framework and literature review as the second part, and the method part as the third part.

A research model was created in which the dimensions of the dependent and independent variables, as well as the dimensions of the two variables, were separately. Hypotheses about the model, which are significant for the study, have been developed. The study is supported by survey applications that are planned to be conducted online in accordance with the validity and reliability factor.

The most important factor that distinguishes this study from other studies in the current literature is that one of the most important problems in the management backbones of enterprises, employees' organizational identification problems, and the two main variables of the study have not been studied together in any study before. Also universally used and in Turkey is an important work in terms of hosting that are tailored to the reliable and valid scale operation.

Keywords: Narcissistic Admiration and Rivalry, Organizational Identification

İÇİNDEKİLER

ETİK VE BİLDİRİM SAYFASI	I
TEŞEKKÜR	II
ÖZ	III
ABSTRACT	IV
İÇİNDEKİLER.....	V
TABLolar DİZİNİ	VIII
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	IX
GİRİŞ	1
Araştırmanın Konusu ve Problemi.....	1
Araştırmanın Amacı.....	1
Araştırmanın Önemi ve Gerekçesi.....	2
Araştırmanın Sınırlılıkları	3
Varsayımlar	3
Terim ve Tanımları	4
BİRİNCİ BÖLÜM.....	4
KURAMSAL ÇERÇEVE	4
NARSİSTİK HAYRANLIK VE REKABET.....	4
1.1. Motivasyonel Dinamik:	9
1.2. Davranış Dinamikleri ve Sosyal Etkileşim Sonuçları:	9
1.3. Patolojik Narsisizm.....	10
1.4. Narsistik Hayranlık ve Rekabetin Açıklayıcı Terimleri	14
1.4.1. Büyükleme:	14
1.4.2. Benzersizlik:	14

1.4.3. Cazibe:	14
1.4.4. Saldırganlık:	14
1.4.5. Üstünlük:	14
1.4.6. Değersizleştirme:	14
ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME	15
2.1. Sosyal Kimlik Teorisi ve Örgütsel Özdeşleşme Karşılaştırması	17
2.2. Örgütsel Özdeşleşmenin Boyutları	20
2.2.1. Grupla Özdeşleşme (Grup İçinde Algılanan Örgüt Prestiji)	20
2.2.2. Örgütsel Özdeşleşme	22
2.2.2.1. Örgütsel Özdeşleşmenin Alt Boyutları	28
2.2.2.1.1. Örgüt ile Bilişsel Özdeşleşme	28
2.2.2.1.1.2. Örgüt ile Davranışsal Özdeşleşme	29
2.2.2.1.1.3. Örgüt ile Duygusal Özdeşleşme	29
2.2.2.1.1.3.4. Örgütsel Özdeşleşmenin Sonuçları	29
Alan Yazın Derlemesi	30
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	31
SPOR İŞLETMESİ ÇALIŞANLARI ÜZERİNDE ÖRNEK BİR UYGULAMA	31
3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI, EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ	31
3.1.1. Araştırmanın Amacı:	31
3.1.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi:	31
3.2. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLERİNİN GELİŞTİRİLMESİ	31
3.3. ARAŞTIRMANIN ÖN KABULLERİ VE SINIRLILIKLARI	33
3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	33
3.4.1. Veri Toplama Araçları:	34
3.4.1.1. Narsistik Hayranlık ve Rekabet Ölçeği (Narsistik Kişilik Envanteri):	34
3.4.1.2. Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği:	34
3.4.2. Anket Formunun Niteliği	34
3.5. BULGULAR	35
3.5.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	35
3.5.2. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliğine İlişkin Bulgular	37
3.5.2.1. Narsistik Hayranlık ve Rekabet Ölçeğinin Geçerliliği ve Güvenilirliği	37
3.5.2.2. Örgütsel Özdeşleşme Ölçeğinin Geçerliliği ve Güvenilirliği	39
3.5.2.3. Demografik Değişkenler Açısından Araştırmanın Değişkenlerine İlişkin Bulgular	44
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	47
SONUÇ VE ÖNERİLER	47



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. <i>Heinz Kohut'un Narsistik Kişilik Bozukluğu, Psikozlar ve Sınırdaki Durumlarla Normallik Değerlendirmesi (Akt. Alanka Ö., Ezik A., 2016)</i>	13
Tablo 2. <i>Özdeşleşme ile İlgili Tasarlanan Tanımlar</i>	18
Tablo 3. <i>Özdeşleşme Profilleri</i>	19
Tablo 3.1. <i>Araştırmaya Katılanların Demografik Dağılımları</i>	35
Tablo 3.2. <i>Narsistik Hayranlık ve Rekabet Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi</i>	38
Tablo 3.3. <i>Örgütsel Özdeşleşme Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi</i>	40
Tablo 3.4. <i>Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular</i>	41
Tablo 3.5. <i>Çoklu Regresyon Analizine İlişkin Bulgular</i>	42
Tablo 3.6. <i>Kontrol Değişkenlerine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları</i>	43
Tablo 3.7. <i>Cinsiyet Değişkeni Açısından Örgütsel Özdeşleşme Algıları</i>	45
Tablo 3.8. <i>Medeni Durum Açısından Örgütsel Özdeşleşme Algıları</i>	45
Tablo 3.9. <i>Eğitim Durumu Değişkeni Açısından Örgütsel Özdeşleşme Algıları</i>	46

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Narsistik Hayranlık ve Rekabet Kavramı (Back ve diğerleri, 2013, s.115).	8
Şekil 2. Patolojik Narsisizmin Hiyerarşik Yapısı (Pincus ve Lukowitsky, 2010).	11
Şekil 3. Grup İçi Özdeşleşmeyi Etkileyen Unsurlar (March ve Simon, 1975).....	21
Şekil 4. Bireysel Ölçüde Özdeşleşme Süreci (Sammorra ve Biggiero 2001).....	23
Şekil 5. Reade'nin Temel Özdeşleşme Modeli (Carol R., 2001).....	25
Şekil 6. Scott, Corman ve Cheney'in Örgütsel Özdeşleşme Modeli (Scott C.R, Corman S.R. ve Cheney G., 1998).....	27
Şekil 7. Genişletilmiş Örgütsel Özdeşleşme Modeli (Kreiner G.E, Ashforth B.E, 2004).....	28



GİRİŞ

Araştırmanın Konusu ve Problemi

Belirli bir amaç doğrultusunda biraraya gelen insan topluluklarının içinde bulunduğu örgütsel faaliyetleri yerine getiren örgütler somut veya soyut kazanımlara sahip olabilmek için birbirleriyle kıyasıya bir yarış haline girerler. Söz konusu mevcut örgütler, kısa zaman dilimini verimli kullanarak tam kapasiteli çalışan bireyleri faaliyetlerinin yapı taşı olarak görmektedirler. Mevcut bireylerin istihdam edildiği örgütler, örgüt işleyişinin aksaklıktan uzak, sürdürülebilir şekilde devam edebilmesi için örgüt lehine faaliyet gösteren bireyleri temel unsur olarak ele almaktadırlar (Kanten P., 2014).

Örgütün yararına faaliyet gösterebilecek bireyler meydana getirmek için, örgütte faaliyet gösterecek olan bireyin ruhsal açıdan da hazır olması gerekmektedir. Bundan dolayı kişisel hırslardan sıyrılmış, örgüt faaliyetlerini geliştirme azmi içinde bulunan bireylere ihtiyaç duyulmaktadır. Mevcut ihtiyacın karşılanması amacıyla bireylerin ruhsal alanlarında var olan veya daha sonradan oluşabilecek narsistik hisleri ve beraberinde gelen rekabet davranışlarını bir kenara bırakmaları gerekmektedir.

Çalışmanın genel problemi, narsistik hayranlık ve rekabet kavramının sahip olduğu boyutlar olarak karşımıza çıkan, liderlik/otorite, teşhircilik, hak talep etme, sömürücülük, kendine hayranlık duyma, büyülenme ve kendine yeterlilik boyutlarının örgütsel özdeşleşme kavramı üzerindeki istatistiksel etkisi olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, işletmelerde görev yapmakta olan bireylerin literatürde bir kişilik bozukluğu olarak geçen narsistik hayranlık ve rekabet düzeylerini saptamak ve mevcut bozukluğun örgütsel faaliyet içinde yer alan işletmelerle olan örgütsel özdeşleşmeleri üzerindeki etkisini ortaya koymaktır.

Yapılan mevcut çalışmada narsistik hayranlık ve rekabet olgusunun içerdiği 4 ana boyut ile birlikte toplam 7 boyutunun, örgütsel özdeşleşme üzerindeki istatistiksel olarak anlamlı etkisinin ölçülmesi amaçlanmaktadır. Bu araştırma sonucunda, literatürdeki geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış olan temel kaynaklar taranarak, narsistik hayranlık ve rekabet duygusunun örgütsel yönetimde yer alan, örgütsel faaliyet içindeki, örgütsel özdeşleşme unsuruna hangi ölçüde etkide bulunduğu, literatüre özgün bir biçimde katkı sağlayacak şekilde ifade edilmesi planlanmaktadır.

İşletme yönetimindeki verimliliği artırmak ve çalışanların işletme faaliyetlerinde kendilerine biçilen rollere kolay adapte olması açısından kendi içsel durumlarından sıyrılıp “görev insanı” algısıyla sorumluluk bilincini geliştiren işletmeye tam kapasiteli özdeş bireyler meydana getirmek çalışmanın asıl amacını oluşturmaktadır.

Araştırmanın Önemi ve Gerekçesi

Narsistik hayranlık ve rekabet duygusu kişinin ruh dünyasını önemli ölçüde etkileyen ve yönlendiren psikolojik bir etmendir. Literatürde narsistik hayranlık ve rekabet kavramı, bireyler arası etkileşimin bir göstergesi olarak samimi ilişki doygunluğunu ve olumlu etkileşimi cezbeden temel bir etmen olarak (Wurst ve diğerleri, 2017) birçok farklı boyutuyla ele alınmış, ayrıntılı, ve kompleks tanımıyla bütünleşir şekilde göz alıcı bir kavram haline gelmiştir (Demirci İ., Ekşi F., 2017).

Yakın zaman önce narsistik hayranlık ve rekabet kavramı çoğunlukla tek bir boyutta ele alınmış ve bu boyutların değerlendirilmesiyle biçimselleştirilmiştir (H. Manley*, S. Jarukasemthawee, K. Pisitsungkagarn, 2019). Fakat günümüzde değişen yaşam koşullarıyla birlikte kişinin kendisini olması gerekenden daha fazla sevmesi, toplumun dikkatini çekmeye yönelik davranışlar sergilemeye başlaması, ardından getirdiği fazla dışa dönüklük ve aşırı özgüven duygusunun oluşması, narsistik hayranlık ve rekabet kavramının çeşitli boyutlarıyla incelenmesini gerekli kılmıştır.

Narsistik duyguların kişinin ruhsal alanında yerleşmeye başlaması ve kişiyi söz gelimi teslim alacak seviyeye ulaşması kişinin belirli amaçlar doğrultusunda bağlı olduğu örgütle bütünleşmesini, örgüt faaliyetlerini yerine getirdikçe örgütüyle özdeşleşmesini ve örgütüyle karşılıklı empati kurabilme yetisini önemli ölçüde olumsuz etkilemektedir.

Ruhsal alanı içeriğine ve uygulama alanına dahil eden örgütsel özdeşleşme olgusu çalışan bireyin kendi ruhsal özelliklerini ve yaşantısını da oldukça önemli ölçüde etkilemektedir. Bu sebepten dolayı bireyin narsistik düşünceleri ve beraberinde getirdiği

düşünce dünyasının oluşturduğu bireyin kendisini hayranlık uyandıracak seviyede sevmeye davranışı örgütsel özdeşleşme kavramına zarar vermektedir.

İnsan doğasında yer edinen narsistik unsurlar içten içe hayranlık uyandırır. Bu hayranlığı dizginleme noktasında başarılı olmak, yapılacak bütün faaliyetlerin başarılı olacağı anlamına gelmektedir. Bireyin kendi olumsuz davranışı olarak görülen narsistik ve hayranlık duygusundan uzaklaşması, dünyayı mensubu olduğu örgütün gözüyle görmeye başlaması ve ufkunda örgüt amaçları için açılmış bir yol haritası belirlemesi yapılan bu çalışmayı destekler niteliktedir. Beraberinde mevcut çalışma, narsistik hayranlık ve rekabet kavramı ile örgütsel özdeşleşme kavramının daha önceki çalışmalar incelendiğinde beraber incelenmiş olmaması ve kavramların boyutlarını içeren ölçeklerin literatürde geçerliliği ve güvenilirliği olan ölçekler olması ve bu ölçeklerin hem evrensel hem de Türkiye'deki çalışmalarda kullanılması açısından oldukça önem içerdiğini sağlam temellere dayandır. Bundan dolayı yapılan bu çalışma literatüre yapacağı katkılardan dolayı oldukça önem arz etmektedir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Yapılan çalışmada izlenilen yol, belirli sınırlılıklarla çerçevelendirilmiştir. Çalışma kapsamına sadece Erzurum İli içerisinde bulunan spor alanındaki işletmeler ve spor alanında özel eğitim faaliyeti yürütmekte olan kurumlar dahil edilmiştir. Anket çalışması, 2020 yılında bilindiği üzere pandemi dolayısıyla online bir şekilde gerçekleştirilmiştir. Anket, çalışmaya dair ifadeler ile birlikte örneklemin demografik öğelerini de içermektedir.

Varsayımlar

Kategorize edilen ve belirli varsayımları içeren mevcut çalışmada kullanılan anket ifadeleri geçerliliği ve güvenilirliği kabul edilmiş olan narsistik hayranlık ve rekabetin örgütsel özdeşleşme üzerindeki etkisini anlamlılık derecesinde ölçmede yeterlilik arz etmektedir. Online şekilde örnekleme uygulanan anket ifadelerinin kişilerin gerçek düşünceleri doğrultusunda saydam bir şekilde cevaplandığı düşünülmektedir. Anketin uygulandığı evren ve örneklemin çalışmada geçerli ve güvenilir bir biçimde yer aldığı düşünülmektedir.

Terim ve Tanımları

Liderlik/otorite, teşhircilik, hak talep etme, sömürücülük, kendine hayranlık duyma, büyüklenme ve kendine yeterlilik boyutları ile ayrıntılı şekilde açıklanan, literatürde bir kişilik bozukluğu olarak karşımıza çıkan narsistik hayranlık ve rekabet duygusu çalışmanın bağımsız değişkenini oluşturmakta ve çalışma bölümlerinde oldukça fazla yer almaktadır. Çalışmada fazla bir şekilde yer verilen bir diğer kavram ise, ana boyutları grup içi özdeşleşme ve örgütsel özdeşleşme olan, beraberinde 3 alt boyuttan olmak üzere, bilişsel, davranışsal ve duygusal özdeşleşme kavramlarını içeren örgütsel özdeşleşme kavramıdır. Örgütsel özdeşleşme, işgören bireylerin örgüt amaçlarını kendi amaçları olarak görmesi ve iş faaliyetini yürüttüğü her alanda örgütünün penceresinden bakarak, izlemesi gereken yol haritasını örgütüyle bütünleşik bir şekilde çizmesi şeklinde literatürde yer almaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE

NARSİSTİK HAYRANLIK VE REKABET

Narsisizm (Narcissism) efsanesi mitolojik bir olgudur ve iki bin yıl öncesine kadar uzanmaktadır. Irmak Tanrısı Kephissos'un genç ve güzel oğlu (Narcissus) kendisine, aşık olan, dağ Nymphe'lerinden Ekhoyu (yankı) hor gördüğü, aşkına karşılık vermediği için cezalandırıldı: Bir pınara eğilmişti, suda kendi yüzünü gördü, kendi hayaline vuruldu, dindirilmez bir özlem içinde oracıkta eridi, yerinde bir nergis açtı. Narcissus ne bu dünyadaki yaşamı ile bütünleşmişti ne de kendi aşkına kavuşmuştu. Bu kendi görüntüsüne karşı duyduğu sonsuz aşk, aslında kendisinden başka kimseyi fark etmemesidir. Sudaki kendi görüntüsüne ulaşmak arzusu ölümüne veya intiharına neden olmuştur. Bu kendi kendini tanıma ile ilgili öykü MÖ 8. Yüzyılda olmuştur. Aşağıdaki kısa satırlar narcissus temasını çok güzel bir biçimde ifade etmektedir:

“ Kendime olan aşk ile yanıyorum: Aşk ateşini yakan benim, aşk ateşi ile yanan yine benim ve her ikisinden de çok acı çekiyorum. Ne yapabilirim acaba ? Aşık mı olmalıyım veya aşık mı olmalı ? Neden aşk ? Ne arzu ettiğime sahibim; içimdeki

aşırı zenginlik bana yakarıyor (Ovid, Metamorphoses). ” (ERTEKİN Y., YURTSEVER G., 2001).

Yunan mitolojisinde, dönemin mevcut ulaşılabilir kayıtlarına bakıldığında narsisizm kavramının kökeninden psikanalitik yasalara (Freud, 1914/1990; Kernberg, 1980; Kohut, 1977) modern klinikteki kavramsallaştırma çalışmalarına ulaşılmaktadır.

Narsisizm, akademik olarak düşünüldüğünde oldukça ilginç bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Narsistlerin etkileşim içinde bulundukları sosyal alanlara tabi olan bireylerden karmaşık biçimlerde etkilenme eğilimi göstermeleri gibi, araştırma yapmakta olan bilim insanları gibi narsisizmin özelliklerini ve dinamiklerini çözümleme çabasında olurken çoğu kez ilgi çekici ve esrarengiz bir şekilde şaşırma hallerini gizleyemezler (Back, M. D., Küfner, A. C., Dufner, M., Gerlach, T. M., Rauthmann, J. F., & Denissen, J. J. (2013).

Narsisizm, şaibeli unsurlar ve sonuçlarla ilişkili olarak: Narsist kişilerin cazibesi ve mevcut kişilerin benliğine, kendileriyle etkileşim halinde oldukları dış çevredeki kişileri dahi fazlasıyla etkileyen bir enerji sağlayabilir, fakat gerçekleştirdikleri saldırgan tutumları ve doğuştan gelmekte olan empati yapabilme yetkinliğinin eksik olması durumu mesleki ve yaşamsal açıdan ilerleme sağlamalarını önemli ölçüde olumsuz etkilemekte ve pek çok kişiyi narsist özellik taşıyan kişinin kendisinden hızlı bir şekilde uzaklaştırmaktadır.

Narsisizm kavramını oldukça net bir şekilde anlamlandırabilecek iki kavram olarak karşımıza çıkan varlık ve hiçlik kavramları narsisizmi, literatüre katkı yapılması ve doğru anlaşılması açısından oldukça açıklayıcı şekilde simgelemektedir. (Ozan ve ark., 2008).

Bu iki kavramdan birincisi olan varlık, narsistik kişilik oluşumunun ilk aşamasında kendisini gösteren ve varsayılan nitelikleri ile narsistik olarak büyülenme tutumları gösteren tarafıdır. Bu yönüyle bireyin etkileşim içinde bulunduğu yakın çevresinde istekleri yerine getirmek amacıyla açığa çıkarmak durumunda olduğu yalancı kişiliği su yüzüne çıkmaktadır. Bahsedilen ikinci kavram ilk bakıldığında hemen hemen hiç gözükmeyen, sönük bırakılmış ve görmezden gelinmiş tarafı ile alıngan ve önemsiz sahi kendiliğidir (Akhtar, 1989).

Yaşanılan halihazırda toplum yapısında sosyal hayatta ve iş hayatında kendisini oldukça fazla seven, övünen, kendisinin eşsiz olduğunu hisseden ve etrafındaki diğer bireyleri önemsemeyen narsistik kişilik özelliğini iç dünyasında ve dış dünyasında aynı

anda barındıran bireylerin sayısının günden güne fazlaştığı gözlemlenmektedir. Narsistik kişilik özelliği çocukluk yıllarından süregelen bir kişilik bozukluğu olmanın yanında kültürel ve sosyal etkileşimler ve beraberinde gerçekleşen değişimler nedeniyle yaşadığımız aktif yılın bir problemi olarak karşımıza çıkmaktadır (MacDonald, 2014).

Mevcut problem, narsistik kişilerin örgüt faaliyetlerinde gerçekleşen işe alımlarında da kendini göstermektedir. Narsistik kişilik özelliğine sahip çalışan bireyler örgütsel departmanlarda genç veya iş deneyimine sahip olan bireyler olarak görev almakta; bir kısmı narsist yönelimlerini çok daha fazla dışa vururken, diğer kısımda kalan bireyler ise narsistik kişiliğini geri planda tutarak saklama eğilimi içinde bulunmaktadır (KANTEN P., 2014).

