

İçerli, L. ve Bilen, G. (2023). "Çalışanların Politik Yeti Düzeyleri ile İzlenim Yönetimi Taktikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries*, 07(12), 56-71

Doi: 10.55775/ijemi.1218186

<https://dergipark.org.tr/en/pub/ijemi>

Başvuru Tarihi/Received Date: 12.12.2022 Kabul Tarihi/Accepted Date: 03.07.2023

Konferans Bildirisi/Conference Paper

Çalışanların Politik Yeti Düzeyleri ile İzlenim Yönetimi Taktikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi *

Dr. Öğr. Üyesi Leyla İÇERLİ, ORCID: 0000-0001-7538-0165, Aksaray Üniversitesi, Türkiye; leylicerli@aksaray.edu.tr

Dr. Gül BİLEN, ORCID: 0000-0003-3073-4251, Türkiye; bilengul8@gmail.com

Examining The Relationship Between The Political Skill of Employees and Impression Management Tactics

Abstract

The aim of the research is to examine the comparison between political competence and impression management tactics by using employment views. In order to achieve this goal, "Is there a relationship between political skill and impression management tactics?" The answer to the question has been sought. It is noteworthy that there are very few studies in the literature that deal with political competence and impression management tactics together. In this context, the explanation of political competence and impression management tactics and the discovery of the relationship between them with applied research make this research important in terms of filling the inhabitants in the literature. It is predicted that the political skill and impression tactics defined in the research contribute to the building literature, both their use and the increasing importance of the used ones. In this study, the relationship between political ability and impression tactics was analyzed. The survey also counters the extent to which the impression of political competence frameworks explains management tactics. In the 2022-2023 academic year, 221 graduate students working in the Social Sciences Institute of Aksaray University and working in the public sector participated in the research. Of the 221 data obtained, 180 were determined in accordance with the data analysis. "Political Competence Inventory" to use the political competence limitation of the participants; "Impression Management Scale" was used to use impact management tactics. IBM SPSS and AMOS statistical package programs were used in the analysis of the data. According to the research principles, it is thought that there is a low-level and statistically significant relationship between political skill and impression management tactics. A predictor of the social networking characteristics of the participants and the interpersonal influence of trying to make oneself popular based on impression management tactics was also a predictor of the social network development skill for self-liking by glorifying their management.

Keywords: Political Skill, Impression Management, Impression Management Tactics

Jel Classification: L20, M10, P40

Çalışanların Politik Yeti Düzeyleri ile İzlenim Yönetimi Taktikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Özet

Araştırmanın amacı çalışanların görüşlerinden yararlanarak politik yeti ve izlenim yönetimi taktikleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda "politik yeti ile izlenim yönetimi taktikleri arasında ilişki var mıdır?" sorusuna yanıt aranmıştır. Alan yazında politik yeti ve izlenim yönetimi taktiklerini birlikte ele alan araştırmaların sayısının oldukça az olduğu dikkat çekmektedir. Bu bağlamda çalışanların politik yeti ve izlenim yönetimi taktiklerine ilişkin görüşlerinin birlikte incelenmesi ve aralarındaki ilişkinin uygulamalı bir araştırma ile ortaya konulması literatürdeki boşluğu doldurması açısından bu araştırmayı önemli kılmaktadır. Araştırmada tanımlanan politik yeti ve izlenim yönetimi taktiklerinin, hem yöneticiler hem de çalışanlar açısından artan önemi göz önünde bulundurulduğunda araştırmanın literatüre katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Yapılan bu araştırmada politik yeti ve izlenim taktikleri arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Araştırmada ayrıca çalışanların politik yeti düzeylerinin izlenim yönetimi taktiklerini ne oranda açıkladığı da incelenmiştir. Araştırmaya 2022-2023 eğitim öğretim yılında Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde öğrenim gören ve kamu sektöründe çalışan 221 lisansüstü öğrenci katılmıştır. Elde edilen 221 veriden 180 veri analize uygun olarak belirlenmiştir. Katılımcıların politik yeti düzeylerini ölçmek amacıyla "Politik Yeti Envanteri"; izlenim yönetimi taktiklerini ölçmek amacıyla ise "İzlenim Yönetimi Ölçeği" kullanılmıştır. Verilerin analizinde IBM SPSS ve AMOS istatistik paket programları kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre politik yeti ile izlenim yönetimi taktikleri arasında düşük düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Ayrıca elde edilen bulgular araştırmaya katılanların sosyal ağ oluşturma yeteneklerinin ve kişiler arası etki yeteneklerinin izlenim yönetimi taktiklerinden niteliklerini tanıtarak kendini sevdirmeye çalışmanın bir yordayıcısı olduğunu ayrıca yine sosyal ağ geliştirme yeteneğinin karşısındaki yücelterek kendini sevdirmeye çalışmanın anlamlı bir yordayıcısı olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Politik Yeti, İzlenim Yönetimi, İzlenim Yönetimi Taktikleri

JEL Sınıflandırması: L20, M10, P40

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı: Bu çalışmada, araştırma ve yayın etiği kurallarına uyulduğu yazarlar tarafından taahhüt edilmektedir.

