

Etik Pozisyon Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenilirliğine İlişkin Bir Çalışma¹

A Study About The Validity and Reliability of Ethical Position Scale

Murat Burucuoğlu² Evrim Erdoğan³

ÖZ

Etik pozisyonlar, bireylerin etik konulara ilişkin değerlendirmelerinin önemli belirleyicilerinden birisi olarak görülmektedir. Psikoloji alanında çalışmalarda kullanılan yaygın kullanım alanı bulan ölçek, son yıllarda yönetim ve pazarlama alanlarında da kullanılmaya başlamıştır. Ancak ölçeğin karmaşık ve anlaşılması zor ifadelerden oluşması geçerlilik ve güvenilirlik sorunları yaşanmasına neden olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, literatürde işletme ve tüketici davranışlarına ilişkin çalışmalarda kullanımı giderek artan Etik Pozisyon Ölçeği'ne ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarına katkıda bulunmaktır. Araştırma kapsamında anket yöntemi ile toplanan veriler SPSS ve AMOS istatistik paket programları ile analiz edilmiştir. Elde edilen veriler doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Ölçeğin orijinalinde olduğu gibi idealizm ve rölativizm olmak üzere iki boyutlu bir ölçek olarak kullanılabilceği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etik Pozisyon Ölçeği, İdealizm, Rölativizm

ABSTRACT

Ethical positions are seen as one of the most important indicatives of evaluations and assessments of individuals about ethical issues. This scale which has a broad and common usage in studies in the field of Psychology, is started to be used in management and marketing. But since the scale consists of complicated and inexplicable expressions and statements, it causes problems in validity and reliability manner. The aim of this study is to make contribution to the validity and reliability studies about Ethical Position Scale which is commonly used in business and consumers' behaviors in literature. Data that were collected by survey method within the scope of research were analyzed by using SPSS and AMOS statistical package programs. Data that were obtained as a result of analyses were subjected to the confirmatory factor analysis. As in the original scale, it was precipitated that the scale could be used as a two-dimensional scale such as idealism and relativism.

Keywords: Ethical Position Scale, Idealism, Relativism

¹ Bu çalışma Yrd. Doç. Dr. Evrim Erdoğan danışmanlığında Murat Burucuoğlu tarafından hazırlanan "Tüketicilerin Etik Pozisyonu, Tüketim Değerleri ve Sorumlu Tüketim Davranışları Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

² Öğr. Gör. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, S. Yazar, murat.burucuoğlu@omu.edu.tr

³ Yrd. Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, evrim.erdogan@omu.edu.tr

GİRİŞ

Donelson R. Forsyth'nin 1980 yılında yayınladığı *Etik İdeolojilerin Sınıflandırılması (A Taxonomy of Ethical Ideology)* isimli çalışması Schlenker ve Forsyth'nin 1977 yılında yapmış oldukları çalışmaya dayanmaktadır. Schlenker ve Forsyth (1977) psikoloji araştırmaları için normatif etik teorilerine dayanak 68 sorudan oluşan bir soru formu ile bireysel etik ideolojilerdeki farklılıkları belirlemeye çalışmışlardır (Schlenker ve Forsyth, 1977: 369-396). Forsyth (1980) de normatif etik teorisinin deontolojik ve teolojik yaklaşımlarına dayanarak idealizm ve rölativizm olmak üzere iki boyuttan oluşan bireylerin etik pozisyonları yaklaşımını geliştirmiştir (Al-Khatib vd., 1997: 754).

İdealizm ve rölativizm olmak üzere ikiye ayrılan etik pozisyon yaklaşımlarından idealizm deontolojik etik teorisini temsil etmekte iken rölativizm teolojik etik yaklaşımını temsil etmektedir (Schlenker ve Forsyth, 1977:376). Etik ideolojilerin idealizm boyutu bireylerin doğru eylemlerle her zaman istenilen sonuçlara ulaşabileceklerini savunur (Forsyth, 1980: 175-176). İdealist etik yargılara sahip bireyler eylemlerinde başkalarının refahını düşünürler. Yüksek idealist bireyler diğer bireylere zarar vermekten her zaman kaçınırlar ve diğer insanlar için olumsuz sonuçları olacak iki kötü durumda arasında seçim yapmak zorunda kalsalar bile seçim yapmaktan kaçınırlar (Forsyth, 1992: 462)