İşlevsel bir örgüt denetimi ve şekillendirilmesi yapılmadan oluşturulan işgören kadrosu, gerek kişilik özellikleri gerekse bireysel yetkinlik açısından öngörülemez durumlarla yöneticiyi baş başa bırakabilmektedir. Şirketin, işletmenin veya herhangi bir konuda faaliyet yürütmekte olan bir örgütün alt yapısını donanımlı ve kendiyle barışık çalışan bireylerden oluşturamaması, örgütün faaliyet süresini kısaltıcı bir etkiye maruz bırakmaktadır.

Her ne kadar işgören bireyler açısından kendi problemlerini, yapılması büyük önem arz eden örgüt işlerinden ayrı tutup, olabildiğince profesyonel düşünce ile bütün kişilik özelliklerinden sıyrılıp, sadece işi ve grup arkadaşları ile iletişimde bulunarak örgüt faaliyetlerini eksiksiz ve özenli bir şekilde yürütmekte olan işgören birey, hem örgüt içinde, hem grup içinde başarılı bir birey olarak aktif rol oynayacak ve beraberinde istihdam edildiği örgütün başarısıyla yaptığı işi ve örgütteki mevcut varlığını sağlam temellere oturtacaktır.

Freud, psikanalitik literatüre yaptığı katkılarla narsisizm olgusunu **“Cinsellik Teorisi Üzerine Üç Makale”** adlı makalesi ile daha önce bir örneğine rastlanılmamış şekilde dipnot olarak kullanmış, 1914’te ise **“Narsisizm Üzerine Bir Giriş”** adlı makalesi narsisizm ile ilgili ilk kabul edilebilecek oldukça önemli bir çalışma olarak kabul görmüştür. Narsisizm psikanalizmdeki mevcut çalışmayla temellendirilmekle beraber, Freud’un narsisizm olgusunu bir konum biçiminde incelediği; fakat Jung ve birçok araştırmacı bilim insanının narsisizmi halihazırda sürmekte olan bir kavram olarak inceledikleri irdelenmektedir (Rapier, 2005).

Narsist duygular taşımakta olan bireylerin kendilerini özel hissetmeleri, diğer bireylere baskınlıklarını gösterebilme ve o bireylerin hayranlıklarını elde edebilme

yetilerine bağılı olmaktadır. Sevgi görmek ve dikkate alınmakla başka bireylere oranla oldukça az ilgi duymaktadırlar. Bundan dolayı narsist bireyler, ego duygularının performans kötülüğü sebebiyle çökmesini engellemek amacıyla, çok daha ısrarcı davranış sergileyerek başarısızlıklarının normalde raslantı olduğunu ispatlamaya çalışmaktadırlar (Wallace ve Baumegster, 2002). Empati duyma yetisinden mahrum olmaları, diğerlerini, ilerleme sağlamak amacıyla kullanmaları ile uyuşmaktadır. Narsist bireyler, kendilerini başkalarından ayrı bir kategoride biçimlendirdiklerinden dolayı bireysel etki ortamında dominantlardır.

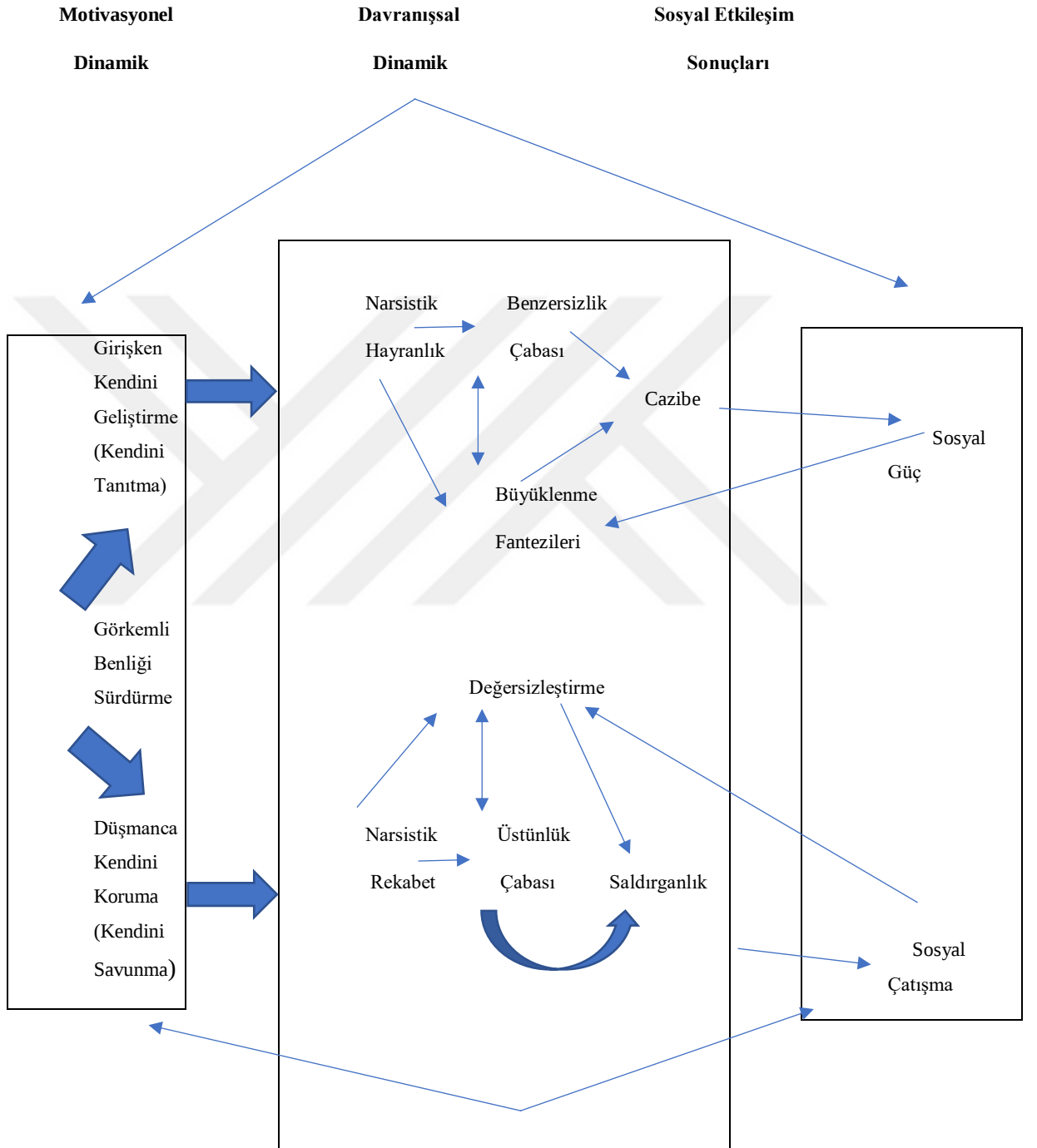
Rhodewalt ve arkadaşları (2006) narsisizm olgusunun kişinin kendisini baltalamaya yönelik davranışına etkisini araştırdıkları çalışmada anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Narsist bireyler istek duydukları bireyselliği meydana getirmek ve gözle görülebilir şekle dönüştürmek amacıyla kendilik düzenleyici yöntemler kullanmaktadırlar. Bundan dolayı onurlarını yükselten dönütlere sahip olmakta ve kişisel yeterliliklerini yüksek seviyeye çıkartmaktadırlar. Beraberinde narsist bireylerin bazen kendilerini baltalamaya yönelik davranış sergilemeleri kaçınılmaz olmaktadır. Mevcut davranışlara istek duyan fakat hassas kendilik simgelerinin korunmasına müsaade etmektedirler.

Narsist bireyler asıl kazanımlarıyla ilişkili olmayan kendilik simgelerini oluşturmak ve etkinleştirmek amacıyla toplumsal geri dönütleri olduğundan farklı yönlendirmekte ve saptırmaktadırlar. Narsist kişilerin kudretli olmak, şöhret olmak, başkalarının gözünden fark edilmek, beğeni duyulmak gibi hususlarda pek fazla düşünceleri etkileşim içinde olan ilişki ortamından ayrı bir şekilde onları kudretli ve başarılı yapacak unsurlar amacıyla olduğundan daha çok çaba göstermelerine sebep olmaktadır (Curun, 2013).

Freud, narsisizm olgusunu olağan bir ilerleme kategorisi, kişilik öz saygınlığının olağan bir tarafı, bireyler arası etkileşimlerde dikkatle eş belirlemede bireyin kendisi gibi olan biçimleri değerlendirmesi ve bireyler arası etkileşimlerde mahrum olma gibi pek çok ayrı biçimde kullanmıştır. (Levy ve diğerleri, 2011). Narsisizm kavramı çok boyutlu özellikleriyle ilintili olarak zıtlaşan durumlar ve sonuçlarla ilişkili gözükmemektedir. Narsist bireylerin cazibesi ve özgüveni onlara diğerlerini hayran bırakan mükemmel bir enerji verebilirken saldırgan tutumları ve empati yoksunluğu bu bireyleri diğer bireylerden oldukça uzaklaştırmaktadır (Back ve arkadaşları, 2013).

Narsisizm kavramının genelde patolojik gerçekleşmediğini, olağan narsisizm veya patolojik gerçekleşmeyen narsisizm biçimlerinin öz saygınlıkla bağlantılı olabileceği

açıklanmaktadır (Miller ve Campbell, 2011). Narsisizm kavramı ve öz saygınlık ile bağlantı kurulan araştırmalarda narsisizm kavramı ve öz saygınlık ekseriyetle pozitif ilişkili bulunmaktadır (Bosson ve diğerleri, 2008; Bosson ve Weaver, 2011; Sedikides, Rudich, Gregg, Kumashiro ve Rusbult, 2004).



Şekil 1. Narsistik Hayranlık ve Rekabet Kavramı (Back ve diğerleri, 2013, s.115).

Bir kısım bilim insanı, narsisizm kavramını tek boyuta sahip bir olgu şeklinde incelerken geriye kalan bilim insanları narsisizm kavramının iki boyutu olduğunu ileri sürerek, iki boyut arasında karşılaştırmalar ve farklar ortaya koymaktadır. (Miller, Gentile ve Campbell, 2013, Sherman ve arkadaşları, 2015, Wink, 1991).

Mevcut 2 ölçütlü fikirlerin en bilinen olanları, büyüklenmeci (açık) ve kırılgan (örtük) narsisizm kavramları arasında olan farklılıkları barındırmaktadır (Bosson ve Weaver, 2011).

1.1. Motivasyonel Dinamik:

Bireyin kendisini geliştirmesi ve dış etkenlerden gelebilecek davranış şekillerine göre bireyin kendisini koruması, kişilik özelliklerinin ve sosyal psikolojinin oldukça önemli ve yapıtaşı niteliğinde olabilecek temel yasalarıdır. Bireyler, kendilerine ait olan düşüncelerin olumlu yanlarını artırmak (bireyin kendisine katkı sağlayan ilerlemeye yönelik davranışları) ve kendilerini kötü kişisel düşüncelere karşı müdafaa etmek için motive edilmektedir (kendini savunma; Alicke Sedikides, 2009, 2011 ; Higgins, 1998).

Motivasyonel uygulamalar ile algılanan mevcut 2 amaç, olumlu yönde bir kişilik yaratma çabasına ve yaratılan kişiliğin sürdürülebilir olmasına hizmet etmektedir. Narsistik özellikleri taşımakta olan bireyler için mevcut kapsamlı amaç misyonu bakımından farklılık göstermektedir. Bu bireyler için genel amaç; bir tek orta düzeyde sağlanabilir pozitif kişilikten ziyade hayranlık uyandıracak nitelikte kendini gösteren özel bir kişilik meydana getirmektir (Horvath Morf, 2010; Morf Rhodewalt, 2001; Sedikides ve diğerleri, 2002).

1.2. Davranış Dinamikleri ve Sosyal Etkileşim Sonuçları:

Bireyin kendisini geliştirme tezini sunması, narsistik hayranlık adı altında bahsettiğimiz bir takım sıragelen davranışsal dinamiği eyleme dönüştürdüğü düşünülmektedir. Davranışsal dinamik boyutu, birbiriyle bağdaşmakta olan üç narsistik alandan oluşur: benzersizlik için çabalama (duygusal-motivasyon), görkemli fanteziler (bilişsel) ve çekicilik (davranışsal).

Narsistik bireyin kendisini etkin duruma getirme davranışı, kişinin benzersizliği ve özündeki yüceliği ile ilgili düşüncelerinin faydacı arayışı ile sonuçlanmaktadır. Mevcut 2 bireysel mekanizmada özgüvenli bireylerin, baskın ve dış çevreye karşı gözlemlenen açıklayıcı davranışlarını (çekicilik) harekete geçirir ve beraberinde sosyal statü, başarı,

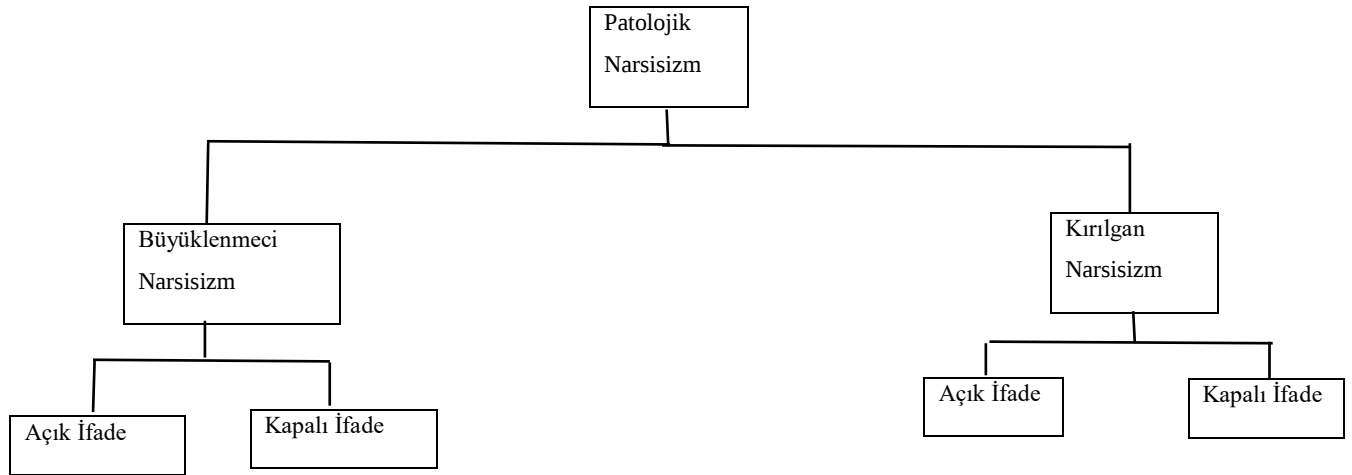
övgü, lider olarak seçilme, sosyal kaynakları çıkarma, çekicilik ve çağrışım gibi oldukça istenen sosyal olgularla sonuç verebilmektedir. Sosyal ilgi (sosyal güç), Elde edilen olumlu sonuçların anlaşılması ve bu olgunun bireyin zihnine yerleşmesi durumu, asıl ihtişamlı kişiliği pekiştirmekte ve beraberinde hem benzersiz olma çabasını hem de büyüleyici davranışlara katılımı güçlendirmektedir (Back ve diğerleri, 2013, s.1016).

1.3. Patolojik Narsisizm

Patolojik narsisizm kavramı, **“bireyin ruhsal kimliğini tehlikeye sokan etkilere uzak tutmaya uyarlanmış bir özvarlık koordinesi”** biçiminde tanımlanmaktadır (S. Rozenblatt, a.g.t., s. 53). Tüm bireyler belli seviyelerde kendi benliklerine hayranlık duymaktadırlar ve bu konuda başka insanların kendilerine benzer davranış uygulamalarını istemektedirler. Fakat patolojik narsisizm kavramında kişiliğe karşı özen duygusu ve özverili davranış biçimi ruhsal nitelikte bir tedavi ihtiyacını doğuracak kadar büyüktür. Mevcut benliklerin kendini gösteren nitelikleri aslında benliklerinden hoşlanmamaları ve küçümsemeleridir (Evren C., 1997).

Patolojik narsisizmin gelişme vizyonunda, teorik biçimde narsisizm kavramının gizli yüzü şeklinde ifade edilen ve önemli ölçüde yer edinen bir diğer düşünce ise çalışmaların ve bu araştırmanın geçmiş aşamalarında bahsedildiği gibi Kernberg (1976) in çalışmaları ile literatüre kazandırılmıştır.

Kernberg (1976), narsisizm alanında benzer çalışmaları olan Kohut gibi, Freud ve Freud’ dan sonraki dönemlerde yer alan fikirleri temel alarak patolojik narsisizm kavramı hakkında psikodinamik bir düşünce yönü aracılığıyla konunun anlaşılmasına katkı sağlamıştır. Beraberinde, Kernberg’in (2011) bulgularının temelini psikanaliz ve psikanalitik psikoterapi yöntemiyle hastalarının tedavi edilmesi ve bire bir psikanaliz ve psikanalitik psikoterapisi çerçevesinden kişilerin uzun süreli takip edilmesinin meydana getirdiği **“Aşk İlişkileri, Normallik ve Patoloji”** isimli eserinde **“Narsistik Patolojinin Dinamikleri”** başlıklı kısmı bu kavramın net bir şekilde özümsemesinde oldukça hızlandırıcı bir rol oynamıştır (Taştan S., 2019).



Şekil 2. Patolojik Narsisizmin Hiyerarşik Yapısı (Pincus ve Lukowitsky, 2010).

Patolojik narsisizm kavramının çoklu ifadesi bireyin sadece dış çevredeki diğer kişilere gösterdiği üstünlük çabası değil, doğuştan kazanılan bir klinik durum olduğunu açıklamaktadır. Kişiler, belirli testler ve ölçümlerle bulundurdıkları kişilik bozukluğu unsurlarından uzaklaştırılarak, kendi benliklerine, kimliklerine döndürülmeye çalışılmaktadır.

Büyükleme ve kırılgan narsisizmden meydana gelen açık ve kapalı ifade durumu, bireylerde çalışma ortamında ve aile ortamında da kendisini göstermektedir. Kimi birey, narsistik davranışlarını aleni bir şekilde gerçekleştirirken, kimi birey mevcut davranışlarını karşısındaki kişiye benimsetmeye yönelik, örtük bir şekilde narsistik duygularını açığa çıkarmaktadır.

Akademik yazın alanındaki çalışmalar değerlendirildiğinde, büyükleme ve kırılgan narsisizmin birbiri ile çelişen nitelikleriyle ilgili verilere rastlanmaktadır. Örneğin, büyükleme- ci narsizm ile ilgili gradiyozite, teşhircilik, hak görme, küstahlık, haset, dikkat çekme arzusu, aşırı talepkarlık, diğerlerinin ihtiyaçlarını görmeme, kaygı düzeyinin düşük olması gibi özellikler tanımlanmaktadır (Akhtar ve Thomson, 1982; Wink, 1991).

Kırılgan narsisizmden bahsederken mevcut niteliklerle çelişir şekilde karşımıza çıkan fazlasıyla mütevazılık, tenkit edilmeye duyarlılık, fazlaca endişe, içine kapanıklık, sürekli stres ve baskıda hissetme, acı hissi (suffering) ve diğerleri ile etkileşim halinde bulunan samimi ilişki göze çarpan şekilde benliğiyle ilişkili büyükleme ümitler şeklinde nitelikler ifade edilmiştir (Akhtar ve Thomson, 1982; Wink, 1991).

İki narsisizm türünün açıklanmasında birtakım farklı yönler bulunmaktadır. Kohut'un (1971) tanımlamasıyla ilintili şekilde, kendiliğin reddedilen yanlarını etkili biçimde baskılayan büyüklenmeci narsistlerin tersine kırılğan narsistler, sadece büyüklenmeci kişiliği korumazlar, bundan dolayı hem yetersizlik hem de büyüklenmecilik yönlerinin bilincindedirler. McWilliams (1994) "kibirli ve büyüklenmeci narsistlerin her birinin bilinçli, utangaç yüzlü bir çocuğu sakladığını ve her depresif ve kendini eleştiren narsistin, o kişinin ne olması gerektiğine veya olabileceğine dair büyüklenmeci bir hayali gizlediği" iddiasının ortaya atmıştır. Masterson (1993) kırılğan narsisizmle uyumlu olabilecek 'örtük narsisizm' kavramını, büyüklenmeciliklerini her şeyi gerçekleştirebilme yetisini ellerinde bulundurduklarını düşündükleri birey aracılığıyla gideren ve o birey sayesinde yetersizlik/aşağılanma duygusunu saklayan bireyleri tanımlamak amacıyla kullanmıştır.