Yazar Katkı Oranları: Birinci yazarın katkı oranı %50; İkinci yazarın katkı oranı %50

Çıkar Beyanı: Yazarlar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

* 17-19 Kasım 2022 tarihinde düzenlenen 8. Uluslararası EMI Girişimcilik & Sosyal Bilimler Kongresinde sunulan özet bildirinin genişletilmiş halidir.

1. Giriş

Günümüzde çalışanların işlerini severek yapmaları, örgütlerine ve işlerine bağlı olmaları çalışanların üretken ve verimli davranışlar sergilemesini sağlayabilmektedir. Bu nedenle çalışanın birlikte çalıştığı iş arkadaşlarını anlayabilmesi, kişisel ve örgütsel amaçları yükseltebilmesi konusunda politik yeti ve izlenim yönetimi taktikleri önemli hale gelmiştir. Birçok araştırmacı, politik yetinin örgütsel başarı, stres, çalışan tepkileri, lider etkinliği ve iş performansı ile ilgili olduğunu savunmuştur (Atay ve Okur, 2011: 376). İzlenim yönetimi taktikleri ise çalışanlar tarafından özellikle işe alım süreçlerinde, performans değerlendirme sürecinde yüksek performans puanı alabilmek için ve terfi değerlendirmelerinde üstünlük sağlayabilmek için kullanılır (Bayraktar, 2009). Politik yetiye sahip kişilerin, izlenim yönetimi taktiklerini kullandıkları ölçüde amaçlarına daha kolay ulaşmaları ve yüksek düzeyde iş tatminine sahip olmaları muhtemeldir. Örgütteki olumlu ve olumsuz etkileri nedeniyle bu kavramların örgütün verimliliği ve etkinliği üzerindeki etkilerinin de incelenmesi önem kazanmaktadır.

Politik yeti ve izlenim yönetimi taktikleri birbiri ile ilişkili kavramlardır. Politik yeti, kişilerin çevrelerindeki kişileri etkilemek için samimiyet, doğruluk ve güven uyandıran biçimde davranarak çevre ile iyi ilişkiler kurmayı ve davranışlarını farklı durumlara göre ayarlayabilmeyi içeren sosyal bir yetenek olarak tanımlanırken (Cingöz, 2013: 153); buna karşılık izlenim yönetimi, bireyin davranışları, sözleri ve görünüşleri ile çevresindeki bireyleri etkileme girişimleridir (Riordan, Gross ve Maloney, 1994: 715). Çalışanların politik yetileri ile kullandıkları izlenim yönetimi taktikleri arasındaki ilişkinin örgüt çalışanları tarafından algılandığı şekliyle ortaya çıkarılması, örgüt liderlerinin ve çalışanlarının bu konularda daha bilinçli hareket etmelerine ve bu kavramlardan örgütsel etkinlik ve verimliliği artıracak şekilde yararlanmalarına yol açacaktır.

Araştırmanın amacı politik yeti ve izlenim yönetimi taktikleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda “Politik yeti ile izlenim yönetimi taktikleri arasında ilişki var mıdır?” sorusuna yanıt aranmıştır. Araştırmada tanımlanan politik yeti ve izlenim yönetimi taktiklerinin örgüt, yöneticiler ve çalışanlar için artan önemi göz önüne alındığında, çalışma literatüre katkıda bulunacaktır.