İdealist bireyler evrensel ahlak kurallarını kabul ederler (Nye ve Forsyth, 1984:2). Etik ideolojilerin bir diğer boyutu olan rölativizm boyutu bireylerin etik yargılarında evrensel ahlaki kuralları reddettiğini savunur. Bireyler etik problemlerle karşılaştıklarında evrensel ahlak ilkelerini ve muhtemel formülasyonları reddetme eğilimindedir (Forsyth, 1980: 175). Bir başka ifade ile rölativist bireyler etik problemlerde ahlaki ilkelere bağlı kalmayarak daha faydacı davranma eğilimindedirler (Nye ve Forsyth, 1984: 2). Rölativizm boyutuna göre ahlaki eylem, durumun doğasına ve bireyin katılıma bağlıdır ve birey başkaları hakkında yargılarda bulunurken ihlal edilmiş etik ilkelerden daha çok içinde bulunulan durumları göz önünde bulundurur (Forsyth, 1992: 462). Etik rölativizme göre her bireyin farklı ahlaki düşünceleri olabilir. Doğru veya yanlış ülkeden ülkeye, kültürden kültüre göre ve zamansal olarak değişebilir. Davranışların ahlaki standartları zamana göre farklılaşabilir ve etik davranışlar duruma göre değişebilir (McDonald, 2010: 447-448).

Forsyth (1980) etik ideolojileri, düşük-yüksek idealizm ve düşük-yüksek rölativizm olmak üzere 2 X 2 bir matris üzerinde dörtlü bir sınıflandırmaya tabi tutmuştur (Forsyth, 1980: 176). Yüksek idealizm ve yüksek rölativizm boyutunu temsil eden durumsalcılar hem idealist hem de rölativisttir (Forsyth, 1992: 462). Durumsalcılar, ahlaki kuralları reddetme eğilimi sergilerken, her durumda her eylemin analizinin bireysel olarak yapılmasını savunurlar (Forsyth ve Berger, 1982: 53-54). Durumsalcılar, ahlaki olmayan davranışlarla, davranış başkaları için olumlu sonuçlara ortaya çıkardığında daha çok ilgilenme eğilimindedirler (Nye ve Forsyth, 1984: 3). Durumsal rölativizm nadiren tek bir etik kurala, kanuna veya standarda bağlıdır. Farklı bireyler, farklı zaman ve yerlerde birçok farklı etik kanun, kod ve standardın olabileceğini savunurlar (McDonald, 2010: 449-450).

Yüksek idealizm- düşük rölativizm boyunu temsil eden mutlakçılar rölativist değil ancak idealisttirler (Forsyth, 1992: 463). Mutlakçılar, eylemin sonuçlarının evrensel kurallara ters düşmesini reddederler ve ahlaki kuralların ihlal edilmemesini savunurlar (Forsyth ve Berger, 1982: 54). Mutlakçılar eylemlerin ya da davranışların sonuçlarının iyi olması gerektiğini savunurken ahlaki kurallara da sıkı sıkıya bağlı kalınması gerektiğini vurgularlar. Mutlakçıların tam olarak deontolojik etik yaklaşımını temsil ettiği de söylenebilir (Forsyth, 1992: 463; Davis vd., 2001: 37).

Yüksek rölativizm düşük idealizm boyutunu temsil eden öznelciler idealist değil rölativisttirler (Forsyth, 1992: 463). Öznelciler etik yargılarda bulunurken evrensel kurallar yerine kişisel değerlerini ön planda tutarlar (Forsyth ve Berger, 1982: 54). Öznelciler ahlaki olmayan davranışlarla, davranış kendileri için olumlu sonuçlar

ortaya çıkardığında daha çok ilgilenme eğilimindedirler (Nye ve Forsyth, 1984: 3). Bireyler ahlaki yargılarda bulunurken daha bireysel davranırlar, davranışlarının evrensel ahlaki ilkelere uygun olması veya başkaları içinde faydalar sağlaması ile ilgilenmezler. Bu yaklaşım, egoistik ahlaki felsefe ile aynı şeyi ifade etmekte ve özneci bireylerin teolojik etik anlayışını temsil ettiğini göstermektedir (Forsyth, 1992: 463).

Düşük idealizm ve düşük rölativizm boyutunu temsil eden istisnacılar ne idealisttir ne de rölativisttir. İstisnacılar davranışlarında deontolojik etik anlayışını benimseyerek davranışlarında evrensel ahlaki ilkeleri bir rehber olarak kullanırlar ancak aynı zamanda faydacıdırlar. Davranışlarının olumlu ve olumsuz sonuçları arasında bir denge kurarak aynı zamanda pragmatist davranma eğilimindedirler (Forsyth, 1992: 463).