Bir kısım bilim insanı, narsisizm kavramını tek boyuta sahip bir olgu şeklinde incelerken geriye kalan bilim insanları narsisizm kavramının iki boyutu olduğunu ileri sürerek, iki boyut arasında karşılaştırmalar ve farklar ortaya koymaktadır. (Miller, Gentile ve Campbell, 2013, Sherman ve arkadaşları, 2015, Wink, 1991). Mevcut 2 ölçütlü fikirlerin en bilinir olanları, büyüklenmeci (açık) ve kırılğan (örtük) narsisizm kavramları arasında olan farklılıkları barındırmaktadır (Bosson ve Weaver, 2011).

Tablo 1. *Heinz Kohut'un Narsistik Kişilik Bozukluğu, Psikozlar ve Sınırdaki Durumlarla Normallik Değerlendirmesi (Akt. Alanka Ö., Ezik A., 2016).*

Büyüklenmeci kendilik alanında	Tüm güçlü nesne alanında
gelişme ve gerileme	gelişme ve gerileme
1.Olumlu kendilik saygısının Olgun biçimi, kendine güven	1. Başkalarına duyulan hayranlığın olgun biçimleri; heves duyma yetkisi
2.Tek benci ilgi çekme talepleri; büyüklenmeci kendilik aşaması	2. Güçlü nesneyle kaynaşma gereksinimi: idealleştirilmiş
3.Büyüklenmeci kendilik Çekirdeği (parçaları): hipokondriya.	ebeveyn imagosu aşaması. Narsistik Kişilik 3. İdealleştirilmiş tüm güçlü Bozuklukları Nesne çekirdeği (parçaları) bağılantısız mistik dinsel duygular; belirsiz huşu duyguları.
4.Büyüklenmeci kendiliğin sanrılı Yeniden kuruluşu: soğuk paranoid Büyüklenmecilik	Tüm güçlü nesnenin sanrılı Psikoz yeniden kuruluşu: güçlü zulmedici etkileyen makine.

Tablo 1’de bulunan kesikli olmayan ok işareti, tedavi esnasında narsistik oluşumlarda meydana gelen raksları; noktalar ile gösterilen ok işareti, narsistik sorunlardaki düzelme yönünü; uzun olarak gösterilen ok işaretinin noktalı ve kesikli parçası psikoz evresine tekrar gelebilmeyi ve zayıflamanın derinliğini ifade etmektedir. Uzun olarak gösterilen ok işaretinin kesikli bölümü ise psikoza geri gelmenin artık imkansız bir hal aldığı süreçteki derinliğini ifade etmektedir. James F. Masterson narsistik kişilik bozukluğuna sahip olan bireylerin ayrılma-birleşme sürecinin geçmişteki bir ana takılı kalmış olabileceğini ifade etmektedir. Narsistik kişilik bozukluğunda ayrılma-birleşme döneminde bir sorun yaşandığı için narsistik birey

çocuksu büyülenmeci ve bütün kuvvetli nesneleriyle bağlantısını korumaktadır (Alanka Ö., Cezik A, 2016).

1.4. Narsistik Hayranlık ve Rekabetin Açıklayıcı Terimleri

Narsistik hayranlık ve rekabet kavramı narsisizm duygusunun oluşumundan meydana gelen belirli sınıflandırmalar ile tanımlanarak açıklanmaktadır. Bu sınıflandırmaya bakıldığında kavramı en iyi açıklayan 2 ana boyut ve 6 alt boyut üzerinde durulmaktadır. Back ve arkadaşları yaptığı çalışmalarda bu boyutları; Hayranlık ve rekabeti 2 üst boyut; **1) büyülenme, 2) benzersizlik, 3) cazibe 4) saldırganlık 5) üstünlük 6) değersizleştirme** olmak üzere 6 kapsamlı alt boyutta açıklamıştır (KAYNAKÇA EKLEEE)

1.4.1. Büyülenme: Ön planda olma, yönlendirme yetisi, karar verici organizma, baskınlık, egemen olma ve kendine güvenme.

1.4.2. Benzersizlik: Gösterişte bulunmayı sevmek, kendine hakim olamama ve aksiyon arayışı, kendisini diğer bireylerden soyutlama davranışı.

1.4.3. Cazibe: Güçlü olma gereksinimi, diğer bireyleri etki altında bırakıcı davranışlar, ve diğer bireylere hoşgörülü olmama.

1.4.4. Saldırganlık: Şikayetçi tutum, duygusal çöküntüye maruz bırakmak, baskıcı tavır ve uyum sağlayamama.

1.4.5. Üstünlük: Kendine aşık olma, ben merkezli davranışlar, bedensel olarak kendini alımlı bulma ve dış çevreninde kendisini alımlı bulduğunu düşünme, kendisiyle diğer bireyleri kıyaslayarak alt sınıf, üst sınıf ayrıştırması.

1.4.6. Değersizleştirme: Bencillik duygusu, aşağılama kompleksi ve ayrımcı düşünme.

Narsistik kişilik eğilimleri, mevcut boyutları çerçevesinde, incelenen bireylerde oldukça farklı seviyelerde etkinliğini gösterebilmektedir. Kişi, bulunduğu her ortamda

hangi boyutu ne ölçüde barındırıyorsa, davranışlarını da o ölçüde karşısındaki kişiye ve çalıştığı alana yansıtmaktadır. Beraberinde gösterdiği tutum ve davranışlarla, hem çalışma arkadaşlarını hem de bünyesinde iş yürüttüğü kurumu oldukça olumsuz etkilemektedir.

Kavramsal açıdan incelenen boyutlara bakıldığında, örgüt faaliyetlerinin verimliliği konusunda narsist bireylerin örgütün hedeflerinden ziyade, kendi hedefleri için tutum ve davranış sergiledikleri gözlemlenebilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME

Örgütsel özdeşleşme kavramı hakkında literatüre ilk sunulan model olarak gösterilebilecek çalışma ölçütü, March ve Simon adlı bilim insanlarının aracılığıyla 1958 yılında çerçeveselendirilmiş olmasının yanısıra ardından geçen yaklaşık yirmi senede bu kavram ile ilgili oldukça az yazın alanları oluşturulmuştur. Porter ve arkadaşları, 1970 yılında bu kavramı tekrardan ele alarak literatürde konuyla ilgili yazın alanında yer almasını yaygınlaştırmaya yönelik girişimleri gerçekleştirmişlerdir (Çakınberk A., Derin N., 2011).

Belirli bir faaliyeti yürütme amacını barındıran ve mevcut faaliyetler sonucunda kar elde etmeyi amaçlayan ya da herhangi bir alana katkı sağlamak için büyük küçük bir grup insanı biraraya getiren örgütler, bünyesinde yer aldığı dış ortamdaki alan ve yaşam şartlarındaki oldukça önemli değişim sirkülasyonları ve farklılaşmalar, işgören bireyler ve çalıştıkları örgüt ile etkileşimlerinde ruhsal olarak kurulan ilişkinin değerini ve önemini fazlalaştırmıştır. Farklı bir söylem ile ifade edilecek olursa, günümüzde örgütler çalışan bireylerden çalıştıkları işletmeleri sevme, mevcut işletmeye her şartta tümüyle sadık olma davranışını gösterme, yapılacak iş ile ilgili eksiksiz özellikler ve yetenekler taşıma ve işletme ile ilişkisini kesme düşüncesini hiçbir zaman zihninde barındırmama gibi bazı hislerin çok daha ileri boyutuna geçmeleri ve tümüyle örgüt insanı olmaları konusunda beklenti içinde olmaktadır; beraberinde örgütü kişisel benlikleri ile özdeşleştirecek boyutta kabullenmelerini talep etmektedir. Levinson (1965) mevcut ifadeyi, geçmişte bireylerin, kendilerini adlarıyla ya da yürüttükleri

faaliyetlerle özdeşleştirirken, halihazırda yaşanan bu çağda çalıştıkları örgütlerle tarif ettiklerini, açıkladıklarını söyleyerek durumun kavranmasını kolaylaştırmıştır ve birey-örgüt özdeşleşme olgusunu açıklığa kavuşturmuştur (Polat M., 2009).

Örgüt işleyişinin temelinde bir mihenk taşı olan örgüte bağlı çalışan bireyler, her ne kadar kendilerine vazgeçemedikleri şekilde değer verseler de bünyesinde bulundukları teşkilatlanmaya o derece önem göstermemektedirler. Örgütün misyon belirlediği hedefleri kendi hedefleri gibi görüp azimle, örgüte katkı sağlamak amacıyla hareket etmedikleri takdirde istihdam edildikleri teşkilatlanmadan ayrıştırıcı nitelikte özellikler göstereceklerdir. Mensup oldukları örgütsel alandan ve örgütsel kurumdan ayrılan bireyler örgütle özdeşleşme sorunu yaşayacaklardır.

Örgütsel özdeşleşmenin olmadığı veya örgütsel özdeşleşmenin sağlanması konusunda zorlukların olduğu bir kurum, bir işletme kendileri için belirledikleri hayati öneme sahip misyonlarından ve hedeflerinden gittikçe uzaklaşma durumunda kalacaklardır. Örgüt çalışanlarının ve örgütsel grubun birbiriyle uyumu oldukça önem arz etmektedir. Çalışan birey örgütünü, kurumunu ve işletmesini kendisinin ikizi olarak görmelidir. Örgüt amacını kendi amacı, örgüt grubunun planladığı zamanı kendi zamanı, örgütsel faaliyetlerin eksiksiz bir şekilde yürütülme bilincini kendi bilinci ve örgütün devamlılığını kendi yaşama misyonu olarak görmelidir (Polat M., Meydan C., 2010, s.146).

Örgütsel özdeşleşme, çalışan ile bağlı olduğu örgütle karşılıklı ilişkisini vurgulayan esas bağı veya araç görevini üstlenen ruhsal bir alan olarak değerlendirildiği için, örgüt içindeki pek çok önem arz eden tavır ve davranış ı izah eden bir kavram olarak görülmektedir. Örgütsel özdeşleşme, çalışanların örgüt leyhine alınacak kararlar istikametinde iş yapmalarını gerçekleştirmelerine yardımcı olacak bir vasıta olarak da değerlendirilmektedir. (Tokgöz E., Seymen O. A., 2013).

Örgütsel özdeşleşme kavramı, örgütte aktif olarak iş yürüten kişilerin örgütlerini anlatırken ve örgütleri ile ilgili açıklayıcı tasvirler yaparken, söylemlerindeki değerlendirme unsurlarına, kendilerine ait kişisel, karakteristik özellikleri anlatırken de başvurduğu betimleme biçimidir (Dutton vd., 1994); tanım niteliğinde önem arz eden bu ifade ile örgütü ile özdeşleşmiş olan bir bireyin, örgütünü anlatırken başvurduğu kavramlar ve anlatım biçimleri aslında kendine ait özellikleri anlatırken başvurduğu kavram ve anlatım biçimleridir. Bundan dolayı işgören birey, örgütüyle tam anlamda özdeşleşen işgören diğer bireylerin de var olduğu örgüt unsurunun niteliklerini

kendisine ait nitelikler olarak algılayıp, tasdiklemektedir (Kerse G., Karabey C.N., 2017).

2.1. Sosyal Kimlik Teorisi ve Örgütsel Özdeşleşme Karşılaştırması

Sosyal kimlik kavramı (Tajfel ve Turner, 1985), bireylerin kendi benliklerini ve kendilerinden ayrı başka bireyleri, beraber var oldukları dış çevre içerisinde, bir takım sosyalleşmeye yönelik sınıflandırma unsurlarına yönelim halinde olduklarını açıklamaya çalışır. Bu teorinin beraberinde gerçekleşmekte olan Kişilik-Kategorize Etme Kuramı ise kişilerin benliklerini söylenenden ayrı olarak kategorize ettiğini söylemektedir (Tüzün İ.K., Çağlar İ., 2008).

Kişiler benliklerini özel ve eşsiz olacak biçimde, bireysel seviyede, başka gruplara bağlı olan kişilerden ayrılmış bir şekilde özel bir grup üyesi olgusuyla grup ölçütünde kategorize ederler. Mevcut durum, örgütsel özdeşleşme kavramı ile etkileşim halinde incelendiğinde, kişiler benliklerini, iş deneyimleri ile bireysel seviyede, örgütün farklılık arz eden başka alt grup oluşumlarından grup ölçütünde ya da örgütün tamamı ile ifade ederler (Van Dick ve diğerleri, 2005).

Tablo 2. Özdeşleşme ile İlgili Tanımlar

YAZAR	TANIM
Ashforth ve Mael (1989)	“Gruba başarı ve başarısızlık durumlarını da içeren, ait olma ya da birlik olma anlayışı”
Dutton, Dukerich ve Harquail (1994)	“Kişinin kendisi ile örgüt tanımlaması arasındaki bilişsel bağ”
Dukerich, Golden ve Shortel (2002)	“Kendi benlik bağlamının içeriğinin örgüt özellikleri ile bağlanma derecesi”
Pratt (2000)	“Örgütün kişinin benliğini tanımlaması hakkındaki inancı”
Scott ve Lane (2000)	“Psikolojik olarak örgütü kendinin bir parçası olarak hissetmek”
Tajfel, 1978	“Gruba üyeliğin idrak edilmesi ve üyeliğe yönelik duygusal bağlılık oluşması”
Tajfel, 1982	“Özdeşleşme için gerekli olan iki unsur; örgüt üyeliğinin farkında olmak (bilişsel), farkındalığın belirgin değerlerle ilişkilendirilmesi (değerlendirici)”
Foot (1951)	Belli bir kimliğin tahsisi ve o kimliğin bağlılığı
Simon (1947:218)	Bireyin örgütsel hedefleri, kendi örgütsel kararlarını belirleyen değer dizinleri gibi kendi amaçları yerine koyma süreci
Hall vd. (1970: 176)	Örgüt ve birey hedeflerinin artarak tümleşik ve uyumlu hale geldiği süreç

Özdeşleşme konusunda geliştirilen tanımlara ve kavramlara bakıldığında, örgütü için iş faaliyetini yürütmekte olan bireyin, örgüte olan inancıyla örgüte bağlılığını artırması ve beraberinde kendisine örgütü ile birebir özdeşleşen bir kimlik kazandırması, kendisine kazandırdığı mevcut kimliğe adeta kendi vatandaşlık kimliği özverisiyle bağlı olması, hedeflerini örgütünün yararına yönelik adımlarla gerçekleştirmesi, bireyi örgütteki başarısına, örgütünü ise rekabet içinde olduğu sektördeki diğer örgütler içindeki başarısına taşımakta olduğu yorumu yapılabilir.

Tablo 3. Özdeşleşme Profilleri

Özdeşleşme Biçimi	Özdeşleşme Boyutu
Çoğul Özdeşleşme	Örgüt içerisinde tüm seviyelerdeki özdeşleşme.
Alt grup özdeşleşme	Faaliyet grubuna kuvvetli seviyede, hiyerarşik düzene zayıf seviyede özdeşleşme.
Üst grup özdeşleşme	Faaliyet grubuna zayıf seviyede, hiyerarşik düzene kuvvetli bir şekilde özdeşleşme gerçekleştirmek.
Özdeşleşmeme	Herhangi bir şekilde özdeşleşme gerçekleştirmemek veya çok zayıf seviyede özdeşleşme gerçekleştirmek.

Özdeşleşme, örgütün bünyesindeki öğelere haricinde daha çok dış çevredeki diğer faktörlerle de oldukça değişiklik gösterebilmektedir. Smitds ve diğ. (2001), algılanan dış prestij olgusunun örgütsel özdeşleşmeyle olan etkileşimini tespit etmiştir. Algılanan

dış prestij kavramı, işgören bireylerin sahip olduğu, örgütün dışında kalan bireylerin örgütü hangi biçimde yorumladıklarına özgü düşünce biçimleridir.

Literatür taraması yapıldığında incelenen konular ışığında algılanan örgütsel prestij kavramını ilk defa dile getiren yönetim bilimi alanında çalışmalar yapmış olan bilim insanları Marc ve Simon(1975) olarak karşımıza çıkmaktadır. Mevcut araştırmacılar bir özdeşleme modeli tasarlayarak çalışan bireyin örgütü ile özdeşleşmesinde birtakım yapıtaş niteliğinde olan hipotezler sunmuşlardır. Bu hipotezlerden öne çıkan birisi de örgüt grubunun kavranılan saygınlığıdır. Marc ve Simon (1975)'a göre grubun kavranılan saygınlığı ne kadar fazla ise, çalışan bireyin grubuyla özdeşleşme seviyesi de o kadar fazladır (Kızıloğlu E., Güllü. S., Şahin S., 2017).

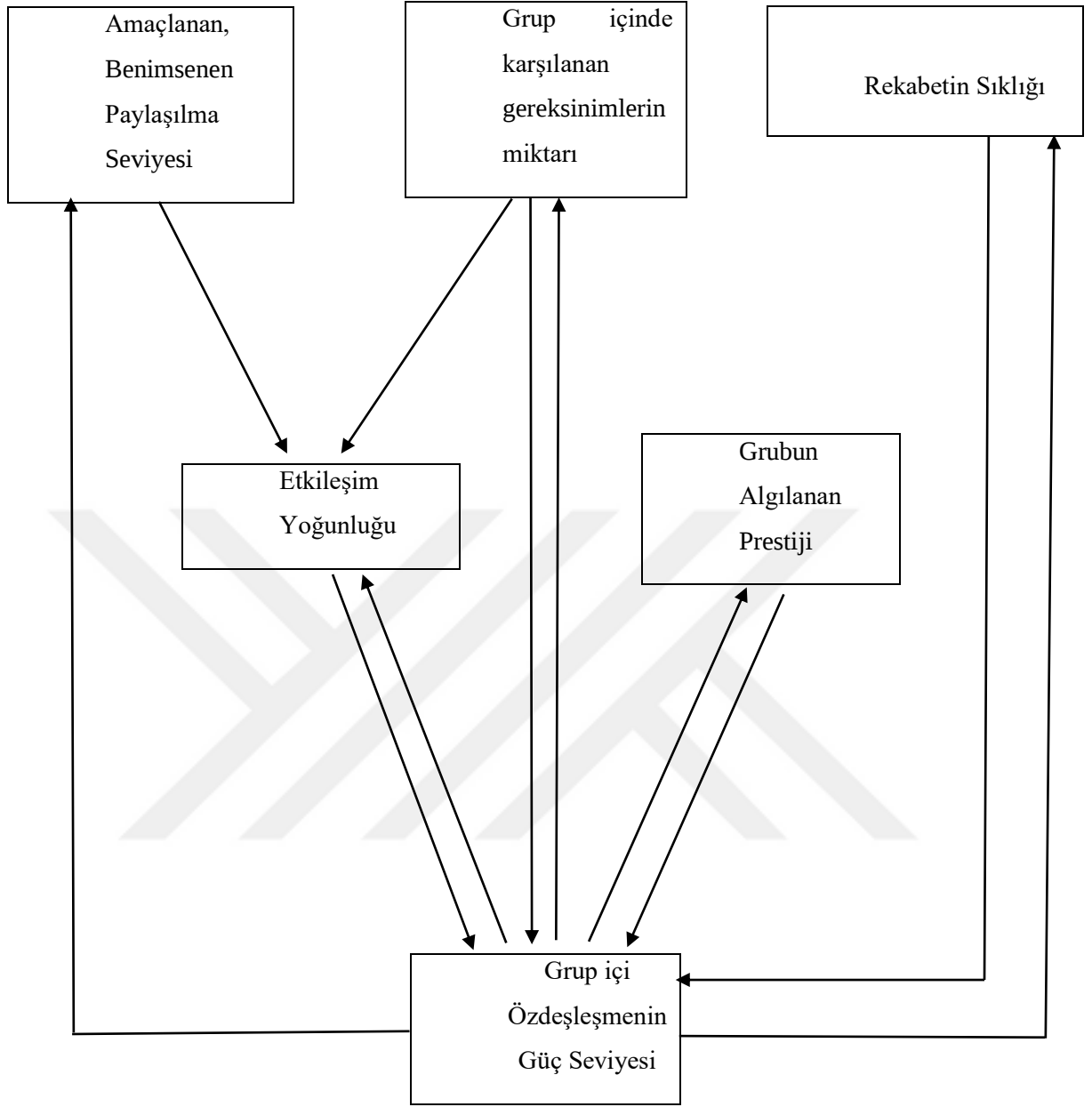
2.2. Örgütsel Özdeşleşmenin Boyutları

2.2.1. Grupla Özdeşleşme (Grup İçinde Algılanan Örgüt Prestiji)

Örgütsel özdeşleşme kavramının ilk boyutu, grupla özdeşleşme ya da bir diğer deyişle grup içi özdeşleşme olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyin kendisini, bir bölümü gibi algıladığı gruba olan aşkla bağlılığı biçiminde ifade edilmektedir (Tsamitis, 2009).