Literatür incelendiğinde politik yeti (Özdemir ve Gören, 2016; Atay ve Okur, 2011; Perrewe vd., 2005; Ferris vd., 2003; Ammeter vd., 2002) ve izlenim yönetimi taktiklerine ilişkin (Yıldız vd., 2016; Karakuş ve Alev, 2016; Kacmar ve Carlson, 1994; Şeşen vd., 2014; Oğuzhan vd., 2015) birçok araştırmanın yapıldığı görülmektedir. Ancak literatürde politik yeti ve izlenim yönetimi taktiklerini birlikte ele alan araştırmaların sayısının kısıtlı olduğu dikkat çekmektedir (Alga ve Özdemir, 2018: 324; Bayraktar, 2009; Harris vd., 2007). Bu bağlamda, çalışanların politik yeti ve izlenim yönetimi taktiklerine ilişkin görüşlerini inceleyen ve uygulamalı araştırma ile aralarındaki ilişkinin ortaya konulması bu çalışmanın literatürdeki bir boşluğu doldurması açısından önem kazanabilir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. İzlenim Yönetimi Taktikleri

İzlenim yönetimi kavramına ilişkin teori ve araştırmalar üç bölümden oluşmaktadır. İlk aşama Goffman ve Jones'un araştırmasıdır. İkinci aşamada ise ilk çalışmaların genişletilip derinleştirilerek sosyal psikoloji alanının merkezine alınan çalışmalardan oluşmaktadır. Son aşamada, izlenim yönetimi teorik olarak önemli ve uygulanabilir bir sosyal psikolojik kavram haline gelen çalışmaları kapsamaktadır. İzlenim yönetimi ile ilgili tanımlar ele alındığında izlenim yönetimi davranışının genellikle etki, kontrol, liderlik ve yönlendirme kavramlarından birinin merkezinde yer aldığı görülmektedir. Araştırmacılar,

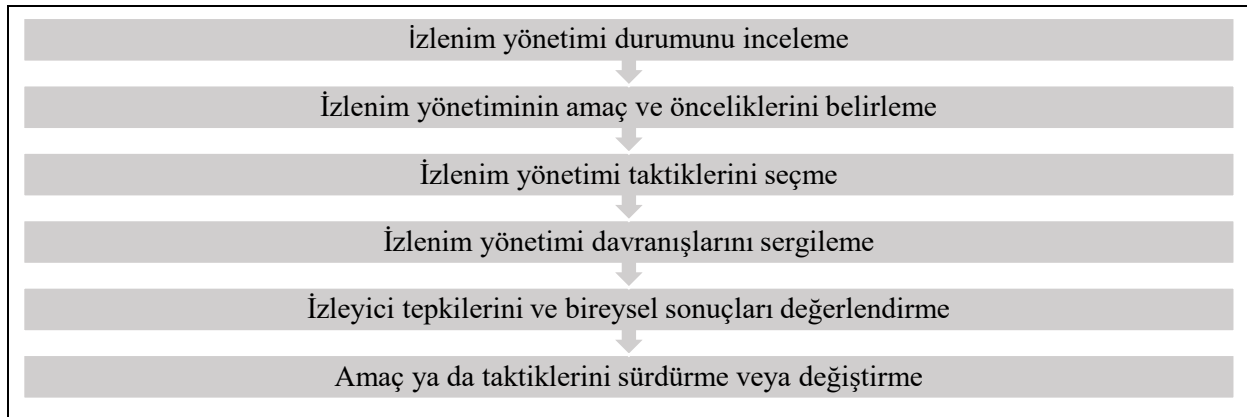
izlenim yönetimi davranışının ortaya çıkışını iki şekilde ele almışlardır. Birincisi, bu davranışın kökleşmiş olduğu ve kendiliğinden alışkanlık davranışı olarak ortaya çıkması, ikincisi ise bu davranış belirli durumlarda ortaya çıkması şeklindedir (Doğan ve Kılıç, 2009: 55-58).

Goffman (1959) sosyal etkileşimin bir unsuru olarak gördüğü izlenim yönetimini, bir kişinin kendi çıkarlarını gerçekleştirmek için rollerini yerine getirerek başkalarını etkilemek için belirli davranışları ve açıklamaları sergilemesi olarak ifade etmektedir. İzlenim yönetimi, "bireylerin arzu ettiği bir amaç ve kimliği oluşturmak için diğer bireylerin algı ve düşüncelerini etkilemeyi amaçlayan çeşitli davranış kalıplarını içeren kontrol ve yönlendirme süreci" olarak tanımlanmaktadır (Aygün ve Toptan, 2015: 272).

İnsanların örgütlerde ve sosyal hayatta kişilerarası ilişkilerde oluşturduğu izlenimlerin önemli olduğu bilinmektedir. Bu izlenimler, bir organizasyon içindeki bir bireyin algısını, kararını veya yargısını şekillendirmede etkili olabilir. Örneğin; bir yöneticinin ya da amirin örgütün bireylerine ilişkin zihinsel imgeleri, o bireyle ilgili karar verme ya da değerlendirme süreçlerinde aktif olarak yer alabilmesi izlenim yönetimini birey için önemli kılmaktadır (Basım ve Tatar, 2006: 225). İzlenim yönetiminin önemini anlayan kişiler, diğer kişilerin onlar hakkındaki izlenimlerini şekillendirmeye, kontrol etmeye veya yönlendirmeye çalışabilirler. Bu durum izlenim yönetiminin toplumsal ve örgütsel yaşamın önemli ve doğal parçası olduğunu ortaya koymaktadır (Basım vd., 2006: 2).