Forsyth (1980) tarafından geliştirilen etik pozisyon ölçeği idealizm ve rölativizm olmak üzere iki boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte toplamda 20 ifade bulunmakta olup ilk 10 ifade idealizm boyutunu diğer 10 ifade ise rölativizm boyutunu temsil etmektedir (Forsyth, 1980). Forsyth vd. (2008) tarafından gerçekleştirilen çalışmada ölçeğin 29 farklı ülkede 139 çalışmada 30.230 cevaplayıcının katılımıyla kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Etik Pozisyon Ölçeğinin bireylerin etik pozisyonlarını belirlemede hem uluslar arası literatürde (Tansey vd., 1994; Barnett vd., 1994; Rawwas, 1996; Al-Khatib vd., 1997; Barnett vd., 1998; Al-Khatib vd., 2002; Henle vd., 2005; Steenhaut ve Kenhove, 2006; Ha ve Lennon, 2006; Lee ve Johnson, 2007; Oumlil ve Balloun, 2009; Valentne ve Bateman, 2011; Huang vd., 2012; Vanmeter vd., 2013; Swaidan vd., 2003; Kim, 2003; Davis vd., 2001; Etter vd., 2006; Johari vd., 2012) hem de ulusal literatürde (Yurtsever, 1998; Yurtsever, 2000; Oyman, 2004; Elçi, 2005; Aydın, 2009; Özyer ve Azizoğlu, 2010; Yazıcı ve Yazıcı, 2010; Zeylan, 2011; Özbek ve Özer, 2012; Özbek, 2012; Bakır, 2013; Özbek vd., 2013; Büyükyılmaz ve Gürkan, 2014; Güğerçin, 2015) birçok çalışmada kullanıldığı görülmektedir.

Aşağıdaki tabloda Etik Pozisyon Ölçeğine ilişkin faktör analizi yapılan çalışmalar yer almaktadır. Tabloda ulusal ve uluslararası kapsamdaki çalışmalara yer verilmiştir.

Tablo 1: Etik Pozisyon Ölçeği ile ilgili Çalışmalar

Yazar	Kapsam	Boyutlar ve İfade Sayıları	
Davis vd. (2001)	Uluslararası	İdealizm	10
		Rölativizm	8
		Doğruluk	2
Elçi (2005)	Ulusal	İdealizm	5
		Rölativizm	6
Etter vd. (2006)	Uluslararası	İdealizm	10
		Rölativizm	8
		Doğruluk	2
Yazıcı ve Yazıcı (2010)	Ulusal	İdealizm	9
		Rölativizm	10
Sarpün (2012)	Ulusal	Özneciler	3
		Durumsalcılar	3
		Mutlakçılar	3
		İstisnacılar	2
Özbek (2012)	Ulusal	İdealizm	5
		Rölativizm	5
Johari vd. (2012)	Uluslararası	İdealizm	5
		Rölativizm	4
		Faydacılık	4
Güğerçin (2015)	Ulusal	İdealizm	7
		Rölativizm	5
		Doğruluk	2

Etik Pozisyon Ölçeği ulusal literatürde birçok çalışmada kullanılmasına rağmen ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları ilk kez Yazıcı ve Yazıcı'nın (2010) çalışmalarıyla gerçekleştirilmiştir. Hem ulusal hem de uluslararası literatürdeki çalışmalara bakıldığında ölçeğin uygulanmasında ve orijinalinde olduğu gibi onaylanmasında farklılıklar olduğu görülmektedir. Literatürdeki çalışmalar ortaya

çıkan bu farklılığın nedenini ölçekteki ifadelerin anlaşılmasının zor olmasına, felsefi ifadeler içermesine ve kültürel farklılıklara bağlamaktadır.

Ulusal literatürde yapılan çalışmaların büyük çoğunluğunda ölçeğin orijinal hali ile onaylanmasında problemler yaşandığı görülmektedir. Bu nedenle ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarının gerçekleştirilmesi ulusal yazın için önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı da işletme ve tüketici davranışları alanında kullanımı giderek artan ve bireylerin etik pozisyonlarını belirlemede kullanılabilecek bir araç olan etik pozisyon ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarına katkıda bulunmaktır.

ARAŞTIRMA

Yöntem

Verilerin toplanmasında anket yöntemi kullanılmıştır. Veriler, İstanbul ilinde yaşayan tüketicilerden kolayda örnekleme yöntemi toplanmıştır. Toplamda 643 adet kullanılabilir veri elde edilmiştir. Hair vd. (1998: 98) örneklem büyüklüğünün en az 50 mümkünse 100'ün üzerinde olması gerektiğini ifade etmektedir. Akgül ve Çevik (2005: 419) ise her değişkene ilişkin en az 10 vakanın olmasının arzu edildiğini ve genel olarak 100 ile 200 arasındaki örneklemin analiz için yeterli olacağını ifade etmektedir. Yapısal eşitlik modellemesinin kullanılacağı çalışmalarda gözlenen değişken sayısının 10 katı civarındaki bir örneklem verilerin normal dağıldığı durumlarda yeterli kabul edilmektedir. Verilerin normal dağılması koşuluyla yapısal eşitlik modellemesi çalışmalarında minimum örneklem hacminin 100, genellikle kabul edilen örneklem hacminin ise 200 olduğudur (Gürbüz ve Şahin, 2014: 126). Faktör analizi yapmak için yeterli örneklem hacmine ulaşıldığı görülmektedir. Elde edilen verilerin analizinde SPSS 20 ve AMOS 20 istatistik paket programları kullanılmıştır.