Çalışan birey, özdeşleşme sağladığı grubun başka bireyleri ile benzer hayatı ve akıbeti benimsediği ruhsal olarak kurduğu bağ ile bağlandığı inancına sahiptir (Tsamitis, 2009).

Örgütler, bünyelerinde çalışmakta olan kişilerin işbirliği halinde faaliyet yürüttükleri grupları ile özdeşleşmeleri amacıyla çaba gösterirler. Örgüt alanı içerisinde gruplar arasında benimsenen rekabet duygusu ile örgütsel özdeşleşmeleri önemli ölçüde artar. Mevcut rekabet, gruplar arası çizgilerin, kuralların ve düşünce biçimlerinin belirli noktalara dikkat çekilmesi ile meydana gelir (Mael ve Ashforth, 1992)



Şekil 3. Grup İçi Özdeşleşmeyi Etkileyen Unsurlar (March ve Simon, 1975).

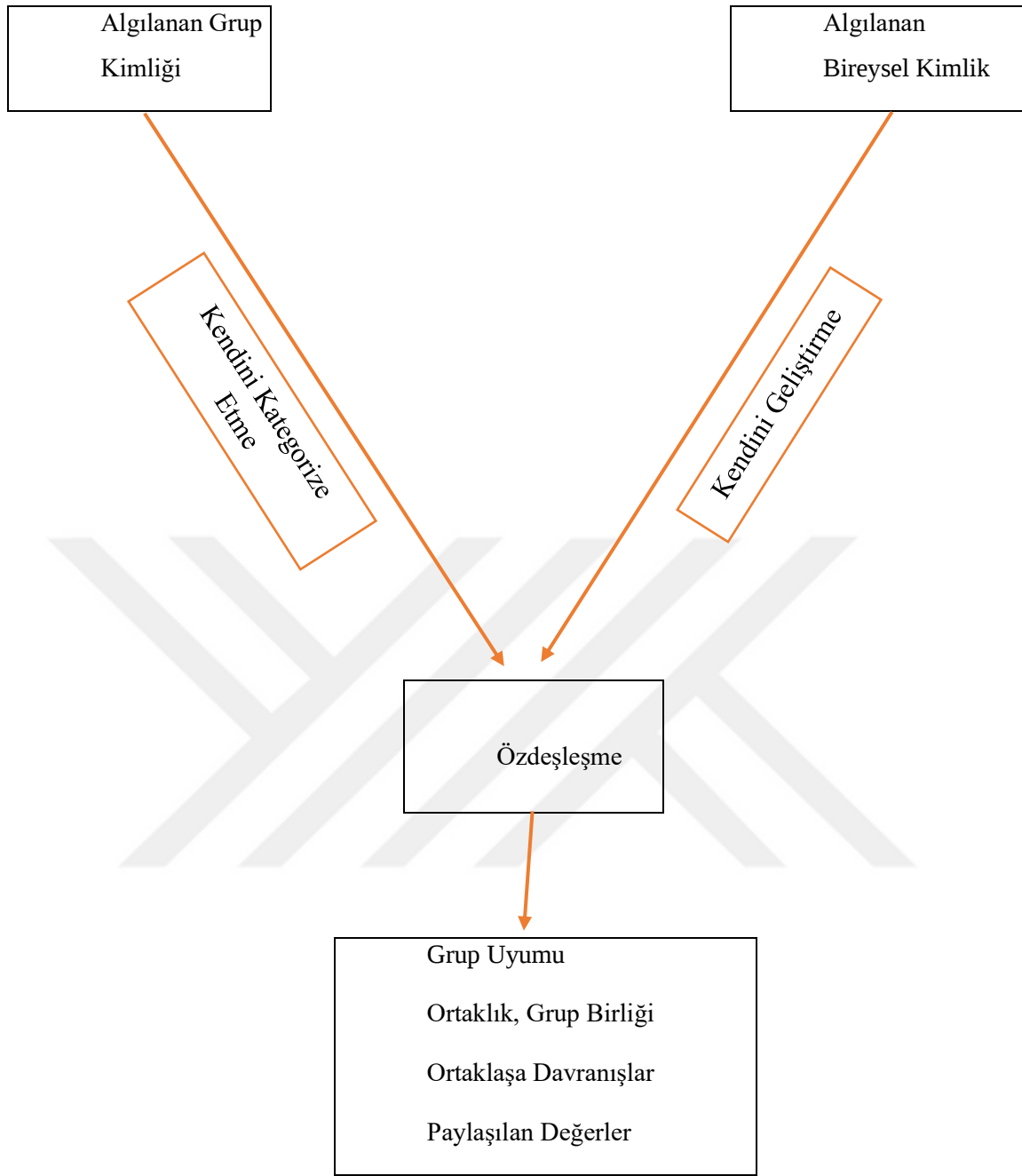
2.2.2. Örgütsel Özdeşleşme

- Örgütsel özdeşleşme kavramının ikinci boyutu, örgütsel özdeşleşme ya da bir diğer deyişle özdeşleşme olarak karşımıza çıkmaktadır.
- Kişinin kendisini açıklamaya çalıştığı özellikler ve hedefler ile benimsenen örgütsel kimlik bünyesine tabi olan nitelik ve hedefler arasındaki bilişsel özdeşleşme seviyesi (Dutton vd. 1994: 239).
- Ruhsal şekilde bireyin kendisini örgütün bir bölümü gibi algılaması (Scott ve Lane, 2000).
- Örgüte bağlı olan bireyin, örgütü ile özdeşleşme seviyesi, kendi bireysel algı dünyasının kapsadığı normların örgütle ilişkilendiği seviyeyi vurgular (Dukerich vd. 2002).
- Örgütün kimlik biçimindeki tasviri ile ilgili kişisel inanış (Pratt, 2000).

Örgütsel özdeşleşme, ilk bakıldığında gibi tanımlandığında örgüt için basit şekilde gerçekleştirilecek bir kavram gibi gözükebilmektedir. Bundan dolayı sahip olduğu 2 ana boyutu ile beraberinde ana boyutlarının alt boyutları ile detaylı şekilde irdelenmektedir. İfade edilmek istenen bu kavramı aslında bireyin kendisi tanımlamalıdır. Mevcut çalışmaların amacı da bu yönde kendisini göstermektedir (TOKGÖZ E., SEYMEN AYTEMİZ O., 2013).

Örgüt, birey için kimlik olmalıdır. Nasıl ki birey, kendisini kendi vatandaşlık kimliği ile ifade edip tanımlıyorsa, örgütünü de aynı şekilde tanımlamalıdır. Gerek yönetici yardımı ile gerekse bireyin grup arkadaşları yardımıyla birey, örgütsel özdeşleşme faaliyetine kazandırılmalıdır (AKATAN A., 2009).

Çalışma, literatüre katacağı birey-grup-örgüt uyumu ile ilgili birçok nitelikli tablo, şekil ve anlatım içermektedir. Örgütsel özdeşleşme kavramı için de birey bu tablo ve şekillerin gruba yansımaları olarak karşımıza çıkmaktadır. Sözel bir piramit oluşturulacak olursa; örgüt unsuru piramitin en üst kısmında, grup unsuru piramidin orta kısmında ve bireyin kendisi piramidin en alt ve ilk kısmında olmalıdır. Bireyin örgüt kimliği algısı arttıkça, grup uyumu ve beraberinde tam kapasiteli örgütsel özdeşleşme seviyesi de artacaktır. (KARABEY C.N., İŞCAN Ö.F., 2007).



Şekil 4. Bireysel Ölçüde Özdeşleşme Süreci (Sammorra ve Biggiero 2001).

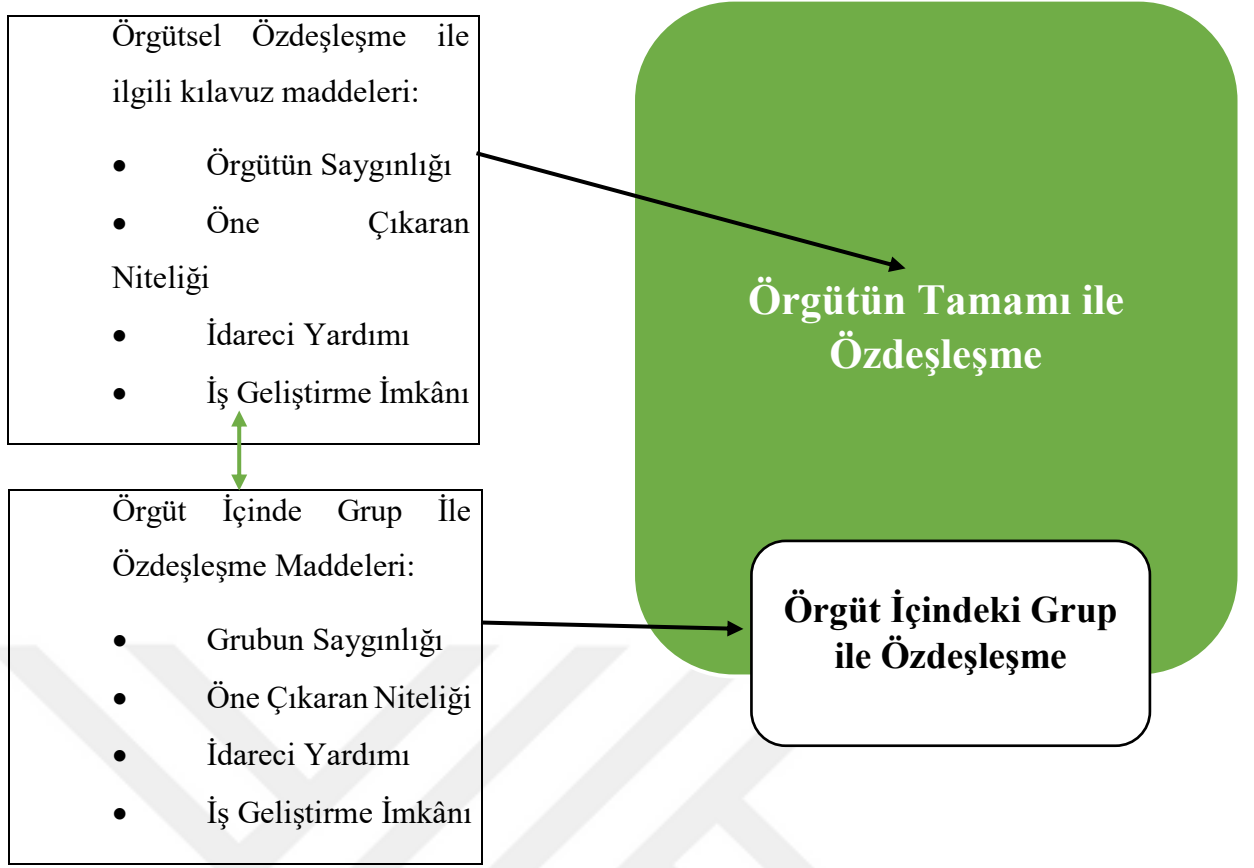
Örgütsel özdeşleşme kavramı sadece tanımdan ibaret olmadan, kişilerin düşünce dinamikleri arasında yer alması gereken bir algı biçimi olmalı ve örgüt faaliyetindeki önemlilik derecesini, kişilerin zihinlerinde de uyandıran bir kavram olmalıdır. İşgören bireylerin sadece örgütle değil, örgüt faaliyetleri için de koordineli biçimde ilişki halinde olmaları, diğer çalışan bireyler ile uyumu açısından önem arz etmektedir. Kişi eğer iş birliği ile ortaklaşa faaliyet yürüttüğü iş arkadaşları ile verimli olacak şekilde

uyum sağlayamazsa, en başta grubuyla özdeşleşemez. Grup içi özdeşleşmenin yoksun olduğu bir örgüt alanı, faaliyet alanını ve iş mekanizmasını genişletemeyeceğinden, örgüt faaliyetlerinin yerindeliği ve verimliliği, amaçlanandan daha düşük olacaktır.

Çalışan bireyin bağlı olduğu örgüt yapısından önce kendi özelliklerini, kendi düşünce yapısını, kendi amaçlarını örgüt leyhinde davranış sergileyecek formda kategorize etmesi gerekmektedir. Örgütüne, sadece iş yürüttüğü bir çatı olarak bakmaksızın, örgüt faaliyetlerini mutlu olacağı bir yol olarak görmeli ve örgüt başarısından hareketle görev bilincini geliştirmeli, beraberinde örgütüyle tam kapasiteli özdeşlik uyumunu sağlamalıdır.

Bireyler, zihinlerinde algıladıkları bireysel kimliklerini, kendilerini geliştirmeye yönelik davranışlar ve örgütünü geliştirmeye yönelik uygulamalar ile şekillendirmelidirler. Günden güne bireysel kimliğini geliştiren bireyler, grup kimliklerine de uyum sağlayarak örgütsel özdeşleşme seviyelerini artıracaklardır. Günümüzde yaşam standartlarının ve istihdam alanlarının değişiklik göstermesiyle bireylerin örgütleriyle özdeşleşme oranları da buna bağlı olarak değişiklik göstermektedir (Gürlek M., Tuna M., 2018). İşgören bireylerin yapılacak işi, faaliyetlerinin ve zihinlerinin yapıtaşı olarak ele alma isteği ve beraberinde gelen örgütle ve işle özdeşleşme isteği, toplumların ve örgüt gruplarının artmakta olan etkileşim sirkülasyonları, kişisel örgüt iş birliklerinin günden güne etkisini yitirmesiyle birlikte artış göstermektedir (Ashforth, Harrison, Corley, 2008).

Zihin dinamikleri, bireyde gün geçtikçe davranış dinamiklerine dönüşmektedir. Örgüt kavramı denildiğinde, ilk olarak kendisini düşünen bireyde zihin dinamiklerine “ben” mesajı iletilmektedir. Benmerkezli bir işgören tutumu, örgüt faaliyetlerini ikinci planda tutacağından dolayı bireyin davranış dinamiklerine pasifize edilmiş bir örgüt-grup anlayışı yansıyacaktır. Örgüt-grup uyumu kişide grup birliğini geliştirici yönde rol oynamaktadır (Çiçek I., Evcimen İ. V., Biçer İ., H., 2018). Birey ilk olarak kendi ile ilgili uyumu yakalamalı ve beraberinde grubuyla birlikte örgüt hedeflerine giden yolda örgütüyle özdeş işgören birey rolünü üstlenmelidir. Aksi halde kendisiyle olan mücadelesini sonuçlandıramayan birey, örgütüyle mücadele içine girmektedir.



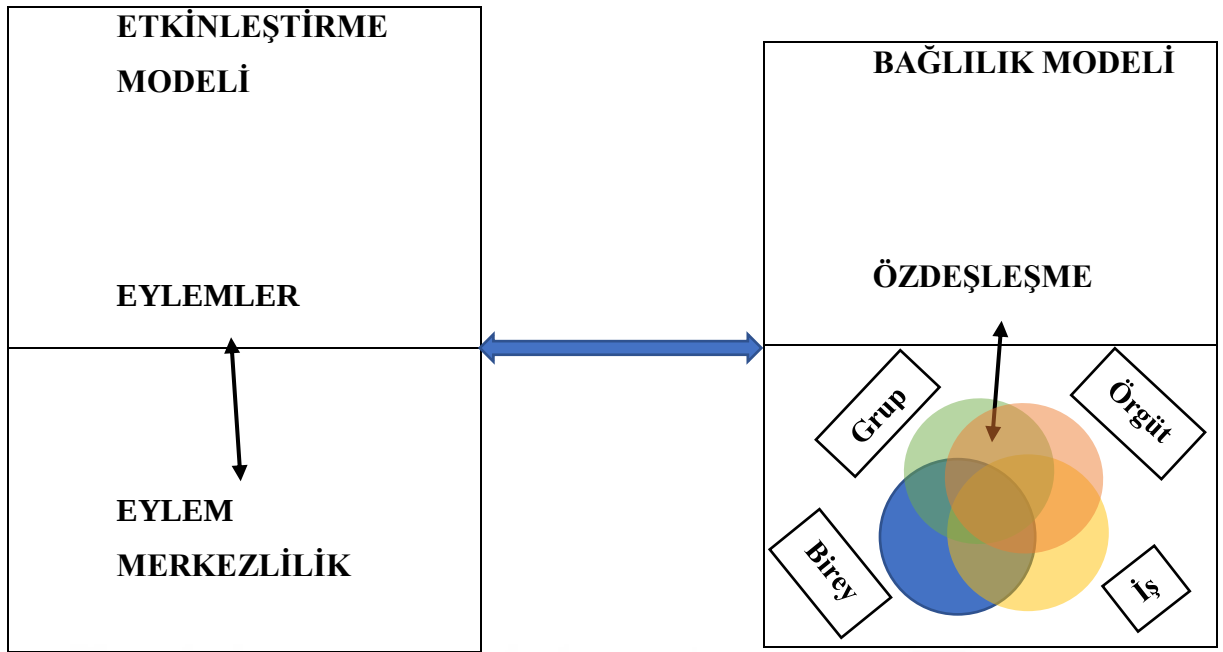
Şekil 5. Reade'nin Temel Özdeşleşme Modeli (Carol R., 2001).

C. Reade'nin (2001) temel özdeşleşme modelinde bahsettiği gibi örgütsel özdeşleşme kavramının klavuz niteliğinde olan maddeleri 4 bölümde karşımıza çıkmaktadır: Örgütün saygınlığı, öne çıkaran niteliği, idareci yardımı ve iş geliştirme imkanı. Birey çalışmak istediği örgüt yapılanması içinde bulunan işletmenin saygınlığına, iş piyasasındaki tanınırlığına oldukça dikkat etmektedir. İşletmenin oluşturduğu (alameti farika) marka niteliği kişinin işe karşı isteğini ve motive algısını oldukça artırmaktadır. Bireyin düşünce dünyasında işletmeyi öne çıkaran bir nitelik olarak marka bilinirliği örgütsel özdeşleşme klavuzunun ilk maddesini destekleyen bir örnek niteliğindedir.

Örgütsel özdeşleşme kavramının ilk boyutu olarak karşımıza çıkmakta olan örgütsel özdeşleşme boyutunun klavuz maddelerinden diğer ikisi işgören bireyin kendini geliştirmesi ve beraberinde yürüttüğü iş faaliyetini geliştirmesi açısından oldukça önem arz etmektedir. İşletmenin yönetim idaresinin başında yer alan idarecinin, bireylere yardımları ile tecrübesiz birey belirli ölçüde teşvik edilerek işe adaptasyonu sağlanmaktadır. İşiyle tamamen bağdaşmış olan birey yaptığı işi daha da ileri seviyelere taşıyarak iş geliştirme faaliyetini de başarıyla tamamlamaktadır. Mevcut 4 maddenin bütününe uyum sağlayan işgören birey, örgütüyle tam kapasiteli şekilde özdeşleşme sağlayarak, literatüre katkı sağlamak amacıyla C. Reade (2001) tarafından geliştirilen temel özdeşleşme modelindeki örgütün tamamı ile özdeşleşme unsurunu gerçekleştirmiş olacaktır.

Temel özdeşleşme modelinde bulunan örgütsel özdeşleşme kavramının ikinci boyutu olan grup ile özdeşleşme maddeleri olarak karşımıza çıkan 4 madde, temelde grubun niteliğini artıran ve beraberinde örgüt niteliğine olumlu ölçüde katkıda bulunan yadsınamaz maddelerdir. İlk madde olan grup saygınlığı, kişinin örgüte girdiği ilk andan itibaren birtakım farkındalıklara sahip olması açısından oldukça önem arz etmektedir. Koordineli bir biçimde birey topluluklarını biraraya getiren gruplaşma faaliyeti örgüt içerisindeki iş faaliyetinin sistemli bir şekilde yürütülmesini sağlamaktadır. İşgören birey örgütündeki başarı göstermiş ve iş birliği yapabilecek nitelikte olan diğer bireylere göre gruplandırma içinde olmak istemektedir. Grup özellikleri çekici gelen bir grup oluşumu içinde yer almak isteyen birey bu konuda önemli ölçüde çaba gösterecektir (Polat M., Meydan C.H., 2010).