Martinko (1991) izlenim yönetimi sürecini değerlendirirken altı aşamalı bir model oluşturmuştur. Martinko'nun altı aşamalı izlenim yönetimi modeli Şekil 1'de verilmiştir.

Şekil 1. Marino'nun İzlenim Yönetimi Modeli



Kaynak: Demir, 2002:19

Martinko'nun izlenim yönetimi modeline göre, ilk aşamada toplum, bireyin özellikleri ve durum incelenir. Alınan bilgilere göre izlenim yönetiminin amaç ve öncelikleri belirlenir, ardından en uygun izlenim taktikleri seçilir ve seçilen taktiklere göre davranış ortaya konur (Ünaldı, 2005: 20). Sonrasında tepkiler ve sonuç değerlendirilir. Sonuca göre seçilen taktik sürdürülür ya da değiştirilir.

İzlenim yönetimi kapsamında izlenim yönetimi taktikleri, bireylerin davranışlarını kontrol etmek için kullanabilecekleri hareketler olarak tanımlanabilir. Literatürde pek çok izlenim yönetimi taktiği bulunmaktadır. Ancak burada genel kabul görmüş bir sınıflandırma olan Bolino ve Turnley (1999: 190) tarafından Jones ve Pittman'ın (1982) taktik sınıflandırmasına dayalı olarak oluşturulan izlenim yönetimi ölçeği sonucunda ortaya çıkan faktörler kullanılmıştır. Bu faktörler; niteliklerini tanıtarak kendini

sevdirmeye çalışma , karşısındakini yücelterek kendini sevdirmeye çalışma, kendini örnek personel gibi göstermeye çalışma, kendi önemini zorla fark ettirmeye çalışma/ yıldırma ve kendini acındırmaya çalışmadır. Çalışma kapsamında bu sınıflandırma dikkate alınmış ve incelenmiştir.