1. Ön Çalışmalar

Ön çalışmalar kapsamında öncelikli olarak araştırmacı tarafından Etik Pozisyon Ölçeği İngilizce 'den Türkçe 'ye çevrilmiştir. İfadelerin Türkçe 'ye çevrilmesinde literatürdeki çalışmalar bütünsel olarak incelenmiş ve anlamsal bozuklukların oluşmaması için ilgili çalışmalardan yararlanılmıştır. Türkçe 'ye çevrilen ifadeler uzman bir akademisyen tarafından değerlendirilerek dil ve anlatım bozuklukları giderilmeye çalışılmıştır.

Uygulamaya hazır hale getirilen ölçek Samsun ilinde yaşayan kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiş 73 kişiye uygulanarak güvenilirliği ve anlaşılabilirliği belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın içsel tutarlılığının incelenmesinde Cronbach Alfa katsayısı kullanılmıştır. Cronbach Alfa iç tutarlılığın anlaşılmasında kullanılan yaygın bir tekniktir (Gürer vd., 2009: 96). Ölçeğin ön çalışmalar kapsamında C. Alfa Katsayısı 0.913, doğrulayıcı faktör analizi çalışmasında 0.849'dur. Bu da ölçeğin yüksek içsel tutarlılığa sahip olduğunun göstergesi olarak kabul edilebilir. Katılımcılar tarafından anlaşılmayan ifadeler tekrar gözden geçirilmiş ve ölçeğe son hali verilmiştir.

2. Tanımlayıcı İstatistikler

İstanbul ilinden kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 643 katılımcının %51.2'si erkek tüketicilerden %48.8'i kadın tüketicilerden oluşmaktadır. Yaş aralıklarına bakıldığında katılımcıların %33.9'u 18-25 yaş aralığında, %29.1'i 26-35 yaş aralığında, %28.8'i 36-45 yaş aralığında, %6.4'ü 46-55 yaş aralığında, %1.9'u ise 56 yaş ve üzerindedir.

Aşağıdaki tabloda katılımcıların Etik Pozisyon Ölçeği'nden aldıkları puan ortalamaları ve standart sapma değerleri yer almaktadır.

Tablo 2: Değişkenlere ilişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma
ID1	4.19	.970	RL1	3.00	1.384
ID2	4.23	1.063	RL2	3.37	1.471
ID3	4.11	1.075	RL3	3.37	1.435

ID4	4.30	1.028	RL4	3.29	1.386
ID5	4.29	.982	RL5	3.38	1.381
ID6	4.25	1.010	RL6	3.17	1.389
ID7	3.89	1.167	RL7	3.16	1.381
ID8	4.12	1.044	RL8	3.20	1.355
ID9	4.03	1.042	RL9	3.19	1.396
ID10	4.03	1.016	RL10	3.24	1.365

Katılımcıların etik pozisyon ölçeğine ilişkin verdikleri cevapların ortalamaları incelendiğinde idealizm boyutunda ortalamaların 3.89 ile 4.30 arasında değiştiği görülmektedir. Katılımcıların en az katıldıkları ifadenin İD7 “Eylemin olumsuz sonuçları olmasına rağmen olumlu sonuçları göz önünde bulundurup karar vermek ahlaki değildir” en fazla katıldıkları ifadenin İD4 “Bireyler, psikolojik ve fiziksel olarak başka birine asla zarar vermemelidir.” ifadesi olduğu anlaşılmaktadır. Rölativizm boyutunda ortalamaların 3.00 ile 3.38 arasında değiştiği görülmektedir. Katılımcıların en az katıldıkları ifadenin RL1 “Bir etik sistemi oluşturacak kadar önemli bir ahlak ilkesi yoktur.” En fazla katıldıkları ifadenin RL5 “Neyin ahlaki veya ahlaki olmadığı bireye bağlı olduğu sürece herkes için ahlaki olan nedir sorusunun cevabı bulunamaz.” İfadesi olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların etik pozisyon ölçeğine verdikleri cevapların ortalamaları genel olarak incelendiğinde idealizm boyutunda ortalamaların daha yüksek rölativizm boyutunda ise ortalamaların nispeten daha düşük olduğu görülmektedir.

3. Doğrulayıcı Faktör Analizi ve Bulgular

Doğrulayıcı faktör analizi çalışmasına geçmeden önce araştırmada kullanılan ölçeklerin normal dağılıma sahip olup olmadığı incelenmiştir. Çok değişkenli istatistiksel analizler yapabilmenin temel varsayımı verilerin normal dağılıyor olmasıdır (Hair vd., 1998: 70). Verilen normal dağılıma sahip olup olmadığının incelenmesinde çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir.