Grubun öne çıkarıcı özellikleri arasında örgüt imkanlarına tam uyum sağlayan birey özellikleri ve örgütünün tüm yönetim sürecine ulaşılabilir nitelikte faaliyet gösteren verimli çalışma arkadaşı kategorisinde kendisini gösteren grup bireyi olgusu işgören bireyi mevcut gruba katılma konusunda teşvik etmektedir. Örgüt idaresinin yardımı ile de grubunun faaliyetlerini hızlandıracak olan birey verimli çalışması ile başarılı olacaktır. Başarı elde etme konusunda alışkanlık göstermiş olan işgören birey, yürüttüğü işin ölçüsüne bakmaksızın, işi mevcut konumundan daha yüksek seviyelere taşıyarak örgütündeki iş geliştirme unsurunu gerçekleştirecektir (Ulutaş M., 2010).

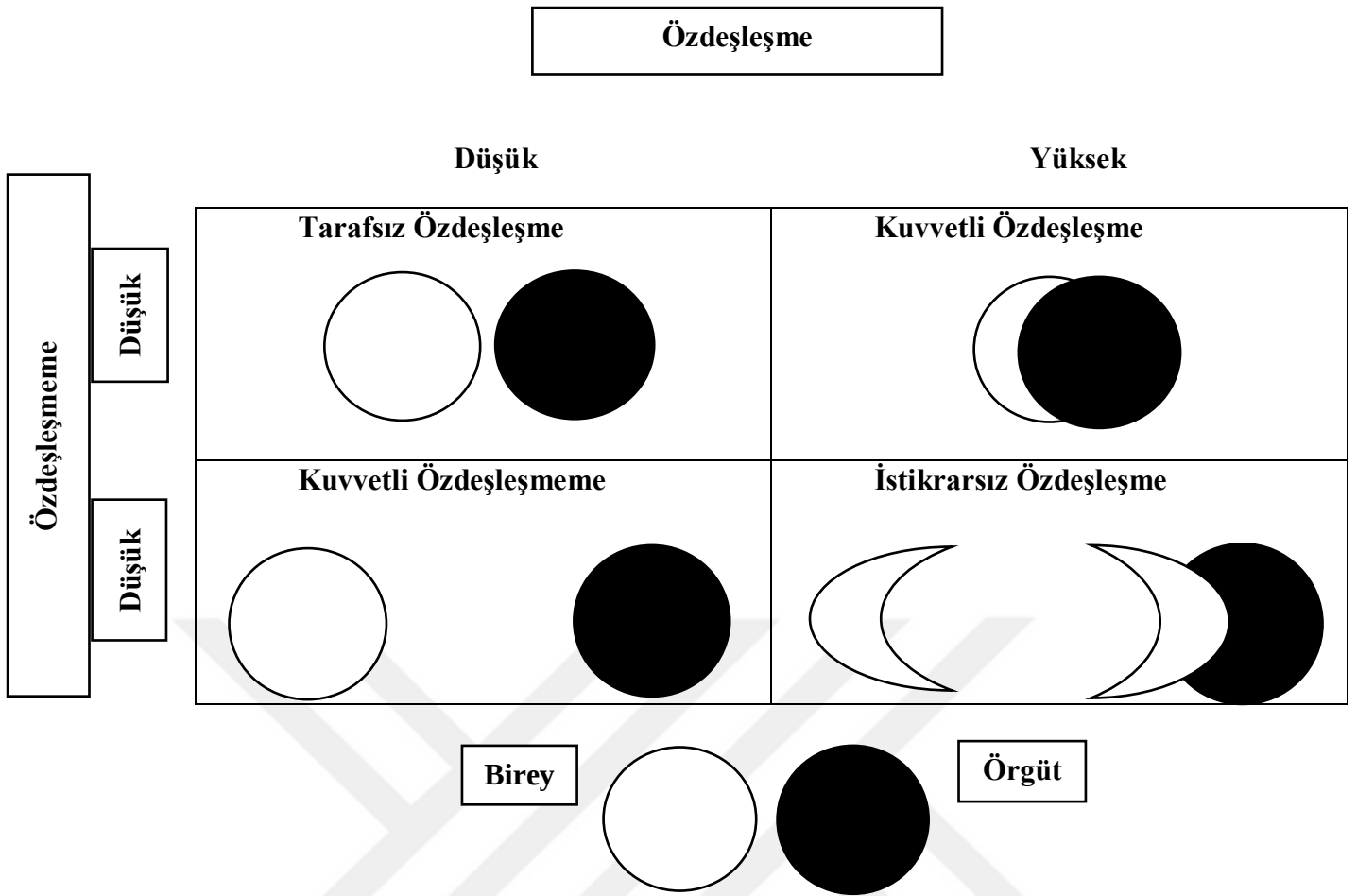


Şekil 6. Scott, Corman ve Cheney'in Örgütsel Özdeşleşme Modeli (Scott C.R, Corman S.R. ve Cheney G., 1998).

Mevcut model incelendiğinde, bireyde örgütsel özdeşleşmenin tam anlamıyla gerçekleşebilmesi için bireyin bilişsel olarak örgütüne üye olduğunu kabul etmesi gerekmektedir. Zihninde bu düşünceyi çerçevelendirip sağlam bir zemin dahilinde kendisine inandırma çabası içinde olan birey örgüte olan özdeşliklik durumunu aktif hale getirmektedir.

Modelden hareketle, etkinleştirme aşamasında başarılı olan birey, gün geçtikçe örgütüyle bağlanma derecesini kuvvetlendirmektedir. Örgütü ile kuvvetli bir bağ oluşturan işgören birey faaliyet alanı içinde eylemlilik aşamasına geçmektedir. İşgören birey, eylem merkezli düşünerek, beraberinde örgüt amaçlarına yüzde yüz verimlilik ile hizmet etmek amacıyla harekete geçerek, örgütsel özdeşleşme olgusuna erişmektedir.

Birey, iş, grup ve örgüt bağlamında kesişen bir küme grubu oluşturabilen birey, örgütsel özdeşleşme unsuru çerçevesinde, örgütüyle tam kapasiteli etkileşim halinde olarak, mevcut modelin somutlaşmış bir şekli olarak karşımıza çıkmaktadır.



Şekil 7. Genişletilmiş Örgütsel Özdeşleşme Modeli (Kreiner G.E, Ashforth B.E, 2004).

2.2.2.1. Örgütsel Özdeşleşmenin Alt Boyutları

2.2.2.1.1. Örgüt ile Bilişsel Özdeşleşme

Örgütsel özdeşleşme olgusu, kişinin kendiyle ilgili özelliklerini açıklarken, başvurduğu amaçlar ve özellikler ile benimsenen örgütsel bir kimlik kapsamı içerisinde yer alan amaçlar ve özellikler arasındaki bilişsel yakınlık seviyesini ifade etmektedir. Bireylerin örgütsel özdeşleşme seviyelerindeki artış miktarı ile örgüt penceresinden bakabilme ve beraberinde o örgüt penceresinin hedefleri doğrultusunda faaliyet gösterme eğilimleri oldukça fazlalaşır (Dutton vd., 1994, s.253).

2.2.2.1.1.2. Örgüt ile Davranışsal Özdeşleşme

Özdeşleşme eğilimi, örgüte bağlı olan bireylerin, örgütsel olarak alınan hükümlere yönelik tavsiyeleri onaylamaya ve ardından örgütsel opsiyonlara uygun hareket etmeye teşvik eder. İşgören bireylerin örgütün hedefleri ve tasarruflarındaki eş değer oluşumları anlamalarına yardımcı olarak örgütsel misyonları ve hareketleri biçimlendirme imkanı oluşturur (Cheney ve Tompkins, 1987).

2.2.2.1.1.3. Örgüt ile Duygusal Özdeşleşme

Örgütsel Özdeşleşme, örgütün olumlu ve olumsuz her durumunda örgüte bağlılığın korunması ve beraberlik duygusu içinde hareket edilmesi olarak ifade edilmektedir (Ashforth ve Mael, 1989, s.23). Faaliyet yürüttükleri örgüt ile kuvvetli biçimde özdeşleşme sağlayan bireyler, örgüte karşı ruhsal bağlılık kurmuş kişiler durumunda olarak örgütün kazanımlarını ve başarılı olamama durumlarını örgütüyle ilişki kurarak örgütün yükünü hafifletmeye yönelik hareket eğiliminde bulunurlar (Ashforth ve Mael, 1992, s.108).

2.2.2.1.1.3.4. Örgütsel Özdeşleşmenin Sonuçları

Örgütsel Özdeşleşme, çalışanların örgütlerine karşı kötü olarak nitelendirilebilecek hissiyatları ve fikirlerinin ortadan kaldırılmasını teşvik etmektedir. Beraberinde, örgütle özdeşleşme sağlayarak, ruhsal halleri pozitif şekilde etkilenen çalışanların, mevcut pozitif durumda olan psikolojik davranışlarını örgütün bütün faaliyetlerine ve süregelen varlığına geçirebileceği ifade edilmektedir (Solnet, 2006).

Bilim insanları, örgütsel özdeşleşme kavramının, çalışanların işteki verimliliklerinin, ruhsal olarak sağlık seviyelerinin, iş doyumlarının ve olması gerekenden fazla şekilde hareket eğilimi gösterme seviyelerinin fazlalaşması, işgören bireylerin yöneticilerin yönetim faaliyetlerine katkı sağlamaya çalışması (astların üstlere denetimi ve yönlendirme çabası), işgören bireyler ve örgüt uyumunun gerçekleştirilmesi biçiminde pek çok örgütsel olarak pozitif sonuç verdiğini ifade etmektedirler.

Bağlı olduğu örgütten övünerek bahseden ve örgütüne tam anlamıyla bağlılık duygusunu hisseden işgören bireyler, örgütsel olarak büründükleri kimliklerin oldukça önemli olduğunu analiz ederek fazla bir şekilde verimlilik gösterebileceklerdir (Sezici, 2012).

Alan Yazın Derlemesi

Howard S. Schwartz (1990), *Narcissistic Process And Corporate Decay, The Theory of the Organization Ideal*, adlı yayınladığı kitabında narsistik süreç ve kurumsal çürüme konusunu Amerika Birleşik Devletleri'ndeki endüstriyel faaliyetleri inceleyerek açıklığa kavuşturmuştur. Örgüt faaliyetlerindeki çürüme olarak adlandırdığı unsurun sebebinin narsistik duygular teorilerine değinerek ifade etmiştir.

Carol R. (2001), yaptığı çalışmada, örgütsel kimlik ile psikolojik bağlılık kavramlarını ilişkilendirmiştir. Çalışmasını çok uluslu şirketlerdeki faaliyetleri inceleyerek şekillendirmiştir. Bu çalışmanın temel bulgusu, çalışanların yerel iştirakle ve küresel bir varlık olarak örgütleriyle özdeşleşmesine yönelik farklı öncüller var gibi görünse de asıl olan unsur, örgütüne psikolojik olarak bağlı olan bireyin zamanla örgütsel bir kimliğe bürünmesidir.

Tüzün İ.K., Çağlar İ., (2008), *Örgütsel Özdeşleşme Kavramı Ve İletişim Etkinliği İlişkisi* adlı çalışmalarında, örgütsel özdeşleşme kavramının önemini vurgulamışlardır. Örgütsel özdeşleşmeye en yarar sağlayan kavram olarak örgütsel iletişim kavramı seçilmiştir. Çalışma literatürdeki diğer çalışmalarda incelenerek belirli çerçeveler ile sınırlandırılmıştır. Çalışmanın genel amacını, örgütsel iletişim ile çalışanların örgütsel özdeşleşmelerinin arttırılması oluşturmaktadır.

Kanten P., (2014), çalışmada Narsistik kişilik özelliklerinin örgütsel vatandaşlık kavramı üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırmasının örneklemini olarak Isparta ve Burdur İllerinde faaliyet yürütmekte olan iki özel hastanenin 122 çalışan bireyini seçmiştir. Araştırma sonuçlarına göre narsistik davranışların, kişilerin örgütsel vatandaşlık davranışlarına olumlu etkide bulunduğunu ifade etmiştir.

Cihangiroğlu N., Teke A., Uzuntarla Y., Uğrak U., (2015), yayınladıkları çalışmalarında, narsistik eğilimlerin, kişilerin kurumsal bağlılık düzeylerine ilişkisini incelemiştir. Çalışma, narsisizm kavramı, kurumsal bağlılık kavramı ve iki kavram arasındaki ilişkinin incelenmesi olarak üç bölümden oluşmaktadır. Çalışma için düzenlenen anket GATA'ya mensup olan 543 öğrenci üzerinde uygulanmıştır. Anket sonuçlarına göre öğrencilerin narsistik eğilimleri örgütsel bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SPOR İŞLETMESİ ÇALIŞANLARI ÜZERİNDE ÖRNEK BİR UYGULAMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI, EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

3.1.1. Araştırmanın Amacı:

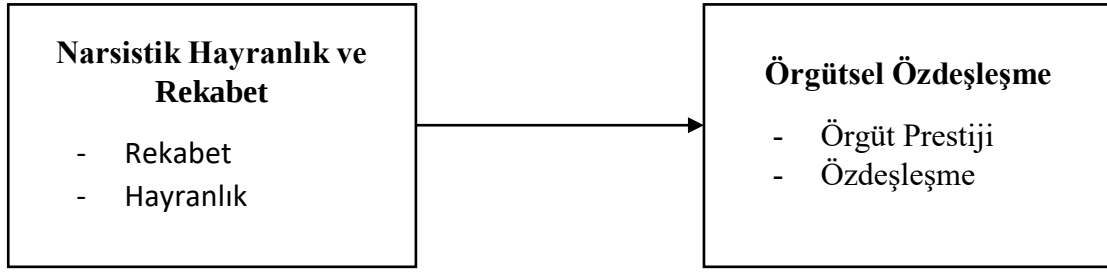
İşletme yönetimindeki verimliliği artırmak ve çalışanların işletme faaliyetlerinde kendilerine biçilen rollere kolay adapte olması açısından kendi içsel durumlarından sıyrılıp “görev insanı” algısıyla sorumluluk bilincini geliştiren işletmeye tam kapasiteli özdeş bireyler meydana getirmek çalışmanın asıl amacını oluşturmaktadır.

3.1.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi:

Çalışma kapsamında Erzurum İli’nde spor işletmesi faaliyeti yürüten işletmelerde görev yapan 427 çalışanı kapsayan bir araştırma evreni oluşturulmuştur. Mevcut evrenin seçilmesinin nedeni, disiplinli bir iş faaliyeti yürütülmesi gereken spor işletmelerinde çalışan ve iş yoğunluğunun iş gören bireyleri zaman zaman olumsuz durumlara maruz bırakması ve iş gören-yönetici-örgüt arasındaki uyumun tehlikeli durumlara girebilme olasılığının öngörülebilmesidir. Oluşturulan evren içerisinde 274 kişilik bir örneklem %95 güven aralığında seçilmiştir.

3.2. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLERİNİN GELİŞTİRİLMESİ

Araştırmaya konu olan değişkenler arasındaki ilişkinin şematik gösteriminin yapıldığı yukarıdaki model baz alınarak, araştırmanın temel ve alt amaçları doğrultusunda test edilecek hipotezler oluşturulmuştur. Oluşturulan bu hipotezlere ilişkin teorik dayanaklar ise daha önce yapılan araştırmalar da dikkate alınmak suretiyle aşağıda açıklanmıştır.



Araştırmanın Modeli

Araştırmaya konu olan değişkenler arasındaki ilişkinin şematik gösteriminin yapıldığı yukarıdaki model baz alınarak, araştırmanın temel ve alt amaçları doğrultusunda test edilecek hipotezler oluşturulmuştur. Oluşturulan bu hipotezlere ilişkin teorik dayanaklar ise daha önce yapılan araştırmalar da dikkate alınmak suretiyle aşağıda açıklanmıştır.

Örgüt faaliyeti içerisinde, bireyler birtakım önyargılı düşüncelere kapılabilmektedir. Örgüt yöneticisinin bireylere verdiği görevlere karşılık, bireyde savunma mekanizmasına neden olabilmektedir. Şekil 1’de görülmekte olan Back ve arkadaşlarının (Back ve diğerleri, 2013) tasarladığı modelde, bireyin kendi iç dünyasında oluşturduğu görkemli benlik, ulaşılamazlık düşüncesi devamında, bireyin kendini tanımlamasıyla beraber saldırganca tutum gözetmesine yol açmaktadır.

Birey savunma mekanizması ile bir sosyal güç elde etmekte ve çevresindeki diğer bireylerle sosyal bir çatışma içine girmektedir. Mevcut savunma mekanizmasının ileri seviyelere ulaşması, bireylerin algısında benliklerini küçük düşürücü unsurlar olarak yer almaktadır. Bu unsurlar işgören bireyleri kendilerine daha çok bağlayarak narsist duyguları uyandırmaya başlamaktadır. Heinz Kohut’ un Narsistik kişilik bozukluğu ile ilgili oluşturduğu normallik değerlendirmesi tablosu (Akt. Alanka Ö., Ezik A., 2016), bireyin büyüklenmeci kendiliği ile ilgili göstereceği zulmedici davranışlar sürecini açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Bunun sonucunda, kişiyi esir almakta olan narsist duygular, narsist davranışlara dönüşerek kişinin örgütünden ve faaliyetlerinden uzaklaşmasına sebebiyet vermektedir.

Örgütünden uzaklaşma davranışı içinde olan birey kendi kimliğini örgütünün ona biçtiği kimlikten üstün görerek, örgütüyle özdeşleşme sorunu yaşamaktadır. Örgütle özdeşleşme kavramının yapıtaşı olan grup ile özdeşleşme ve örgütsel özdeşleşme, bireyin narsistik duygularından önemli ölçüde etkilenmektedir. İlk süreçte bağlı olduğu

grup ile tam anlamıyla özdeşleşemeyen birey örgütün amaçlarını kavrayamaz ve devamında örgütsel olarak örgütüyle özdeşleşemez. Narsistik hayranlık, kişide rekabet duygusunu uyandırarak kişinin örgütteki diğer bireylerle ve en başta kendisiyle mücadele haline sokmaktadır. Örgütteki faaliyetler yerine örgüt çalışanları ile mücadele içine giren birey örgütteki kimliğini yitirerek narsistik duygularına yenik düşmektedir.

H1: Narsistik Hayranlık ve Rekabetin Örgütsel Özdeşleşme üzerinde anlamlı ve negatif yönde bir etkisi vardır. Bu araştırma hipotezi aşağıdaki alt hipotezlere ayrılmıştır:

H_{1a}: Rekabetin örgüt prestiji üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1b}: Rekabetin özdeşleşme üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1c}: Narsist Hayranlığın örgüt prestiji üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1d}: Narsist Hayranlığın özdeşleşme üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

3.3. ARAŞTIRMANIN ÖN KABULLERİ VE SINIRLILIKLARI

Yapılan çalışmada izlenilen yol, belirli sınırlılıklarla çerçevelendirilmiştir. Çalışma kapsamına sadece Erzurum İli içerisinde bulunan spor alanındaki işletmeler ve spor alanında özel eğitim faaliyeti yürütmekte olan kurumlar dahil edilmiştir. Anket çalışması, 2020 yılında bilindiği üzere pandemi dolayısıyla online bir şekilde gerçekleştirilmiştir.

3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Narsistik Hayranlık ve Rekabeti kavramının, örgütsel özdeşleşme kavramı üzerindeki etkisinin incelendiği bu çalışmada, kullanılan tablo ve diğer içeriklerin hepsi, geçerlilik ve güvenilirlik esasına uygun olarak çalışmaya entegre edilmiştir. Örneklem uygulanacak olan anket online ortamda (Google Forms) örneklemdeki kişilere gönderilecektir.

3.4.1. Veri Toplama Araçları:

Çalışmanın amacı itibarıyla seçilen örneklemden çalışma için gerekli olan verileri elde etmek amacıyla hazırlanmış ayrı ölçek bulunmaktadır. Narsistik hayranlık ve rekabet ve Örgütsel özdeşleşme (Narsistik Kişilik Envanteri / NPI) ölçekleri maddeleri online olarak “*Google forms*” aracılığıyla örnekleme tabi olan kişilere iletilmiştir.

3.4.1.1. Narsistik Hayranlık ve Rekabet Ölçeği (Narsistik Kişilik Envanteri):

Narsistik Kişilik Envanteri: Ames, Rose ve Anderson, (2006) tarafından geliştirilen, 16 maddeden oluşan ölçek 6’lı derecelendirmeye göre puanlanmaktadır. Atay (2009) tarafından Türkçeye uyarlanan Ölçeğin uzun ve kısa formları bulunmakla beraber, ölçeğin anlamlılık değerlerine uygun olarak yapılan uyarlama çalışması ile orijinal ölçeğe uyumlu 18 madde ve 6’lı derecelendirme puanıyla Narsistik hayranlık ve rekabet ölçeği Türkçe formun açıklayıcı faktör analizi sonrasında orijinal formda olduğu gibi hayranlık ve rekabet alt boyutlarından oluştuğu ve bu faktörlerin toplam varyansın %71’ini açıkladığı bulunmuştur.