- **Niteliklerini Tanıtarak Kendini Sevdirmeye Çalışma (Self-Promotion):** Genel olarak, insanlar başkalarının kendilerini bilgili ve becerikli görmelerini isterler. Bu yüzden diğerlerinden farklı ve daha iyi olduklarını kanıtlamaya çalışırlar. Bu arzuyu sadece başkalarına değil, kendilerine de kanıtlamaya çalışırlar (Özdemir, 2006: 27). Bireyler, çevrelerindeki tarafından yetkin ve yeterli donanıma sahip olarak tanınmak, niteliklerini ortaya koymak için izlenim yönetimi taktiklerini uygulayabilir (Demir, 2002: 6). Birey, kendisini diğerlerinden ayıran kişisel özelliklerini vurgulayarak, eylemleri veya sözleriyle kendini yetkin bir kişi olarak göstermeye çalışır (Gardner ve Martinko, 1988: 373). Bu taktikle kişi, beceri ve yeterliliğini göstererek çevresindekilerin saygısını kazanmaya ve maaş artışı, terfi gibi menfaatler elde etmeye çalışır (Basım ve Tatar, 2006: 232).
- **Karşısındakini Yücelterek Kendini Sevdirmeye Çalışma (Ingratiation):** Karşısındakini yücelterek kendini sevdirmeye çalışma taktiğini “*bir başka kişiyi, onun kişisel özelliklerinin çekiciliği ile ilgili olarak etkilemek için uygun olmayan şekilde tasarlanmış bir dizi stratejik davranış*” olarak ifade edilmektedir (Jones, 1990: 177). Karşısındakini yücelterek kendini sevdirmeye çalışma izlenim yönetimi taktiği ile birey, çevresindeki insanları kendine çeken iyi işler yaparak ya da hedeflerindeki bireyler hakkında övgü dolu sözler kullanarak kendini sevdirmeye çalışır (Bolino ve Turnley, 1999: 190). İnsanların doğaları gereği övgüye çok önem verdikleri, yanlış tutum ve davranışlardan kaçınmaları ve başkalarının saygısını, takdirini kazanmayı önemsedikleri için kendini sevdirmeye taktikleri çok önemlidir (Rosenfeld vd. 1995: 35).
- **Kendini Örnek Personel Gibi Göstermeye Çalışma (Exemplification):** Kendini örnek bir çalışan olarak göstermeye çalışma taktiği, diğer insanlara ahlaki değerlere bağlı , örnek bir insan izlenimi vermeyi amaçlar (Schütz, 1998: 614). Bu taktiği kullanan kişiler, örnek vatandaş ve çalışan imajı çizebilmek için hedefledikleri bireyler üzerinde fedakârlık ve dürüstlük gibi ahlaki değerlere bağlı oldukları izlenimi yaratmaya çalışırlar (Leary, 1996). Kendini örnek gösterme taktiği, bireyin gruba yönelik duygu ve düşüncelerinin yanı sıra grubun içsel dayanışma ve karar verme sürecini de etkiler (Rozell ve Gundersen, 2003: 197). Bu taktik bazen istenmeyen sonuçlara da yol açabilir. Burada önemli olan, kişinin her zaman erdemli davranmasının beklenmesidir. Diğer izlenim yönetimi taktiklerinde, uygun olmayan davranışlar genel imaja zarar vermese bile, bu izlenim yönetimi taktiğinde tek bir kötü davranış kişinin imajına ciddi şekilde zarar verebilir (Jones, 1990: 195).
- **Kendi Önemini Zorla Fark Ettirmeye Çalışma/ Yıldırma (Intimidation):** Yıldırma taktikleri olarak da bilinen bu izlenim yönetimi taktiği, bireyin güç ve cezalandırma potansiyelini göstermesi ve böylece etrafındaki takipçilerin onları tehlikeli olarak görmesi olarak tanımlanmaktadır (Bolino ve Turnley, 1999: 190) Önemini zorla belli etmeye çalışma taktiği saldırgan bir taktiktir ve bu taktiği kullananlar da tehlikeli ve toplumsal güç kazanmaya çalışan kişiler olarak görülürler (Rosenfeld vd., 1995; Basım ve Tatar, 2006). Genel olarak bu taktik, hedef kitlenin tercihinin önemli olmadığı, kişinin gücü kullanma yetkisine sahip olduğu ve karşı tarafın misilleme hakkının olmadığı durumlarda tercih edilir. Böyle bir durum örgüt çalışanlarında korku ve güven eksikliği yaratır. Bu taktiği kullanmak için en uygun liderlik tarzı, lidere mutlak itaat gerektiren ve her zaman eylem gerektiren askeri liderlik tarzıdır (Crane ve Crane, 2002: 31).

- **Kendini Acındırmaya Çalışma (Supplication):** Kendini acındırma taktiği, bireyin eksikliklerini ve zayıflıklarını öne çıkarmayı, diğer insanların şefkatine başvurmayı ve onlardan gerekli desteği almayı amaçlar (Tatar, 2006: 3). Kendine acındırmaya çalışma taktiğini kullanan kişiler, birey eksik yönlerini sergileyerek, yardıma ihtiyaçları olduğu izlenimini yaratmaya çalışmaktadır. Bunu yaparak meslektaşlarının veya üstlerinin sempatisini kazanmaya çalışırlar (Crane ve Crane, 2002: 31). İnsanlar bu taktiği belirli sorumluluklardan kaçınmak ve başarısızlıkları haklı çıkarmak için de kullanırlar (Leary, 1996; Basım ve Tatar, 2006). Dolayısıyla, olumsuz izlenimler yaratabilecek bir taktiktir (Özdevecioğlu ve Erdem, 2008: 44).

2.2. Politik Yeti

Politika “bir hedefe varmak için karşısındakilerin duygularını okşama, zayıf noktalarından veya aralarındaki uyumsuzlıklardan yararlanma vb. yollarla işini yürütme” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu). Örgütsel politika alanındaki araştırmalar, örgütsel politikaların taktikleri, stratejisi, etkileri ve algılarına odaklanmıştır. Bu özelliklere sahip olan bireyler genellikle politik olarak akıllı (Hartley vd., 2013), politik olarak bilinçli (Brandon ve Seldman, 2004), politik yetisi (Ferris vd., 2005) yüksek ve politik olarak zeki (Adams ve Zanzi, 2006) olarak tanımlanırlar. Günümüz politik yeti kavramının temelini 20. yüzyılın başlarında Thorndike (1920) ve Carnegie (1937) atıldığı çeşitli kaynaklardan anlaşılmaktadır. Politik yeti “çalışma ortamında diğer çalışanları etkili bir şekilde anlama ve başkalarının bireysel ve/veya örgütsel hedeflerini gerçekleştirmek üzere etkilemek” olarak ifade edilmektedir (Ahearn vd., 2004 : 311).