Literatürde çarpıklık ve basıklık değerleri için Byrne (2010: 104) basıklık değerinin 5'ten büyük olmasının verinin normal dağılmadığının, Kline (2011: 63) ise çarpıklık değerinin ± 3 , basıklık değerinin ± 10 'dan büyük olmasının verinin normal dağılmadığının göstergesi olarak kabul edilebileceğini ifade etmektedir. İdealizm boyutunda yer alan değişkenlerin çarpıklık değerleri -1.880 ile -1.066 arasında, basıklık değerleri 0.365 ile 3.099 arasında; rölativizm boyutunda değişkenlerin çarpıklık değerleri -.518 ile -0.101 arasında, basıklık değerleri -1.188 ile -1.371 değerleri arasında değişmektedir. Çarpıklık ve basıklık değerleri literatürde belirlenen sınırlar içerisinde yer aldığından verilerin normal dağıldığı varsayılmaktadır.

Doğrulayıcı faktör analizi, örtük değişkenlerin yapısına ilişkin bazı bilgilerin araştırmacı tarafından bilindiği durumlarda uygulanmaktadır. Bu bilgi teoriye, ampirik araştırmalara veya her ikisine birden dayanabilir. Araştırmacı, gözlenen ölçümler ile faktörlerin altında yatan öncüller arasında ilişkilerin olduğunu varsayar ve daha sonra istatistiksel olarak bu hipotez yapısını test eder (Byrne, 2010: 6). Doğrulayıcı faktör analizinin değerlendirilmesinde Ki-Kare/ Serbestlik Derecesi (X^2/df), RMSEA (Yaklaşık Hataların Karekökü- Root Mean Square Error Approximation), NFI (Normlaştırılmış Uyum İndeksi – Normed Fit Index), CFI (Comparative Fit Index –Karşılaştırmalı Uyum İndeksi), GFI (Goodness of Fit Index – Uyum İyiliği İndeksi), AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index – Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi) uyum iyilikleri kullanılmıştır. Ki-Kare/ Serbestlik Derecesi (X^2/df) uyum iyiliğinin 0 ile 3 arasında bir değer alması iyi uyumun, 5'ten küçük olması ise kabul edilebilir uyumun göstergesi olarak kabul edilmektedir (Schermelleh-Engel vd., 2003: 52). RMSEA değerinin 0.05'ten küçük ve eşit olması iyi bir uyumun, 0.05 ile 0.08 arasında olması kabul edilebilir uyumun göstergesidir (Schermelleh-Engel vd., 2003: 52; Byrne, 2010: 80; Çelik ve Yılmaz, 2013: 33). NFI değeri 0 ile 1 arasında bir değer almaktadır ve 1'den küçük değerler iyi uyumun göstergesidir (Hair vd., 2006: 749). CFI değeri için örneklem sayısının 250'den büyük ve gözlenen değişken sayısının 30'a eşit ve fazla olduğu durumlarda 0.90 üzerindeki değerlerin kabul edilebilir değerlerdir (Hair vd., 2006:

753). GFI değerinin 0.95 ile 1 arasında bir değer alması iyi uyumun, 0.90 ile 0.95 arasında bir değer alması kabul edilebilir uyumun göstergesidir (Schermelleh-Engel vd., 2003: 52). AGFI uyum iyiliği indeksi 0 ile 1 arasında bir değer almaktadır ve 0.95'den yüksek değerler iyi bir uyumun göstergesi, 0.85 ile 0.90 arasındaki değerler kabul edilebilir uyumun göstergesi olarak kabul edilmektedir (Schermelleh-Engel vd., 2003: 52; Bayram, 2010: 75; Çelik ve Yılmaz, 2013: 37).

Etik Pozisyon Ölçeği'nin doğrulayıcı faktör analizi uyum iyiliği değerlerine bakıldığında RMSEA değeri 0.070, AGFI değeri 0.875, CFI değeri 0.948, GFI değeri 0.903, NFI değeri 0.933, X^2/df değeri 4.117'dir. Elde edilen değerlerin kabul edilebilir sınırlar içerisinde ölçeğin faktör yapısını doğrular nitelikte olduğunu göstermektedir.