3.4.1.2. Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği:

Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği’ nin geliştirilmesi amacıyla temel alınan “Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği”, Mael ve Ashforth (1992) tarafından geliştirilmiştir. Örgütsel özdeşleşme ölçeği başka çalışmalarda da (Tüzün, 2006; Mael, 1992) kullanılmıştır.

3.4.2. Anket Formunun Niteliği

Spor işletmesi çalışanlarının narsistik hayranlık ve rekabet düzeylerinin örgütsel özdeşleşmeleri üzerindeki etkisini saptamak ve mevcut iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmamasının ispatını verilerle elde etmek amacıyla veri toplama aracı olarak online anket yöntemi, araştırma örneklemine uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu, dört kısımdan oluşmaktadır. Birinci bölümde, araştırma konusunun adı, amacı ve araştırmaya konu olan değişkenlerin kavramsal tanımlamaları ile elde edilecek verilerin gizliliğine ilişkin açıklamalar yer almaktadır. İkinci bölümde katılımcıların demografik ve mesleki özelliklerini öğrenmeye yönelik cinsiyet, yaş,

mevcut mesleğindeki görev süresi ve eğitim düzeyini kapsayan ifadelere yer verilmiştir. Üçüncü bölümde, katılımcıların, çalışanların sergiledikleri narsistik hayranlık ve rekabet özelliklerine ilişkin algılarını ölçen “Narsistik Hayranlık ve Rekabet Ölçeği”ne (Narsistik Kişilik Envanteri (NPI): ilişkin 18 ifade ve son bölüm olan dördüncü bölümde ise, katılımcıların örgütsel özdeşleşme düzeylerini ölçen “Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği”ne ilişkin 13 ifade bulunmaktadır.

3.5. BULGULAR

3.5.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların cinsiyet, medeni durum ve eğitim düzeyine ilişkin dağılımlarına ilişkin bulgular frekans analizinden yararlanılarak tablo 3.1’de sunulmuştur.

Verilerin analizinde, SPSS 22.0 istatistik programı kullanılacaktır. Verilere; ortalamalar, standart sapmalar, frekans dağılımları, güvenilirlik analizleri, faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi uygulanacaktır.

Tablo 3.1. Araştırmaya Katılanların Demografik Dağılımları

ÖZELLİK		FREKANS	YÜZDE
Cinsiyet	Kadın	139	50,7
	Erkek	135	49,3
Medeni Durum	Evli	92	33,6
	Bekar	182	66,4
Eğitim Durumu	Lise	31	11,3
	Lisans	198	72,3
	Lisansüstü	45	16,4
ÖZELLİK		ORTALAMA	
Yaş		27	
Görev Süresi		5	

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere, araştırmaya katılanların cinsiyet durumlarına bakıldığında; kadınlar ve erkekler arasında küçük bir fark mevcuttur. Araştırmanın

örneklemini oluşturan kadınların oranı %50,7 (139 kişi) ve erkeklerin oranı %49,3 (135 kişi) olarak frekans analizi sonucu tespit edilmiştir. Katılımcıların medeni durum dağılımlarına bakıldığında; örneklemin 92 kişilik kısmını kapsayan evli katılımcıların oranı %33,6 ve yaklaşık 2 katına yakın kısmını kapsayan örneklemin 182 kişilik kısmını oluşturan bekar katılımcıların oranı ise %66,4'tür. Araştırmaya katılanların eğitim durumlarının dağılımlarına bakıldığında; lise ve lisansüstü eğitim durumuna sahip olan katılımcıların sayısının, lisans eğitim durumuna sahip olan katılımcıların sayısından oldukça düşük olduğu görülmektedir. Örneklemin %11,3' lük oranını oluşturan lise eğitim durumuna sahip 31 katılımcıyı, %16,4'lük oranı ile lisansüstü eğitime sahip 45 katılımcı ve devamında 72,3 gibi büyük bir oranda örneklemini oluşturan lisans eğitime sahip 198 katılımcı takip etmektedir. Katılımcıların yaş dağılımlarına bakıldığında; 19-26 yaş aralığından oluşan katılımcıların oranı %60,94 (167 kişi), 27-34 yaş aralığından oluşan katılımcıların oranı %29,56 (81 kişi), 35-42 yaş aralığından oluşan katılımcıların oranı diğer katılımcıların oranıyla kıyaslandığında oldukça az bir oran olan %8,75 (24 kişi) ve son olarak araştırmanın yaş aralığı bakımından en küçük oranını kapsayan 43-50 yaş aralığına sahip katılımcıların oranı %0,75 (2 kişi) olarak tespit edilmiştir. Genel yaş ortalaması, 27 olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların görev süreleri bakımından elde edilen verilere bakıldığında; 1-6 yıl aralığında görev yapmakta olan katılımcıların oranı %75,18 (206 kişi), 7-12 yıl aralığında görev yapmakta olan katılımcıların oranı %20,80 (81 kişi), 13-18 yıl aralığında görev yapmakta olan katılımcıların oranı oldukça düşük bir oran olarak karşımıza çıkan %2,18 (6 kişi) ve son olarak araştırma örnekleminin görev süresi bakımından en düşük oranını oluşturan 19-24 yıl aralığında görev yapmakta olan katılımcıların oranı %1,82 (5 kişi) olarak tespit edilmiştir. Genel görev süresi ortalaması 5 yıl olarak tespit edilmiştir.

3.5.2. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliğine İlişkin Bulgular

Bu kısımda, araştırmada kullanılan veri toplama araçlarının geçerlilik ve güvenilirliklerinin tespit edilmesine ilişkin analizler gerçekleştirilmiştir.

3.5.2.1. Narsistik Hayranlık ve Rekabet Ölçeğinin Geçerliliği ve Güvenilirliği

Narsistik hayranlık ve Rekabet yapı geçerliliğine ilişkin olarak yapılan açıklayıcı faktör analizi bulguları tabloda verilmiştir. Analiz sonucunda KMO değeri ,94 olup, Bartlett küresellik testi de anlamlıdır ($p=,000$). Elde edilen bu bulgular, ölçek verilerinin faktör analizine uygun olduğu göstermektedir. Temel Bileşenler analizi ve Varimax Dik Döndürme tekniği belirlenerek uygulanan analizler sonucunda yer alan 18 maddenin, özdeğeri iki faktöründe 1’den büyük ve toplam varyansın ,71’ini açıklayan iki faktör altında toplandığı görülmüştür. Birinci faktör olan “rekabet”, sekiz maddeden oluşmuştur. Faktör yükleri ,881 ile ,576 arasında değişen bu sekiz maddenin açıklanan varyans oranı ise 35,55’tir. Rekabet faktörünü oluşturan ifadelerin ortalamasına bakıldığında, en yüksek ortalama 3,31 ile “Diğerleri beni sönük bırakırsa öfkelenirim” ifadesi iken, en düşük ortalama ise 2,34 ile “Öbür insanların hiçbir kıymeti yoktur.” ifadesidir. Rekabet faktörünün genel ortalaması ise 2,62’dir. Buna göre, katılımcıların, narsistik hayranlık ve rekabet düzeyleri ile ilgili olarak orta düzeyde rekabet algısına sahip oldukları söylenebilir. İkinci faktör olan “Narsist Hayranlık”, on maddeden oluşmaktadır. Faktör yükleri ,828 ile ,536 arasında değişen bu on maddenin açıklanan varyans oranı da 35,51 olarak tespit edilmiştir. Narsist Hayranlık faktörünü meydana getiren ifadelerin ortalamasına bakıldığında, 4,51 ile “Kazanımlarımdan oldukça zevk alırım.” ifadesi en yüksek ortalama sahip iken, en düşük ortalama ise 3,51 ile “İleride meşhur biri olacağım.” ifadesidir. Narsist Hayranlık faktörünün genel ortalaması ise 4,05’tir. Buna göre, araştırmaya katılanların narsistik hayranlık ve rekabet düzeyleri ile ilgili Narsist Hayranlık algılarının yüksek düzeyde olduğu sonucuna varılabilir.

Tablo 3.2. Narsistik Hayranlık ve Rekabet Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktörler		Faktör yükleri	Öz Değer	Açıklanan Varyans (%)	Cronbach Alfa	Ortalama	Standart Sapma
1.Faktör: Örgüt Prestiji			4,37	33,68	,88	3,80	5,95
9	Kendimi çalıştığım işletmenin patronu gibi hissederim.	,802				3,78	1,26
2	Çalıştığım işletmenin misyonları benim kişisel gayelerimdir.	,750				3,80	1,11
4	Çalıştığım işletmenin toplumdaki izlenimi olumlu bir şekilde beni yansıtıyor.	,706				3,89	1,07
10	Biri çalıştığım işletme hakkında övgüyle bahsederse beni övmüş gibi hissederim.	,664				4,02	1,03
3	Diğer insanların çalıştığım işletme ile ilgili görüşlerini merak ederim.	,658				3,89	1,07
1	Başka işletmeler ile kıyaslandığında bu işletme benim için kusursuzluğun timsalidir.	,651				3,35	1,07
11	Medya araçları çalıştığım işletmeyi tenkit ederse bu durum beni utandırır.	,620				3,87	1,08
2. Faktör: Özdeşleşme			3,65	28,11	,87	3,97	4,89
6	İşletmeye faydası olacak işleri zorunda olmasam da yaparım.	,828				3,91	1,05
5	Çalıştığım işletme ile ilgili konuşurken “biz” ifadesini kullanırım.	,797				3,96	1
13	Bu işletmeyi pek çok çalışanının da düşündüğü gibi büyük bir aile olarak görüyorum.	,797				4,26	0,96
7	Mesleki ilerlememin kalan kısmını bu işletmede tamamlamak isterim.	,787				3,76	1,11
12	Muvaffak olma ve olmama gibi durumlarda kendimi işletmemin bir parçası olarak değerlendiririm.	,775				4	1,06
8	Stratejik ve iş kararlarına özgü imkanlarda işletme menfaatini göz önünde bulundururum.	,767				3,95	1,05

3.5.2.2. Örgütsel Özdeşleşme Ölçeğinin Geçerliliği ve Güvenilirliği

Örgütsel Özdeşleşme yapı geçerliliğine ilişkin olarak yapılan açıklayıcı faktör analizi bulguları tabloda verilmiştir. Analiz sonucunda KMO değeri ,92 olup, Bartlett küresellik testi de anlamlıdır ($p=,000$). Elde edilen bu bulgular, ölçek verilerinin faktör analizine uygun olduğu göstermektedir. Temel Bileşenler analizi ve Varimax Dik Döndürme tekniği belirlenerek uygulanan analizler sonucunda yer alan 13 maddenin, özdeğeri ilk iki faktörü 1'den büyük ve toplam varyansın ,61'ini açıklayan iki faktör altında toplandığı görülmüştür. Birinci faktör olan “Örgüt Prestiji”, yedi maddeden oluşmuştur. Faktör yükleri ,802 ile ,620 arasında değişen bu yedi maddenin açıklanan varyans oranı ise 33,68'dir. Örgüt Prestiji faktörünü oluşturan ifadelerin ortalamasına bakıldığında, en yüksek ortalama 4,02 ile “Biri çalıştığım işletme hakkında övgüyle bahsederse beni övmüş gibi hissederim.” ifadesi iken, en düşük ortalama ise 3,35 ile “Başka işletmeler ile kıyaslandığında bu işletme benim için kusursuzluğun timsalidir.” ifadesidir. Örgüt Prestiji faktörünün genel ortalaması ise 3,80'dir. Buna göre, katılımcıların, örgütsel özdeşleşme düzeyleri ile ilgili olarak yüksek düzeyde örgüt prestiji algısına sahip oldukları söylenebilir. İkinci faktör olan “Özdeşleşme”, altı maddeden oluşmaktadır. Faktör yükleri ,828 ile ,767 arasında değişen bu altı maddenin açıklanan varyans oranı da 28,11 olarak tespit edilmiştir. Özdeşleşme faktörünü meydana getiren ifadelerin ortalamasına bakıldığında, 4,26 ile “Bu işletmeyi pek çok çalışanının da düşündüğü gibi büyük bir aile olarak görüyorum.” ifadesi en yüksek ortalama sahip iken, en düşük ortalama ise 3,76 ile “Mesleki ilerlememin kalan kısmını bu işletmede tamamlamak isterim.” ifadesidir. Özdeşleşme faktörünün genel ortalaması ise 3,97'dir. Buna göre, araştırmaya katılanların örgütsel özdeşleşme düzeyleri ile ilgili değersizleştirme algılarının 1. Faktöre göre yüksek düzeyde olduğu sonucuna varılabilir.

Tablo 3.3. Örgütsel Özdeşleşme Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktörler		Faktör yükleri	Öz Değer	Açıklanan Varyans (%)	Cronbach Alfa	Ortalama	Standart Sapma
1.Faktör: Örgüt Prestiji			4,37	33,68	,88	3,80	5,95
9	Kendimi çalıştığım işletmenin patronu gibi hissederim.	,802				3,78	1,26
2	Çalıştığım işletmenin misyonları benim kişisel gayelerimdir.	,750				3,80	1,11
4	Çalıştığım işletmenin toplumdaki izlenimi olumlu bir şekilde beni yansıtıyor.	,706				3,89	1,07
10	Biri çalıştığım işletme hakkında övgüyle bahsederse beni övmüş gibi hissederim.	,664				4,02	1,03
3	Diğer insanların çalıştığım işletme ile ilgili görüşlerini merak ederim.	,658				3,89	1,07
1	Başka işletmeler ile kıyaslandığında bu işletme benim için kusursuzluğun timsalidir.	,651				3,35	1,07
11	Medya araçları çalıştığım işletmeyi tenkit ederse bu durum beni utandırır.	,620				3,87	1,08
2. Faktör: Özdeşleşme			3,65	28,11	,87	3,97	4,89
6	İşletmeye faydası olacak işleri zorunda olmasam da yaparım.	,828				3,91	1,05
5	Çalıştığım işletme ile ilgili konuşurken “biz” ifadesini kullanırım.	,797				3,96	1
13	Bu işletmeyi pek çok çalışanının da düşündüğü gibi büyük bir aile olarak görüyorum.	,797				4,26	0,96
7	Mesleki ilerlememin kalan kısmını bu işletmede tamamlamak isterim.	,787				3,76	1,11
12	Muvaffak olma ve olmama gibi durumlarda kendimi işletmemin bir parçası olarak değerlendiririm.	,775				4	1,06
8	Stratejik ve iş kararlarına özgü imkanlarda işletme menfaatini göz önünde bulundururum.	,767				3,95	1,05

Tablo 3.4. Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Değişkenler	$\bar{X}$	S.S.	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.Cinsiyet	1,5	,50	1								
2.Yaş	26,79	4,86	-,066	1							
3.Medeni Durum	1,66	,47	,072	-,619**	1						
4.Eğitim Durumu	2,05	,52	-,169**	,332**	-,388**	1					
5.Görev Süresi	5,06	,98	-,103	,836**	-,644**	,305**	1				
6.Narsistik Rekabet	2,62	1,33	-,047	-,086	,069	,053	-,136*	1			
7.Narsistik Hayranlık	4,05	1,06	,007	-,253**	,117	,107	-,122*	,574**	1		
8.Örgüt Prestiji	3,80	,85	-,011	-,155*	,125*	,129*	-,063	,050	,366**	1	
9.Özdeşleşme	3,97	,81	,005	-,045	,051	,058	,016	-,109	,186**	,786**	1
***p<,001			**p<,01			*p<,05					

Araştırmaya katılan örneklemin demografik özellikleri ile narsistik hayranlık ve rekabet ölçeği ve örgütsel özdeşleşme ölçeğinin alt boyutları arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde, örneklemin eğitim durumu ve cinsiyet değişkenleri arasında anlamlı ve negatif yönde ilişki tespit edilmiştir. ($p<,01$). Katılımcıların medeni durum ve yaşları arasındaki korelatif ilişkinin negatif yönlü ve anlamlı olduğu gözlemlenmiştir. ($p<,001$). Araştırma dahilindeki örneklemin çalıştıkları işletmedeki görev süreleri ve yaşları arasındaki ilişkilere bakıldığında anlamlı farklılık olduğu ve korelatif ilişki yönünün pozitif olduğu tespit edilmiştir. ($p<,01$). Katılımcıların narsistik hayranlık düzeyleri ile yaşları arasındaki ilişkinin negatif yönlü ve anlamlı olduğu korelasyon tablosunda gösterilmiştir. ($p<,01$). Araştırma örnekleminin örgüt prestiji düzeyleri ile yaşları arasındaki ilişkiye bakıldığında negatif yönlü ve anlamlı bir sonuç elde edildiği görülebilmektedir. ($p<,05$). Ana değişkenlerin alt boyutları ve araştırmanın demografik öğelerinin de beraber ele alınarak uygulanan korelasyon analizinin bu kısmına kadar genel bir değerlendirme yapılacak olursa, medeni durum, eğitim durumu, görev süresi ve bağımsız değişkenin alt boyutu olan narsistik hayranlık ile bağımlı değişkenin alt boyutu olan örgüt prestiji değişkenlerinin katılımcıların yaşları ile negatif yönlü bir korelatif ilişki sağladığı söylenebilmektedir. Mevcut değişkenler katılımcıların yaşları arttıkça eksi yönde eğilim göstermektedirler. Katılımcıların eğitim durumu ve medeni durumları arasında anlamlı

ve negatif yönlü ilişkiye rastlanılmıştır. ($p<,01$). Örneklemin görev süresi ve medeni durumları arasındaki korelatif ilişkinin negatif yönlü ve anlamlı olduğu tabloda gösterilmiştir. ($p<,01$). Örgüt prestiji ve medeni durum arasındaki ilişkilere bakıldığında pozitif yönlü ilişkiye ve anlamlı değerlere ulaşılmaktadır. ($p<,05$). Katılımcıların görev süreleri ve eğitim durumları arasında anlamlı ve pozitif ilişkilere rastlanılmıştır. ($p<,01$). Örneklemin örgüt prestijine olan algıları ile eğitim durumları arasında anlamlı ve pozitif ilişkiye rastlanılmıştır. ($p<,05$). Örneklemin görev süresi ve rekabet alt boyutu arasında $p<,001$ düzeyinde negatif yönde ilişki olduğu tespit edilmiştir. Örneklemin görev süresi ve hayranlık alt boyutu arasında $p<0,5$ düzeyinde negatif yönde ilişki tespit edilmiştir. Korelatif ilişkilerin incelendiği mevcut korelasyon tablosunda katılımcıların narsistik hayranlık düzeyleri ile örgütsel özdeşleşme alt boyutları arasındaki ilişkileri anlamlı ve pozitif yönde sonuçlanarak gösterilmiştir. ($p<,01$).

Araştırma dahilinde narsistik hayranlık ve rekabet düzeyinin, örgütsel özdeşleşme üzerindeki etkisinin incelenmesi amacıyla, araştırma hipotezlerine ilişkin test edilmiş bulgular sonucu çoklu regresyon analizi uygulanmıştır.

Tablo 3.5. Çoklu Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Değişkenler	R	R ²	Beta	P	Tolerans	VIF
Cinsiyet	,202	,064	,014	,816	,971	1,029
Yaş	,202	,064	-,271	,016	,282	3,552
Medeni Durum	,202	,064	,140	,033	,831	1,203
Eğitim Durumu	,202	,064	,148	,027	,815	1,227
Görev Süresi	,202	,064	,262	,022	,273	3,662
Narsistik Hayranlık ve Rekabet Düzeyi	,202	,064	,102	,094	,971	1,030

Tablo 3.4'te görüldüğü üzere, çoklu doğrusallık sorununu ortadan kaldırmak amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. VIF değerlerinin tamamının 10'dan küçük olması, bu çalışmadaki regresyon analizlerindeki çoklu doğrusallık sorununun bulunmadığını kanıtlar niteliktedir.