Ferris vd. (2005) araştırmalarında politik yetinin, " sosyal beceriklilik, kişilerarası etki, ağ oluşturma yeteneği ve içtenlik boyutu" olmak üzere dört boyut üzerine kurulduğu görülmektedir (Atay, 2009: 892). Politik yetinin dört önemli boyutu aşağıda açıklanmıştır.

- **Sosyal Yeteneklilik:** Sosyal beceriklilik "diğerlerine karşı duyarlılık" olarak tanımlanmış; ancak aynı zamanda "kişinin başkalarıyla özdeşleşme yeteneği, kendisi için bir şeyler başarmanın kritik bir yolu" olarak nitelendirilmiştir (Pfeffer, 1992).
- **Kişilerarası Etki:** Politik yetiye sahip olan bireyler, etrafındakileri ustalıkla etkileyebilirler ve ikna kabiliyetleri de çok yüksektir. Kişilerarası etkiye sahip bireyler, başkalarından istedikleri yanıtları alabilmek için davranışlarını herhangi bir sosyal duruma uyarlama yeteneğine sahiptirler (Ferris, Davidson ve Perrewe, 2005a)
- **Sosyal Ağ (Network):** Politik olarak yetkin bireyler, yeni fırsatlar yaratma ve bunlardan yararlanma konusunda oldukça yeteneklidir. Ayrıca ittifaklar kurma ve arkadaşlıklar geliştirme yeteneklerine sahip oldukları için bir sosyal ağ oluştururlar ve bu durumu örgütsel ve kişisel hedeflerini gerçekleştirmek için kullanırlar (Atay, 2010: 67).
- **İçtenlik:** Politik olarak yetkin bireyler, başkalarının gözünde gerçek, tutarlı ve samimi görünürler. Politik olarak yetkin kişiler açık, dürüst ve samimidir veya başkaları onları öyle algılar. Bu insanların gerçekten bu niteliklere sahip olup olmadığı, diğerlerinin onları nasıl algıladığı kadar önemlidir (Ferris vd., 2007: 292–293).

2.3. İzlenim Yönetimi Taktikleri ve Politik Yeti İlişkisi

Bireyler sosyal hayatlarının yanı sıra örgütsel hayatlarında da diğer bireyler tarafından kabul görme arzusu içerisindeyler. Bu noktada onaylanmak ve kabul görmek için karşısındaki insanların algılarının yönetmek amacıyla politik yeti ve izlenim yönetimi taktiklerini kullanmaktadır. Diğer çalışanları etkilemek için taktikleri benimseyen çalışanlar, izlenim yönetimi taktiklerini ortaya koyabilecek becerilere veya uzmanlığa sahip olmalıdırlar. Politik yeti, bu yetenek ve yeterlilikle ilgili

bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Politik yeti, başkalarını etkilemeyi amaçlayan politik davranışlarla da ilişkilidir. Öte yandan, politik yeti kavramsal olarak izlenim yönetimi taktiklerine çok yakın olarak anlaşılabilir. Yüksek politik yetiye sahip kişiler, özgün ve samimi olarak görülürler ve çevresindeki kişileri etkileme konusunda daha başarılıdır (Ferris vd., 2007: 305).