Tablo 3: Etik Pozisyon Ölçeği 'ne İlişkin Parametre Tahminleri

Değişkenler	Regresyon Katsayısı	Std. Ed. Regresyon Katsayısı	S.E.	t Değerleri	Anlamlılık
ID1	0.850	0.807	0.033	25.511	0.01
ID2	1.000	0.866	-	-	
ID3	0.812	0.692	0.040	20.109	0.01
ID4	0.857	0.765	0.037	23.294	0.01
ID5	0.866	0.812	0.034	25.724	0.01
ID6	0.888	0.809	0.035	25.600	0.01
ID7	0.813	0.641	0.045	18.124	0.01
ID8	0.758	0.668	0.040	19.168	0.01
ID9	0.705	0.625	0.040	17.490	0.01
ID10	0.774	0.700	0.038	20.500	0.01
RL1	0.902	0.797	0.037	24.307	0.01
RL2	1.000	0.832	-	-	
RL3	0.981	0.836	0.037	26.207	0.01
RL4	0.932	0.823	0.037	25.543	0.01
RL5	0.906	0.803	0.037	24.569	0.01
RL6	0.927	0.817	0.037	25.525	0.01
RL7	0.949	0.841	0.036	26.454	0.01
RL8	0.901	0.814	0.038	25.099	0.01
RL9	0.890	0.780	0.037	23.552	0.01
RL10	0.880	0.789	0.036	23.920	0.01

Hair vd. (1998: 620) parametre değerlerinin 1'i aşmaması ve negatif olmaması gerektiğini ifade etmektedir. Tablo 12'den de görüldüğü hem regresyon katsayıları hem de standardize regresyon katsayılarının değerleri 1'i aşmamaktadır. t değerleri ise tüm değişkenlerde $p < 0.01$ düzeyinde anlamlıdır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada Donelson R. Forsyth (1980) tarafından geliştirilen Etik Pozisyon Ölçeği'nin doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre ölçeğin orijinalinde olduğu gibi ifadelerin idealizm ve rölativizm altında iki boyutta toplandığı görülmektedir. Doğrulayıcı faktör analizinde standardize edilmiş regresyon katsayıları faktör yükleri olarak değerlendirilmektedir. Araştırma sonuçlarına göre idealizm boyutunda yer alan 10 ifadenin faktör yükleri 0.625 ile 0.866 arasında değişmektedir. Rölativizm boyutunda yer alan 10 ifadenin faktör yükleri ise 0.780 ile 0.836 arasında değişmektedir. Bu da ölçekte yer alan ifadelerin kendi boyutlarını iyi bir şekilde temsil etmektedir. Elde edilen bulgular doğrultusunda ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçek olarak kullanılabilceğini göstermektedir.

Literatürde ölçekte yer alan ifadelerin farklı boyutlar altında toplanmasının ve bazı ifadelerin ölçekten çıkartılmasının altında kültürel farklılıklar ve ölçeğin felsefi yapısından dolayı anlaşılma zorlukları yattığını gösteren çalışmalar yer almaktadır (Johari vd., 2012; Güğçerçin, 2015; Yazıcı ve Yazıcı, 2010; Elçi 2005; Sarpün, 2012; Aydın, 2009; Özbek, 2012). Ölçeğin oluşturulduğu kültür

düşünüldüğünde batı kültüründe oluşturulan bir yapının doğu kültüründe veya Türkiye gibi çok kültürlü yapılarda farklı sonuçlar vermesi olası bir sonuç olarak görülmektedir. Ulusal yazında gerçekleştirilen çalışmalarda maddelerin çıkartılmasının altında yatan sebep ölçeğin felsefi ifadeler içermesi ve anlaşılmasında yaşanan güçlük olarak görülmektedir. Araştırma kapsamında yapılan ön testlerde katılımcıların ölçeği anlamada güçlük çektiklerini ifade etmesi böyle bir sonucun ortaya çıkmasına neden olabilir. Yine bu çalışmada ölçeğin uygulanması sırasında ölçekteki ifadelerin anlaşılabilirliğine ilişkin katılımcılardan birçok geri dönüş alınmıştır. Gelecekte araştırmacıların ölçeğin yerelleştirilmesi sağlamaları ve Türkiye örneklemini için yeni bir etik pozisyon ölçeği geliştirmeleri büyük kolaylıklar sağlayacaktır. Bu çalışmada verilerin kolayda örnekleme yöntemi ile toplanması, zaman ve maliyet kısıtları çalışmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akgül, Aziz - Osman Çevik (2005), “İstatistiksel analiz teknikleri SPSS’te işletme yönetimi uygulamaları”, Ankara: Emek Ofset
- Al-Khatib, J. A. - C. J Robertson - A D'Auria Stanton - S. J. Vitell, (2002), “Business ethics in the Arab Gulf states: A three-country study”, *International Business Review*, 11(1), pp.97-111.
- Al-Khatib, Jamal. A; Scott J. Vitell - Mohammed Y.A. Rawwas (1997), “Consumer ethics: A cross-cultural investigation”, *European Journal of Marketing*, 31(11/12), 750-767.
- Aydın, Serdar (2009), *Bireyci-toplumcu, idealist-relativist ve materyalist eğilimler ile hedonik alışveriş arasındaki ilişkiler*, Yayımlanmamış doktora tezi, Afyankocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Bakır, U. (2013). Reklamda cinsellik ve tüketici: bireysel ahlaki ideolojinin reklamda cinselliğin kullanımına yönelik tutumlara etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi Akademia*, 3(1), 14-30.
- Barnett, Tim - Ken Bass - Gene Brown - Frederic J. Hebert (1998), “Ethical ideology and the ethical judgments of marketing professionals”, *Journal of Business Ethics*, 17(7), pp.715-723.
- Barnett, Tim - Ken Bass - Gene Brown (1994), “Ethical ideology and ethical judgment regarding ethical issues in business”, *Journal of Business Ethics*, 13(6), pp.469-480.
- Bayram, Nuran (2010), “Yapısal eşitlik modellemesine giriş Amos uygulamaları”, İstanbul: Ezgi Kitapevi
- Büyükyılmaz, Ozan - Serhan Gürkan (2014), “Mesleki tükenmişliğin muhasebe meslek mensuplarının etik tutumları üzerindeki etkisi”, *Mali Çözüm Dergisi/Financial Analysis*, 24(124), pp.129-148.
- Byrne, Barbara M. (2010), *Structural Equation Modeling with Amos*, Second Edition, Rotledge Taylor&Francis Group, Newyork.
- Çelik, Eray H. - Veysel Yılmaz, (2013), “Lisrel 9.1 ile yapısal eşitlik modellemesi” Ankara: Anı Yayıncılık.
- Davis, Mark A - Mark G. Andersen, - Mary B. Curtis (2001), “Measuring ethical ideology in business ethics: A critical analysis of the ethics position questionnaire”, *Journal of Business Ethics*, 32(1), pp.35-53.
- Elçi, Meral (2005), *Örgütlerde etik iklimin personelin vatandaşlık davranışına etkileri*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- Etter, Stephanie - Jackie J. Cramer - Seth Finn (2006), “Origins of academic dishonesty: ethical orientations and personality factors associated with attitudes about cheating with information technology”, *Journal of Research Technology in Education*, 39 (2), pp.133-155.