Çoklu regresyon analizi sonuçlarının gösterildiği tabloda ilk olarak kontrol değişkenleri ve araştırmanın ana değişkenleri analize dahil edilmiştir. Cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu ve görev süresi değişkenlerini kapsayan demografik değişkenlerin örgütsel özdeşleşmeye etkisi pozitif yönde sonuçlanmıştır. Yaş, Medeni durum, eğitim durumu ve görev süresi anlamlı düzeyde sonuçlanmıştır. ($\beta=-271$, $\beta=,140$, $\beta=,148$, $\beta=,262$ ve $p<,05$). Araştırmanın ana değişkeni olarak ele alınan narsistik hayranlık ve rekabetin örgütsel özdeşleşmeyi pozitif yönde etkilediği gözlemlenmiştir fakat anlamlı düzeyde sonuç vermediği tespit edilmiştir. ($\beta=,102$ $p=0,94$). Elde edilen son bulgulara göre, narsistik hayranlık ve rekabet ve kontrol değişkenleri, örgütsel özdeşleşmeye ait olan toplam varyansın yaklaşık %4'ünü açıklamaktadır ve F değeri 2,869'dur.

Tablo 3.6. Kontrol Değişkenlerine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Örgüt Prestiji (β)	Özdeşleşme (β)
Cinsiyet	-,011	-,007
Yaş	-,354*	-,193
Medeni Durum	,144*	,054
Eğitim Durumu	,145*	,057
Görev Süresi	,275*	,221
Narsistik Rekabet	-,237***	-,322***
Narsistik Hayranlık	,470***	,359***
R^2	,197	,108
Düzeltilmiş R^2	,182	,091
F	13,113	6,491
P	,000	,000

*** $p<,001$

** $p<,01$

* $p<,05$

Araştırma değişkenleri için yapılan genel analizin ardından, boyutlar açısından da regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Yaş, medeni durum ve görev süresi değişkenlerinin örgüt prestiji üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkisinin olduğu gözlemlenmiştir. ($\beta=-,354$, $\beta=,144$, $\beta=,275$ ve $p<,05$). Diğer bir kontrol değişkeni olarak

ele alınan eğitim durumu değişkeninin örgüt prestiji üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkisinin olduğu tespit edilmiştir. ($\beta=,145$ ve $p<,05$). Araştırmanın ana değişkeni olan narsistik hayranlık ve rekabetin alt boyutu olan narsistik rekabet değişkeninin örgüt prestiji üzerinde anlamlı ve negatif yönde etkisi olduğu tespit edilmiştir. ($\beta=,237$ ve $p<,001$). Ana değişkenin ve aynı zamanda bağımsız değişkenin diğer bir alt boyutu olan narsistik hayranlığın örgüt prestiji üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkisi analiz sonucunda tespit edilmiştir. Narsistik rekabet boyutunun, özdeşleşme üzerinde anlamlı ve negatif yönde etkisi analiz sonucunda tespit edilmiştir. ($\beta=-,322$ ve $p<,001$). Narsistik hayranlık boyutunun, özdeşleşme üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkisinin olduğu analizin son anlamlı bulgusu olarak regresyon analizi tablosunda yer almaktadır. Ana değişkenler arasındaki anlamlılık değerlerine ve etki yönlerine bakıldığında, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde anlamlı ve güçlü bir etkisinin olduğu yapılan çoklu regresyon analizi sonucunda açıklanmıştır.

3.5.2.3. Demografik Değişkenler Açısından Araştırmanın Değişkenlerine İlişkin

Bulgular

Bu çalışmada demografik değişkenler olarak seçilen cinsiyet, medeni durum ve eğitim durumu değişkenlerinin, araştırma değişkenleri olarak ele alınan, narsistik hayranlık ve rekabet değişkeninin örgütsel özdeşleşme değişkenini etkileyeceği düşüncesinden kaynaklı izlenilen yol ile söz konusu bu demografik değişkenler, kontrol değişkenleri olarak t testine eklenmesi ile, bu değişkenler çerçevesinde araştırma değişkenlerine ait ortalamalar arasında herhangi bir farkın olup olmadığı test edilmiştir. Bu amacı somutlaştırmak amacıyla iki grup dahilinde toplanan kontrol değişkenleri için (medeni durum ve cinsiyet)“ bağımsız örneklem t testi (Independent T Test) ” ve ikiden fazla grup içinde toplanan kontrol değişkenleri (eğitim durumu) için ise “tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) ” uygulanmıştır.

Tablo 3.7. *Cinsiyet Değişkeni Açısından Örgütsel Özdeşleşme Algıları*

Değişkenler	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	Standart Sapma	t	p
Örgüt Prestiji	erkek	135	3,81	,82	,178	,283
	kadın	139	3,79	,88		
Özdeşleşme	erkek	135	3,97	,80	,081	,807
	kadın	139	3,98	,82		
Örgütsel Özdeşleşme	erkek	135	3,89	,77	,054	,887
	kadın	139	3,88	,80		

Cinsiyet değişkeni bakımından örneklemin örgütsel özdeşleşme anlayış düzeylerine ilişkin t testi bulguları tabloda gösterilmiştir. Tabloda gözlemlendiği üzere örgütsel özdeşleşmenin alt boyutlarının hiçbirinde anlamlı farklılıkların olmadığı tespit edilmiştir ve değişkenlerin ortalama değerlerinin birbirlerine yakın olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3.8. *Medeni Durum Açısından Örgütsel Özdeşleşme Algıları*

Değişkenler	Medeni Durum	N	$\bar{X}$	Standart Sapma	t	p
Örgüt Prestiji	evli	92	3,65	,98	-2,083	,000
	bekar	182	3,88	,76		
Özdeşleşme	evli	92	3,91	,89	-,842	,071
	bekar	182	4	,77		
Örgütsel Özdeşleşme	evli	92	3,78	,87	,011	,011
	bekar	182	3,94	,73		

Tabloda medeni durum bakımından örneklemin örgütsel özdeşleşme anlayış düzeylerine ilişkin t testi bulguları gösterilmiştir. Tabloya bakıldığında, araştırma değişkenlerinden bağımlı değişken olarak ele alınan örgütsel özdeşleşme değişkeninde

ve bu değişkenin alt boyutu olan örgüt prestijinde bekar katılımcıların evli katılımcılara göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu söylenebilmektedir. Mevcut iki bulgunun t testi sonucunda anlamlı farklılıklar oluşturduğu tespit edilmiştir. Bulgular ışığında, katılımcıların örgütleriyle daha çok özdeşleşen ve örgüt prestijini daha fazla önemseyen kısmının bekar bireyler olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 3.9. *Eğitim Durumu Değişkeni Açısından Örgütsel Özdeşleşme Algıları*

Değişkenler	Eğitim Durumu	N	$\bar{X}$	Standart Sapma	F	p
Örgüt Prestiji	lise	31	3,75	,39	3,742	,025
	lisans	198	3,74	,93		
	lisansüstü	45	4,12	,62		
Özdeşleşme	lise	31	4,00	,50	1,293	,276
	lisans	198	3,93	,87		
	lisansüstü	45	4,14	,72		
Örgütsel Özdeşleşme	lise	31	3,88	,39	2,624	,074
	lisans	198	3,83	,85		
	lisansüstü	45	4,13	,64		

Eğitim durumu bakımından yapılmış olan varyans analizinin bulguları tabloda gösterilmiştir.

Tabloda, eğitim durumu değişkeni çerçevesinde örneklemin örgütsel özdeşleşme algı düzeylerine ilişkin varyans analizi bulguları verilmiştir. Tablo incelendiğinde, yalnız örgütsel özdeşleşmenin alt boyutu olan örgüt prestiji değişkeninde anlamlı farklılık meydana gelmiştir. Mevcut anlamlı farklılığın hangi eğitim durumundan kaynaklandığını ortaya koymak amacıyla oldukça bilinen ve fazlasıyla kullanılan çoklu karşılaştırma testlerinden, LSD testi yapılmıştır. Yapılan testin bulguları olarak, örgütsel özdeşleşmenin alt boyutu olarak karşımıza çıkan örgüt prestiji düzeyinin anlamlı sonuç verdiği tespit edilmiştir. Prestij alt boyutu açısından, en yüksek prestij düzeyine sahip olan katılımcıların lisansüstü eğitime sahip kişiler olduğu gözlemlenmiş ve beraberinde lise ve lisans eğitime sahip katılımcılar oldukça yakın bir ortalama ile analizde yerini almıştır. Örgütsel özdeşleşme değişkeni ile alt boyutu olan özdeşleşme boyutunun, örneklemin eğitim durumu ile yapılan ANOVA testinde anlamlı sonuç vermediği gözlemlenmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Narsistik hayranlık ve rekabet düzeylerinin, örgütsel özdeşleşme algılarını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada, konuya detaylı bir literatür araştırması yapılarak yaklaşılmıştır. Literatürde geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış ölçekler kullanılarak örneklem test edilmiş ve bilimsel yazın alanına farklı bir düşünce yönü kazandırılmaya yönelik bulgular elde edilmiştir. Çalışmanın başında belirtilen amaç doğrultusunda, özel işletme faaliyeti içerisinde bulunan çalışan bireylerin sergilenen narsistik hayranlık ve rekabet düzeyleri ile örgütsel özdeşleşme algıları arasındaki etkileşim ortaya konularak, narsistik hayranlık ve rekabet düzeylerinin örgütsel özdeşleşme algılarını hangi yönde etkilediği belirlenmiştir.

Mevcut tez çalışmasında narsistik hayranlık ve rekabet ile örgütsel özdeşleşme kavramları ve bu kavramlar arasındaki ilişkiler, bölümler halinde ayrıntılı literatür araştırması çerçevesinde ele alınmıştır. Tez çalışmasının teorik zemini şu şekilde çerçeveselendirilmiştir: Araştırmanın ana değişkenlerinden olan narsistik hayranlık ve rekabet kavramları, her yeni kavramda olduğu gibi, zamanla değişen insan algıları, bu algıların zihinlere yerleşmesinden sonra bireyin bu algıları davranışa dönüştürmesi sonucunda ortaya çıkmış olan kavramlardır. Çünkü birey, yaşadığı toplum içinde diğer bireylerle belirli alanlarda belirli şekil ve unsurlarla etkileşim halinde olarak kendisine yeni veya olduğundan başka bir insan profili kimliği geliştirmektedir.

Çalışmanın bağımsız değişkeni olarak ele alınan narsistik hayranlık ve rekabet olgusu, bireyin doğumuyla beraber etkisini gösteren ve aynı zamanda bireyin hem kendisi ile hem de etkileşim halinde olduğu karşı küme ile kıyasıya bir mücadele içinde olmasına sebep olan klinik bir vaka niteliğinde yazın alanına dahil olmuştur. Araştırmanın bağımlı değişkeni olarak ele alınan örgütsel özdeşleşme olgusu ise, insan faaliyeti ile meydana gelen örgütün sağlıklı bir ömrü olması açısından yadsınamaz bir niteliğe sahiptir. Örgüt faaliyeti, kişisel hıslardan sıyrılmış, kendisini örgütünden üstün görmeyen ve aynı zamanda örgütünü anlatırken kendisini anlatıyor edasıyla betimleyen kişiler tarafından sürdürülebilir olacaktır. Aksi takdirde, çalışan birey örgütünden ayrılarak muhalif bir kimliğe bürünecektir.

Hayranlık ve rekabet kavramları, kişinin yaşam ve iş faaliyetlerinin her aşamasında etkisini oldukça göstermektedir. Kişi ilk önce kendisine hayran olur, sonra yaptığı işe ve en sonda ise iş faaliyeti içinde bağlı olduğu kuruma hayran olur. Hayranlığı açıklarken, kişinin büyüklenme, benzersizlik ve cazibe hislerini de göz önünde bulundurmamızdır. Mevcut üç unsur, aslında biraraya geldiğinde, kişiyi örgütünden uzaklaştırarak ben merkezci bir davranış modeline yönlendirmektedir. Örgüt ile özdeşleşme bakımından avantajlı yöne çevirmek amacıyla, kişinin örgüt kimliğine bürünmesi, kendisine hayranlık duymak yerine örgütüne hayranlık duyması ile daha net ve olumlu şekilde açıklanabilecektir.

Araştırmanın son kısmında yapılan analizler sonucu uygulamada elde edilen sonuçlar aşağıda açıklanmıştır:

Mevcut çalışmada iki çeşit farklı yazın alanlarına katkı sağlayan kavramlar kullanılmıştır. Bağımlı ve bağımsız değişken olmak üzere etkileşim halinde olmaları amacıyla biraraya getirilen narsistik hayranlık ve rekabet ile örgütsel özdeşleşme kavramları, çalışma sonucunda belirli noktalarda pozitif ve negatif yönlü olarak anlamlı farklılıkla sonuçlanmış veriler ile ideal bir etkileşim modeli içerisinde açıklanmaya çalışılmıştır.

Narsistik hayranlık ve rekabet kavramını, olumlu yönde açıklayan bilimsel çalışmalar olduğu gibi, olumsuz yönde etkileşim halinde ele alan akademik metinler de yazın alanında yer almaktadır. “Howard S. Schwartz (1990), Narcissistic Process And Corporate Decay, The Theory of the Organization Ideal”, adlı yayınladığı kitabında narsistik süreç ve kurumsal çürüme konusunu Amerika Birleşik Devletleri’ndeki endüstriyel faaliyetleri inceleyerek açıklığa kavuşturmuştur. Örgüt faaliyetlerindeki çürüme olarak adlandırdığı unsurun sebebini narsistik duygular teorilerine değinerek ifade etmiştir. Fakat, Carol R. (2001), yaptığı çalışmasında, örgütsel kimlik ile psikolojik bağlılık kavramlarını ilişkilendirmiştir ve çalışmasını çok uluslu şirketlerdeki faaliyetleri inceleyerek şekillendirmiştir. Bu çalışmanın temel bulgusu, çalışanların yerel iştirakle ve küresel bir varlık olarak örgütleriyle özdeşleşmesine yönelik farklı öncüller var gibi görünse de asıl olan unsur, örgütüne psikolojik olarak bağlı olan bireyin zamanla örgütsel bir kimliğe bürünmesidir. Zamanla bürünülen örgütsel kimlik, örgütsel özdeşleşmenin temel taşı olup narsistik süreç ile ortaya çıkmıştır.

Aynı şekilde örgütsel özdeşleşme kavramı da birçok bilimsel yayında incelenme unsuru olarak ele alınmıştır. Örgütsel özdeşleşme kavramı, birçok makale ve tez çalışmalarında bağımlı ve bağımsız değişken olabildiği gibi, aracı değişken konumunda da çalışmaya

dahil edilmiştir. “KARATAŞ S., TAŞ A., (2017). İLK VE ORTAOKULLARDAKİ ÖĞRETMENLERİN NARSİSTİK KİŞİLİK EĞİLİMLERİ İLE ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME DÜZEYİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ” adlı çalışmada, ilkokul ve ortaokul bünyesinde çalışmakta olan öğretmenlerin narsistik eğilimleri ile örgütsel özdeşleşmeleri arasında düşük seviyede olmak üzere anlamlı ve pozitif ilişkiler ortaya çıkmıştır.

Araştırmanın ilk amacı olan narsistik hayranlık ve rekabet örgütsel özdeşleşmeyi etkiler mi problemi elde edilen bulgular çerçevesinde netlik kazanmıştır. Korelasyon analizinden elde edilen verilerin daha açıklayıcı olması amacıyla narsistik hayranlık ve rekabetin örgütsel özdeşleşme üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Ana değişkenlerin dahil edildiği ve ayrıca alt boyutların birbirleriyle olan etkileşimlerini ortaya koymak amacıyla ilk regresyon analizinin sonrasında ikinci bir regresyon analizi uygulanmıştır.

Uygulama sonucunda, narsistik rekabet alt boyutunun örgüt prestiji alt boyutunun üzerinde anlamlı ve negatif yönde bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. ($\beta = -.237^{***}$). Mevcut tespit, araştırma hipotezini destekler niteliktedir. Regresyon analizi tablosu incelendiğinde, narsistik rekabet alt boyutunun özdeşleşme alt boyutu üzerindeki etkisinin anlamlı ve negatif yönde olduğu gözlemlenmiştir. ($\beta = -.322^{***}$). Bu sonuçta aynı şekilde araştırma hipotezini destekler niteliktedir. Bağımsız değişken olan narsistik hayranlık ve rekabet kavramının ikinci alt boyutu olan narsistik hayranlığın, örgütsel özdeşleşmenin iki alt boyutunun üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkisi olduğu regresyon analizi sonucu tespit edilmiştir. ($\beta = .470^{***}$ ve $\beta = .359^{***}$).

Mevcut bulgu, araştırmaya ait iki hipotezi reddedecek niteliktedir. Elde edilen sonucu açıklayacak olursak, bireyin kendini olduğundan fazla sevme davranışı olarak karşımıza çıkan narsistik hayranlık ve beraberinde gelişen rekabet olgusu, örgütüyle özdeşleşmeyi başarabilen bireyde, örgüt kimliğine bürünmüş kişiye olumlu etkide bulunmaktadır. Kişi, örgütünü hayranlık uyandıracak şekilde sevdiğinde, örgütünün algılanan prestijine bağlılık ölçütünde inandığında, örgütünü kendisini anlatıyormuş gibi anlatarak özdeşleşme olgusunu yerine getirecektir.

Araştırmanın temel amacı olarak ele alınan, bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni etkileme uygulaması, anlamlı sonuçlar vererek literatüre katkı sağlama amacı gerçekleştirilmiştir. Pozitif ve negatif yönlü etki değerlerine ulaşılmıştır. Çalışmanın niteliğinin artırılması ve değişkenler arasındaki düzeylerin belirlenmesi amacıyla

demografik özelliklerin ayrı ayrı ana değişken ve alt boyutlarına ilişkin t testleri uygulanmıştır.

Uygulama sonucu elde edilen verilere göre, narsistik hayranlık ve rekabet kavramının alt boyutu olan narsistik rekabet değişkeninin anlamlı sonuç verdiği gözlemlenmiştir. Bulgulara göre, örnekleme oluşturan bekar katılımcıların rekabet düzeyleri evli katılımcıların rekabet düzeylerine oranla daha yüksektir. Anlamlılık değerine yakın olan fakat anlamlı farklılık göstermeyen hayranlık düzeylerine ilişkin, bekar katılımcıların, evli katılımcılara göre kendilerine daha fazla hayran oldukları söylenebilmektedir. Medeni durum açısından örgütsel özdeşleşme düzeyi ve alt boyutlarının incelendiği t testi bulgularına göre sadece örgüt prestiji alt boyutu anlamlı sonuç vermiştir. Bulgulara göre, bekar katılımcıların örgütün prestij algısına olan düzeyleri, evli katılımcılara göre daha yüksektir. Örneklemin eğitim durumuna ilişkin yapılan varyans analizi bulgularına göre, narsistik rekabet alt boyutu anlamlı sonuç vermiştir. Bulgulara göre, lisans eğitimine devam etmekte olan ya da lisan mezunu olan katılımcıların rekabet algıları lise ve lisansüstü eğitime sahip olan ya da lise ve lisansüstü mezunu olan katılımcılara göre daha yüksektir. Örgütsel özdeşleşme düzeyinin ve alt boyutlarının dahil edildiği, örneklemin eğitim durumuna ilişkin yapılan varyans analizi sonucuna göre, örgüt prestiji alt boyutu anlamlı sonuç vermiştir. Elde edilen verilere göre, eğitim durumu lisansüstü olan katılımcıların, örgütün prestijine olan algıları diğer eğitim durumuna sahip olan katılımcılar göre daha yüksektir.

Mevcut araştırmadan elde edilen sonuçlara ilişkin veriler çerçevesinde aşağıdaki öneriler yapılabilir:

Çalışmanın uygulandığı örneklem dahilinde, incelenen narsistik hayranlık ve rekabetin örgütsel özdeşleşme üzerindeki etkisi ortaya konulmuştur. Elde edilen bulgular, özdeşleşme problemi bulunan işletmeler ve örgüt grupları açısından faydalı ve çözüm odaklı olabilir.

Günümüzde çalışan bireylerin kişisel hırsları faaliyette bulundukları örgüt oluşumuna zarar vermektedir. Narsistik hayranlığın örgütsel özdeşleşme unsurunu pozitif etkilemesi sonucu, bundan sonra yapılacak araştırmaların yazın alanını genişletecek, araştırmaya konu olan örneklemin tam kapasiteli özdeş bireyler olmasını hızlandırıcı etkide bulunacaktır.

Özdeşleşme kavramını tek başına ya da birçok farklı çalışmada yakın anlamlı değişkenlerle etkileşim halinde görmekteyiz. Mevcut çalışmanın, bağımsız değişkeni olan narsistik hayranlık ve rekabet ile etkileşim haline sokularak incelenmesi özgün bir çalışma olacağı düşüncesini pekiştirmektedir.