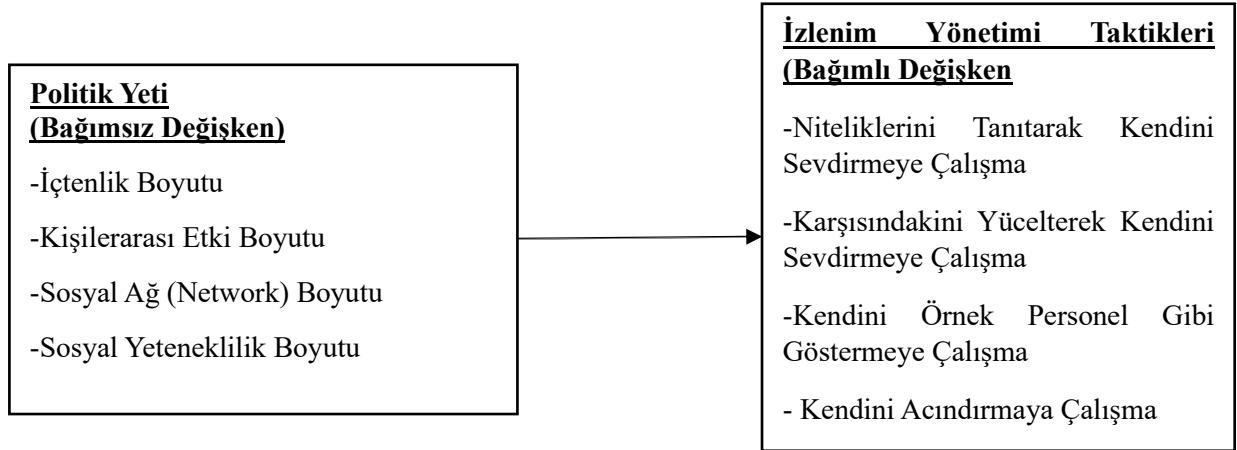
Politik yeti, özellikle insanların amaçlarına karşı duyarlılıkları yüksek olduğunda daha etkili hale gelir. Politik yeti seviyesi daha yüksek olan bireyler, karşı tarafı farkında olmadan etkileyebilirler (Robbins ve Judge, 2012: 27). Çalışanlar, izlenim yönetimi taktiklerini etkin bir şekilde kullanmak için politik yetiye sahip olmalıdırlar. Politik olarak yetenekli kişiler izlenim yönetiminde de başarılıdır (Treadway vd., 2007). Ayrıca bir etkileme taktiği olmayan politik yetinin, etkileme taktiklerinin etkisini artırdığı bilinmektedir (Perrewe ve Nelson, 2004: 376; Alga ve Özdemir, 2018: 324).

Literatüre göre politik yeti, örgütsel politika (Ferris ve Kacmar, 1992), izlenim yönetimi (Goffman, 1959; Giacalone ve Rosenfeld, 1989; Harris vd. 2007; Brouer vd. 2015; Blickle vd. 2012), etkileme taktikleri (Kipnis vd., 1980), güç taktikleri (French ve Raven, 1959), ikna (Caldini, 2001) ve sosyal etki teorisi (Heppner ve Claiborn, 1989) gibi kavramlarla ilişkili bir kavramdır.

3. Yöntem

Araştırmada nicel araştırma yöntemi kapsamında; değişkenleri inceleme biçimine göre “ilişkisel (bağıntısal) araştırma” türü ve “alan araştırması” deseni kullanılmıştır. Araştırmanın problemi” Çalışanların politik yeti düzeylerinin izlenim yönetimi taktikleri ile ilişkisinin olup olmadığı, ilişki olduğu halde politik yeti düzeylerinin izlenim yönetimi taktikleri üzerindeki etki gücünün ortaya çıkartılması” şeklinde ifade edilebilir.

Şekil 2. Araştırmanın Modeli



İlgili literatür incelendiğinde bu araştırmada politik yeti ve izlenim yönetimi taktikleri değişkenlerinin arasında bir ilişkinin olabileceği varsayımından hareketle aşağıdaki temel hipotezler oluşturulmuştur.

H1 :Politik yeti ile izlenim yönetimi taktikleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Politik yetinin ve alt boyutlarının izlenim yönetimi taktiklerinin ve alt boyutlarının üzerinde pozitif yönde etkisi vardır.

Araştırmaya 2022-2023 eğitim öğretim yılında Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde öğrenim gören ve kamu sektöründe çalışan 221 lisansüstü öğrenci katılmıştır. Elde edilen 221 veriden 180 veri analize uygun olarak belirlenmiştir. Ural ve Kılıç (2018) sosyal bilimlerde yapılan çalışmalarda 100 ile 400 arası örneklemin yeterli olacağı belirtmektedir. Elde edilen anket verisinin evreni temsil eden bir büyüklüğe sahip olduğu değerlendirilmektedir. Veri toplama sürecinde kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak oluşturulan anket 2022-2023 eğitim öğretim yılında Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde öğrenim gören ve kamu görevlisi olduklarını beyan eden kişilerin onayları doğrultusunda online olarak google formlar aracılığıyla veri toplanmıştır. Elde edilen verilerin analizinde SPSS 25 bilgisayar paket programı, IBM AMOS 22 paket programı kullanılmıştır. Her iki ölçek boyutunun -0,65 ile 0,76 arasında basıklık değerlerine ve -0,59 ile 0,15 arasında değişen çarpıklık değerlerine sahip olduğu görülmüştür. Elde edilen verilerin normal dağılıp dağılmadığını belirlemek için çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiş ve bu değerler 1,5 ile -1,5 arasında olduğu için verilerin normal dağıldığı tespit edilmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Politik yetiyi ölçmek için Salim Atay tarafından Türkçe'ye uyarlanan, 18 soruluk "Politik Yeti Envanteri" kullanılmış ve ölçeğin bu araştırma için güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) 0,950 olarak hesaplanmıştır.