- Forsyth, Donelson. R - Ernest H. O'Boyle Jr, - Michael A. McDaniel (2008), "East meets west: A meta-analytic investigation of cultural variations in idealism and relativism", *Journal of Business Ethics*, 83(4), pp.813-833.
- Forsyth, Donelson. R. - Rick. E. Berger, (1982), "The effects of ethical ideology on moral behavior", *The Journal of Social Psychology*, 117(1), pp.53-56.
- Forsyth, Donelson. R. (1980), "A taxonomy of ethical ideologies", *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(1), pp.175-184.
- Forsyth, Donelson. R. (1981), "Moral judgment: The influence of ethical ideology", *Personality and Social Psychology Bulletin*, 7(2), pp.218-223.
- Forsyth, Donelson. R. (1992), "Judging the Morality of Business Practices: The Influence of Personal Moral Philosophies", *Journal of Business Ethics*, 11(5, 6), pp.461-470.
- Gügerçin, Utku (2015), *Bireyin etik yaklaşımı ile kurumsal değerlerin örgütsel vatandaşlık davranışı ve görev performansı üzerindeki etkisi: adana ilindeki banka çalışanları üzerine bir araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Gürbüz, Sait - Faruk Şahin (2014), "Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri felsefe-yöntem-analiz", Ankara: Seçkin.
- Gürer, C., Dolu, O., Demir, S. ve Köksal, T. (2009), "Kavram oluşturma ve ölçüm". Kaan Böke (ed). *Sosyal Bilimlerde araştırma yöntemleri* (ss. 63-104) içinde, İstanbul: Alfa.
- Ha, Sejin – Sharron J. Lennon (2006), "Purchase intent for fashion counterfeit products: Ethical ideologies, ethical judgments, and perceived risks", *Clothing and Textiles Research Journal*, 24(4), pp.297-315.
- Hair, J. F.- William C. Black – Barry J. Babin – Rolph E. Anderson – Ronald L. Tatham (2006), "Multivariate data analysis" (Vol.6.), Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Hair, Joseph F., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham ve William C. Black (1998); *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, Prentice-Hall, Inc, New Jersey.
- Henle, Christine. A., Giacalone, Robert. A., ve Jurkiewicz, Carole. L. (2005), "The role of ethical ideology in workplace deviance", *Journal of Business Ethics*, 56(3), 219-230.
- Huang, Chun. Chen - Long-Chuan Lu - Ching-Sing You - Szu Wei Yen (2012), "The impacts of ethical ideology, materialism, and selected demographics on consumer ethics: an empirical study in China", *Ethics & Behavior*, 22(4), pp.315-331.
- Johari, Razana Juhaida - Zuraidah Mohd Sanusi - Aida Hazlin Ismail. (2012), "Exploratory factor analysis of the ethical orientation scale", *Asian Journal of Accounting and Governance*, 3, pp.1-11.
- Kim, Yungwook (2003), "Ethical standards ve ideology among Korean public relations practitioners", *Journal of Business Ethics*, 42(3), pp.209-223.
- Kline, Rex. B. (2011), "Principles and practice of structural equation modeling", NewYork, London: Guilford publications
- Lee, Mi. Young - Kim. K. P. Johnson (2007), "Effects of ethical ideologies on the korean consumers' perceptions and purchase intentions of fashion counterfeits", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 31(12), pp.1793-1802.
- McDonald, Gael. (2010), "Ethical relativism vs absolutism: research implications", *European Business Review*, 22(4), pp.446-464.
- Nye, Judith - Donelson. R. Forsyth (1984), "The impact of ethical ideology on moral behavior", Annual Meeting of the Eastern Psychological Association, Baltimore, MD.
- Oumlil, A. Ben - Joseph. L. Balloun (2009), "Ethical decision-making differences between American and Moroccan managers", *Journal of Business Ethics*, 84(4), pp.457-478.