Araştırmanın sonucunda elde edilen verilerden hareketle narsistik hayranlık ve rekabetin örgütsel özdeşleşme üzerinde anlamlı etkilerinin olduğu ortaya konulmuştur. Narsistik rekabetin örgütsel özdeşleşme kavramının alt boyutları üzerindeki etkisinin anlamlı ve negatif yönde olduğu ispatlanmıştır. Beraberinde narsistik hayranlığın örgütsel özdeşleşme kavramının alt boyutları üzerindeki etkisinin anlamlı ve pozitif yönde olduğu ispatlanmıştır. Araştırma için kurulan hipotezlerin bir kısmına zıt olarak, bireyin hayranlık düzeyinin, kendisinden bağımsız olarak faaliyet gösterdiği örgütüne yönelik olması narsistik hayranlık ve rekabetin örgütsel özdeşleşme üzerindeki olumlu etkilerini ortaya çıkarmıştır.

Bu araştırma sonucunda elde edilen bulgular, spor işletmelerinde çalışan bireyleri kapsamakta ve genelleme yapılmamaktadır. Bu durumun asıl nedeni, mevcut tezin yazıldığı süreçte dünyada meydana gelen pandemi sürecinin olumsuzlukları, örnekleme ulaşım imkanlarının kısıtlılığı ve maliyet gibi ana engelleyici unsurlardır. Literatür yazınında yapılacak olan çalışmalarda, bu çalışmanın örnek teşkil etmesi, araştırmaların farklı düşünce boyutlarıyla tasarlanması açısından faydalı olacaktır.

Genel olarak incelendiğinde, iki ana değişkenin birbirlerini olumlu ve olumsuz yönde etkilediği söylenebilmektedir. Çalışmanın bulgularından yola çıkarak, etkileşim dengesi detaylı düşünüldüğünde, iki değişkenin de olumlu yanları bireylerde tespit edilerek verimli iş, çalışma ortamları oluşturabilir ve ardından örgütüyle tam kapasiteli özdeş, narsistik hayranlık ve rekabet düzeyi kendisini örgütüyle bütünleştiren bireyde örgütünü sevme ve bağlı olma açısından üst düzeyde olan birey unsuru oluşturulabilecektir.

NARSİSTİK HAYRANLIK VE REKABET ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMEYİ ETKİLER Mİ: ÖRNEK BİR UYGULAMA

Değerli katılımcı,

Yukarıda adı geçen çalışma, Doç. Dr. Cem KAHYA danışmanlığında yürütülen yüksek lisans tezine ilişkindir. Bu tezdeki amacımız, narsistik hayranlık ve rekabetin örgütsel özdeşleşme üzerindeki rolünü ortaya çıkarmaktır. Sizleri, söz konusu kavramlarla ilgili bilgilendirmek gerekirse: Narsistik Hayranlık ve Rekabet, literatürde bir kişilik bozukluğu olarak karşımıza çıkan ve bireylerin kendisine hayranlık uyandıracak şekilde sevgi duymasını ifade ederken, Örgütsel Özdeşleşme ise, işgören bireylerin örgüt amaçlarını kendi amaçları olarak görmesi ve bireyin örgütünü tanımlarken kendini tanımlıyor gibi örgütüyle bütünleşmesi olarak tanımlanmaktadır. Anketi doldurmak maksimum 10 dakikanızı alacaktır. Sizden özellikle ricamız, vereceğiniz cevaplar araştırma sonuçlarını doğrudan etkileyeceğinden anketi samimi bir şekilde doldurmanızdır. Bu çalışma için değerli katkılarınızı bekliyor, göstereceğiniz hassasiyetten ötürü teşekkürü bir borç biliyorum.

Tanımlayıcı Bilgiler

Cinsiyetiniz : () Erkek () Kadın
Yaşınız :(Lütfen yazınız)
Medeni durumunuz : () Evli () Bekar
Eğitim Durumunuz : () Lise () Lisans () Lisansüstü
Göreviniz :(Lütfen yazınız)
Bu Meslekteki Görev Süreniz :(Lütfen yazınız)

LÜTFEN ARKA SAYFAYA GEÇİNİZ.

Narsistik Hayranlık ve Rekabet Ölçeği

Aşağıdaki ifadeler, iş yerinizdeki çalışanların narsistik hayranlık ve rekabet düzeylerini belirlemeye yöneliktir. Lütfen bu ifadelere katılım düzeyinizi size en uygun seçeneği işaretleyerek belirtiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Mükemmel bir insanım.	1	2	3	4	5	6
2	İleride meşhur biri olacağım.	1	2	3	4	5	6
3	Ne denli eşsiz biri olduğumu başkalarına gösteririm.	1	2	3	4	5	6
4	Diğerleri beni sönük bırakırsa öfkelenirim.	1	2	3	4	5	6
5	Kazanımlarımdan oldukça zevk alırım.	1	2	3	4	5	6
6	Rekabet içinde olduğum kişilerin mağlubiyetinden gizli bir keyif alırım.	1	2	3	4	5	6
7	Muhabbet esnasında çoğu kez insanların dikkatini üzerime çekebilirim.	1	2	3	4	5	6
8	Mükemmel bir karakter olarak değerlendirilmeyi hak ediyorum.	1	2	3	4	5	6
9	Rekabet içinde olduğum insanların başarısız olmasını isterim.	1	2	3	4	5	6
10	Diğerlerinin benden alt pozisyonda olmaları beni mutlu eder.	1	2	3	4	5	6
11	Tenkit edildiğimde oldukça mutsuz olurum.	1	2	3	4	5	6
12	Benden ayrı birinin ilgi odağı olmasını kesinlikle kabullenemem.	1	2	3	4	5	6
13	Çoğu insan bir şey elde edemez.	1	2	3	4	5	6
14	Öbür insanların hiçbir kıymeti yoktur.	1	2	3	4	5	6
15	Oldukça değerli biri olmak bana fazlasıyla kuvvet verir.	1	2	3	4	5	6
16	Gerçekleştirdiğim fevkalade işlerle ilgi odağı olabiliyorum.	1	2	3	4	5	6
17	Çoğu insan bir şekilde eziktir.	1	2	3	4	5	6
18	Genellikle başkalarını yönetme konusunda fazlasıyla başarılıyım.	1	2	3	4	5	6

Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği						
Aşağıdaki ifadeler, iş yerinizdeki çalışanların örgütsel özdeşleşme düzeylerini belirlemeye yöneliktir. Lütfen bu ifadelere katılım düzeyinizi size en uygun seçeneği işaretleyerek belirtiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Başka işletmeler ile kıyasladığımda bu işletme benim için kusursuzluğun timsalidir.	1	2	3	4	5
2	Çalıştığım işletmenin misyonları benim kişisel gayelerimdir.	1	2	3	4	5
3	Diğer insanların çalıştığım işletme ile ilgili görüşlerini merak ederim.	1	2	3	4	5
4	Çalıştığım işletmenin toplumdaki izlenimi olumlu bir şekilde beni yansıtıyor.	1	2	3	4	5
5	Çalıştığım işletme ile ilgili konuşurken “biz” ifadesini kullanırım.	1	2	3	4	5
6	İşletmeye faydası olacak işleri zorunda olmasam da yaparım.	1	2	3	4	5
7	Mesleki ilerlememin kalan kısmını bu işletmede tamamlamak isterim.	1	2	3	4	5
8	Stratejik ve iş kararlarına özgü imkanlarda işletme menfaatini göz önünde bulundururum.	1	2	3	4	5
9	Kendimi çalıştığım işletmenin patronu gibi hissedirim.	1	2	3	4	5
10	Biri çalıştığım işletme hakkında övgüyle bahsederse beni övmüş gibi hissedirim.	1	2	3	4	5
11	Medya araçları çalıştığım işletmeyi tenkit ederse bu durum beni utandırır.	1	2	3	4	5
12	Muvaffak olma ve olmama gibi durumlarda kendimi işletmemin bir parçası olarak değerlendiririm.	1	2	3	4	5
13	Bu işletmeyi pek çok çalışanın da düşündüğü gibi büyük bir aile olarak görüyorum.	1	2	3	4	5

KAYNAKÇA

- Akhtar, S. ve Thompson, J. A. (1982). Overview: Narcissitic personality disorder. *American Journal of Psychiatry*, 139(1), 12-20.
- Alanka Ö., Ezik A., (2016). Dijital Kibir: Sosyal Medyadaki Narsistik Ritüellere İlişkin Bir İnceleme, Trt Akademi , ISSN 2149-9446 Cilt 01 Sayı 02 Temmuz 2016 Dijital Medya Sayısı.
- Alicke, M. D., & Sedikides, C. (2009). Self-enhancement and selfprotection: What they are and what they do. *European Review of Social Psychology*, 20, 1-48. doi:10.1080/10463280802613866
- Ames, D.R., Rose, P. ve Anderson, C.P. (2006) “The NPI-16 as a Short Measure of Narcissism”, *Journal of Research in Personality*, 40:440-450
- Ashforth B.E., Mael F.A., (1989)., *Social Identity Theory and the Organization*, Academy of Management review, 1989, Vol. 14. No. 1, 20-39.
- Ashforth, B. E., Harrison, S. H., & Corley, K. G. (2008). Identification in organizations: An examination of four fundamental questions. *Journal of Management*, 34, 325-374.
- Atay, S., (2009). Narsistik kişilik Envanterinin Türkçe’ye Standardizasyonu, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 11 / 1 (2009). 181-196.
- Back, M. D., Küfner, A. C., Dufner, M., Gerlach, T. M., Rauthmann, J. F., & Denissen, J. J. (2013). Narcissistic admiration and rivalry: Disentangling the bright and dark sides of narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 105(6), 1013.
- Bosson, J. K., & Weaver, J. R. (2011). I Love me some me. *The handbook of narcissism and narcissistic personality disorder: Theoretical approaches, empirical findings, and treatments*, 14, 261–271.
- Carol R. (2001). Antecedents Of Organizational Identification in Multinational Corporations: Fostering Psychological Attachment To The Local Subsidiary And The Global Organization *INT. J .Of Human Resource Management* 12:8, 2001. p: 1269-1291.
- Cheney, G. ve Tompkins P.K. (1987). “Coming to Terms with Organizational Identification and Commitment”, *Central States Speech Journal*, 38:1,1-15.
- Cihangiroğlu N., Teke A., Uzuntarla Y., Uğrak U., (2015). Narsist kişilik Eğilimleri ile Kurumsal Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Analizi, *Yönetim ve Ekonomi*

Curun, F. (2013). Narsisizme Alternatif Bakışlar, <http://populerpsikoloji.com/article-detail/id/68>, Erişim Tarihi: 24.03.2016.

Çakınberk A., Derin N., Demirel E.T., (2011). Örgütsel Özdeşleşmenin Örgütsel Bağlılıkla Biçimlenmesi: Malatya ve Tunceli Özel Öğretim Kurumları Örneği, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 2011.

Çiçek, İ , Zehir, C . (2019). Kurum Kültürü Bağlamında Grupla Özdeşleşme . İzmir İktisat Dergisi , 34 (3) , 443-471 . DOI: 10.24988/ije.2019343819.

Demirci, İ. ve Ekşi, F. (2017). Büyüklenmeci narsisizmin iki farklı yüzü: Narsistik hayranlık ve rekabetin mutlulukla ilişkisi. Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 46, 37-58.

Douglas T. Hall, (1970). Benjamin Schneider and Harold T. Nygren Administrative Science Quarterly Vol. 15, No. 2 (Jun., 1970), pp. 176-190 (15 pages) Published By: Sage Publications, Inc.

DUKERICH, J.M., GOLDEN B.R., SHORTELL S.M., (2002). Keeping An Eye On The Beholder: The Impact Of Organizational Identification, Identity And Image On The Cooperative Behaviors Of Physicians, Administrative Science Quarterly , 47, 507-533.

Dutton, J.E., Dukerich, J.M., ve Harquail, C.V. (1994). “Organizational Images and Member Identification”, Administrative Science Quarterly, 39, 239-263.

Eker D., (2015). Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi (Journal of Research in Education and Teaching) Kasım 2015 Cilt:4 Sayı:4 Makale No: 13 ISSN: 2146-9199.

Ertekin Y., Yurtsever G., (2001). Amme İdaresi Dergisi, Cilt 34 Sayı 3, Eylül 2001, s.37-46.

Evren C., (1997). Narsisizm, BDS Yayınları, İstanbul, 1997.

Garmon, M. (2004), “The Relationship between Organizational Learning, Culture, Image, Identity and Identification: An Empirical Study”, Touro University International College of Business Administration, Cypress, California.

Haritos T. & Dena., (2009). "An exploration of the influence of institutional factors and practices on organizational identification in students enrolled in transnational university partnership programs". *Dissertations available from ProQuest*. AAI3354347.

Howard S. Schwartz, (1990). *Narcissistic Process And Corporate Decay, The Theory of the Organization Ideal*, New York University.

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=f5dfc046-4b74-4eda-8eff-7d86421630cb%40pdc-v-sessmgr04> (Açık erişim).

<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/165796> = Örgütsel Özdeşleşme Kavramı tanımı, açıklama

Kantep P., (2014). Narsistik Kişilik Özelliğinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisinde Örgüt İkliminin Düzenleyici Rolü / The Moderating Role of Organizational Climate in the effect of Narcissistic Personality Characteristic on Organizational Citizenship Behavior, *İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*; İstanbul Iss. 76, (2014): 160-184.

Karaaziz, M. ve Atak İ.E., (2013). Narsisizm ve Narsisizmle İlgili Araştırmalar Üzerine Bir Gözden Geçirme. *Nesne*, 1 (2), s.44-59. DOI: 10.7816/nesne-01-02-03.

Karabey N. C. (*), İşcan Ö. F. (**), (2007). Örgütsel Özdeşleşme, Örgütsel İmaj ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi: Bir Uygulama *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt:21 Haziran 2007 Sayı: 2.

Karataş S. (*), TAŞ A. (**), (2017). İLK VE ORTAOKULLARDAKİ ÖĞRETMENLERİN NARSİSTİK KİŞİLİK EĞİLİMLERİ İLE ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME DÜZEYİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ, cilt 3, sayı 1, sayfalar (92-121).

Kerse G., Karabey C.N., (2017). Algılanan Örgütsel Desteğin Örgütsel Özdeşleşmeye Etkisi Örgütsel Sinizmin Aracı Rolü, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, s.375-398, Cilt: 6 Sayı: 4, ISSN: 1624-7215.

Kızıloğlu, E., Güllü S., Şahin S., (2017). Algılanan Örgütsel Prestijin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkisi: Öğretmenler Üzerinde Bir Uygulama, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları 2017*, s.69-79.

Kohut, H. (1971). *The Analysis of the Self*, New York: International Universities Press.

Kohut, H. (2004). *Kendiliğin Çözümlemesi*. (Çev. Cem Atbaşoğlu, Banu Büyükkal, Cüneyt İşcan). İstanbul: Metis Yayınları. (1971).

Kreiner G.E. ve Ashforth B.E., (2004). Evidence toward an expanded modal of organizational identification, *Journal of Organizational Behavior*, 25, 1-27.

Levy, K. N., Ellison, W. D., & Reynoso, J. S. (2011). A historical review of narcissism and narcissistic personality. In W. K. Campbell & J. D. Miller (Eds.), *The Handbook of Narcissism and Narcissistic Personality Disorder, Theoretical Approaches, Empirical Findings, and Treatments* (pp. 3-13). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.

Mael F., Ashforth B. E., March (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification, *Journal of Organizational Behavior*/Volume 13, Issue 2.

Manley H.*, (2018). The effect of narcissistic admiration and rivalry on mental toughness Somboon Jarukasemthawee, Kullaya Pisitsungkagarn Faculty of Psychology, Chulalongkorn University, Bangkok, Thailand.

March, Simon J.G., Herbert A., (1975). Örgütler, Çev. Bozkurt Ö. – Onaran O., TODAİE Yayınları Ankara, 1975:129.

Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, Haziran 2017, 46: 37-58

Masterson, J. F. (1993). The emerging self: A developmental self and object relations approach to the treatment of the closet narcissistic disorder of the self. New York, NY: Brunner/Mazel.

McWilliams, N. (1994). Psychoanalytic diagnosis. Understanding personality structure in the clinical setting. New York: The Guilford Press.

Miller, J. D., & Campbell, W. K. (2011). Addressing criticisms of the narcissistic personality inventory (NPI). In W. K. Campbell & J. D. Miller (Eds.), *The handbook of narcissism and narcissistic personality disorder, theoretical approaches, empirical findings, and treatments* (pp. 146–152). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.

Miller, J. D., Gentile, B., & Campbell, W. K. (2013). A test of the construct validity of the Five-Factor Narcissism Inventory. *Journal of Personality Assessment*, 95, 377–387.

Morf, C. C., Horvath, S., & Torchetti, L. (2011). Narcissistic selfenhancement: Tales of (successful?) self-portrayal. In M. D. Alicke & C. Sedikides (Eds.), *Handbook of self-enhancement and self-protection* (pp. 399 – 424). New York, NY: Guilford Press

Öcal H., & Özkara B., (2018). Yönetim Bilimleri Dergisi /Journal of Administrative Sciences, Cilt/Volume 16, Sayı/N: 32 ss.pp.: 609-628- 2018.

- Pincus, A. L., & Lukowitsky, M. R. (2010). Pathological narcissism and narcissistic personality disorder. *Annual Review of Clinical Psychology*, 6, 421-446.
- Polat M., (2009). Örgütsel Özdeşleşmenin Öncülleri ve Ardılları Üzerine Bir Saha Çalışması (Doktora Tezi), Yayınlanmamış doktora tezi. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Polat M., Meydan C.H., (2010). Örgütsel Özdeşleşmenin Sinizm ve İşten Ayrılma Niyeti ile İlişkisi Üzerine Bir Araştırma.
- Pratt M.G. (2000). “The Good and the Bad, and the Ambivalent”: Managing Identification among Amway Distributors”, *Administrative Science Quarterly*, 45:3, Örgütsel Özdeşleşme Kavramı ve İletişim Etkinliği İlişkisi, Tüzün , Çağlar, 2008 1026 456-493.
- Rapier, Mary L., (2005), An Interview Study Of Narcissistic Executives: Piercing The Corporate Veil of Narcissism In The Workplace” Saybrook Graduate School and Research Center, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Raskin, R. & Terry, H. (1988). A Principal-Components Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of Its Construct Validity, *Journal of Personality and Social Psychology* 1988, Vol. 54, No. 5,890-902.
- Rhodewalt, F., Tragakis, M. W. ve Finnerty J. (2006). “Narcissism and Self-Handicapping: Linking SelfAggrandizement To Behavior, *Journal of Research in Personality*”, 40(5), 573–597.
- Rozenblatt S., (2002). In Defence of Self: The relationship of Self- Esteem and Narcissim to Aggressive Behavior Long Island University, Psychology, Yayınlanmış Doktora Tezi, USA.
- Sammarra A. & Biggiero L., (2001). Identity and Identification in Industrial Districts, *Journal of Management and Governance* 5: 61–82, 2001. © 2001 Kluwer Academic Publishers. Printed in the Netherlands.
- Scot C.R, Corman S.R. ve Cheney G., (1998). "Development of Structural Model of Identification in the Organization", *Communication Theory*, 8(3), 298-336.
- Scott, Susanne. G., & Lane, Vicki R. (2000). A stakeholder approach to organizational identity. *Academy of Management review*, Vol. 25, No. 1: 43-62.

Sezici, Emre. (2012). Örgütsel Özdeşleşme. Örgütsel Davranışta Güncel Konular içinde. Editör: Özler, Derya Ergün, 167-193, 2. Baskı, Ekin Basın Yayın Dağıtım, Bursa.

Smidts, A., Pruyn, A. T. H., Van Riel, C. B. M. (2001). “The impact of employee communication and perceived external prestige on organizational identification”, *Academy of Management Journal*, 44 (5), 1051-1062.

Solnet, D. (2006). “Introducing employee social identification to customer satisfaction research a hotel industry study”, *Managing Service Quality*, Cilt: 16, Sayı: 6, 575-594.

Taştan S., (2019). *Istanbul Management Journal*, Liderlikte İşlev Dışı Davranış Örüntüleri ve Patolojik Narsisizm: Psikanalitik Kuram Temelli bir Değerlendirme, 2019, (87: s.49–91).

Tüzün İ.K., Çağlar İ., (2008). Örgütsel Özdeşleşme Kavramı ve İletişim Etkinliği İlişkisi, *Journal of Yaşar University*, 3(9), 1011-1027.

Van Dick, R. Wagner U., Stellmacher J. ve diğerleri (2005). “Category Salience and Organizational Identification”, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78:273-285.

Wallace, H. M., & Baumeister, R. F. (2002). The performance of narcissists rises and falls with perceived opportunity for glory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(5), 819–834.