- Oyman, Mine (2004), “Tüketici Etiği: Ülkelerarası Karşılaştırmalara ve Demografik Faktörlere Dayalı Bir Araştırma”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5(2), pp.77-90.
- Özbek, V. (2012). *Bireysel belirleyicilerin algılanan etik problem ve etik niyetler üzerindeki etkisi: küçük işletmelerde bir uygulama*. Yayınlanmamış doktora tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- Özbek, Volkan - Gökhan Özer (2012), “Küçük işletme sahiplerinin dindarlık düzeyleri etik ideolojileri ve algıları arasındaki ilişkiler”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15(27), pp.169-188.
- Özbek, Volkan, Gökhan Özer, ve Kenan Aydın (2013), “İşletme öğrencilerinin dindarlık düzeyleri ve etik niyetlerinin pazarlama etiği bağlamında değerlendirilmesi”, Business and Economics Research Journal, 4 (3): 111-129.
- Özyer, Kubilay - Öznur Azizoğlu (2010), “Demografik değişkenlerin kişilerin etik tutumları üzerindeki etkileri”, AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6 (2), 59-84.
- Rawwas, Mohammed. Y. A. (1996), “Consumer ethics: An empirical investigation of the ethical beliefs of Austrian consumers”, Journal of Business Ethics, 15(9), pp.1009-1019.
- Sarpün, Şafak (2012), *Denetçilerin Etik Pozisyon, Hile, Sorumluluk Ve Nepotizm Algılarının Denetçi Bağımsızlığına Etkisi: Bağımsız Denetçiler Üzerinde Bir Araştırma*, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Schermelleh-Engel, Karin - Helfried Moosbrugger - Hans Müller (2003), “Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures”, *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), pp. 23-74.
- Schlenker, Barry R. - Donelson. R. Forsyth (1977), “On the ethics of psychological research”, Journal of Experimental Social Psychology, 13(4), pp. 369-396.
- Steenhaut, Sarah - Patrick Van Kenhove (2006), “An empirical investigation of the relationships among a consumer’s personal values, ethical ideology and ethical beliefs” Journal of Business Ethics, 64(2), pp.137-155.
- Swaidan, Ziad - Scott J. Vitell - Mohammed YA Rawwas (2003), “Consumer ethics: Determinants of ethical beliefs of African Americans”, Journal of Business Ethics, 46(2), pp.175-186.
- Tansey, Richard - Gene Brown - Michael R. Hyman - Lyndon E. Dawson Jr. (1994), “Personal moral philosophies and the moral judgments of salespeople”, Journal of Personal Selling & Sales Management, 14(1), pp.59-75.
- Valentine, Sean. R - Connie R. Bateman, (2011), “The impact of ethical ideologies, moral intensity, and social context on sales-based ethical reasoning”, Journal of Business Ethics, 102(1), 155-168.
- VanMeter, Rebecca . A - Douglas B. Grisaffe - Lawrence B. Chonko - James A. Roberts (2013), “Generation Y’s ethical ideology and its potential workplace implications”, Journal of business ethics, 117(1), pp.93-109.
- Yazıcı, Aslı - Sedat Yazıcı (2010), “Etik durum ölçeği’nin geçerlilik ve güvenilirlik çalışması”, Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 8(4), 1001-1017.
- Yurtsever, Gülçimen (1998), “Ethical beliefs and creativity”, Journal of Social Behavior and Personality, 13(4), pp.747-754.
- Yurtsever, Gülçimen (2000), “Ethical beliefs and tolerance of ambiguity”, *Social Behavior and Personality: an international journal*, 28(2), pp.141-148.
- Zeylan, Umut (2011), *Advertising ethics and regulation: consumer attitudes, behaviour and ethical ideologies*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.