İzlenim yönetimi taktiklerini ölçmek amacıyla ise Bolino ve Turnley (1999) tarafından geliştirilen ve Türkçe'ye Basım, Tatar ve Şahin (2006) tarafından uyarlanan 22 soruluk "İzlenim Yönetimi" ölçeği kullanılmış ve ölçeğin bu araştırma için güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) 0,870 olarak hesaplanmıştır.

4. Bulgular

Araştırma analizleri ve elde edilen bulgular aşağıda ifade edilmiştir.

4.1. Demografik Özellikler

Katılımcıların demografik özellikleri; cinsiyet, yaş ve medeni durum olmak üzere üç değişken açısından ele alınarak Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	F (Sıklık)	% (Yüzde)
Cinsiyet		
Kadın	91	50,6
Erkek	89	49,4
Yaş		
25 Yaş ve altı	4	2,2
26-35 Yaş arası	48	26,7
36-45 Yaş arası	93	51,7
46-55 Yaş arası	33	18,3
56 Yaş ve Üzeri	2	1,1
Medeni Durum		
Evli	147	81,7
Bekar	33	18,3

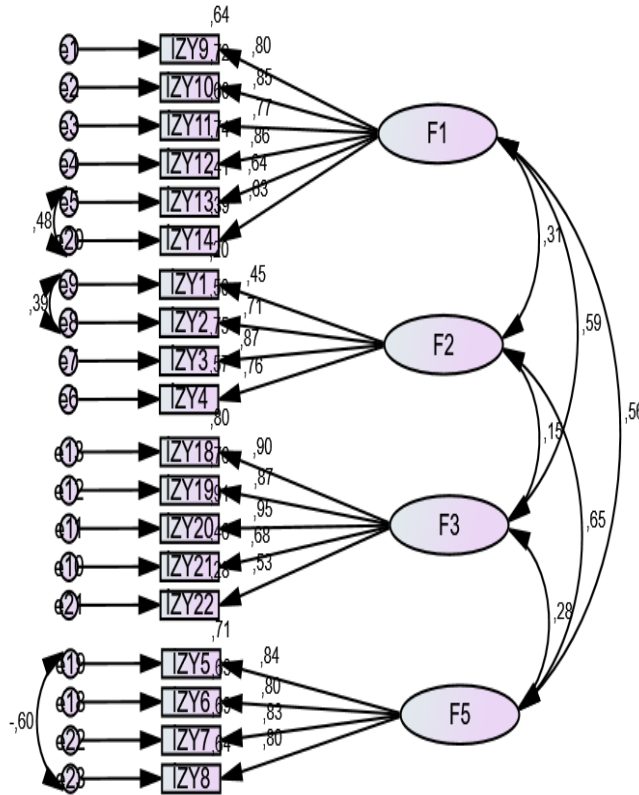
Araştırmaya katılan çalışanların %89'u erkek, %91'i ise kadındır. Katılımcıların %81,7'si evli ve %18,3'ü bekar. Katılımcıların yarısından fazlasını (%51,7) 36-45 yaş arası ve %26,7'sini 26-35 yaş arası katılımcılar oluşturmaktadır.

4.2. Geçerlilik Analizleri

Araştırmada da ölçeklere güvenilirlik analizinin yapılmasından sonra ölçeklerin yapı geçerliliğinin test edilmesi amacı ile öncelikli olarak açımlayıcı faktör analizi sonrasında doğrulayıcı faktör analizi uygulanması yapılmıştır.

İlk olarak izlenim yönetimi taktikleri ölçeğine ait açımlayıcı faktör analizi sonucunda izlenim yönetimi taktikleri ölçeği beş boyut olarak ve KMO örneklem yeterlilik katsayısı 0,863 olarak tespit edilmiştir. Bu katsayılar uygulanan 180 adet verinin faktör yapısını ortaya koymak için yeterli sayıda olduğunun göstergesidir. Ayrıca faktör yapılarının anlamlılığının test edildiği Bartlett testi sonucuna göre ($p=0,000$, $p<0,05$) elde edilen boyutlar yapısal olarak anlamlıdır. Yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucunda faktör yükü düşük olan 17 numaralı ifade ölçekten çıkarılmıştır. Açımlayıcı faktör analizin ardından izlenim yönetimi taktikleri ölçeğine AMOS yazılımı kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Şekil 3. İzlenim Yönetimi Taktikleri Ölçeğinin DFA Sonuçları ve Hata Varyansları



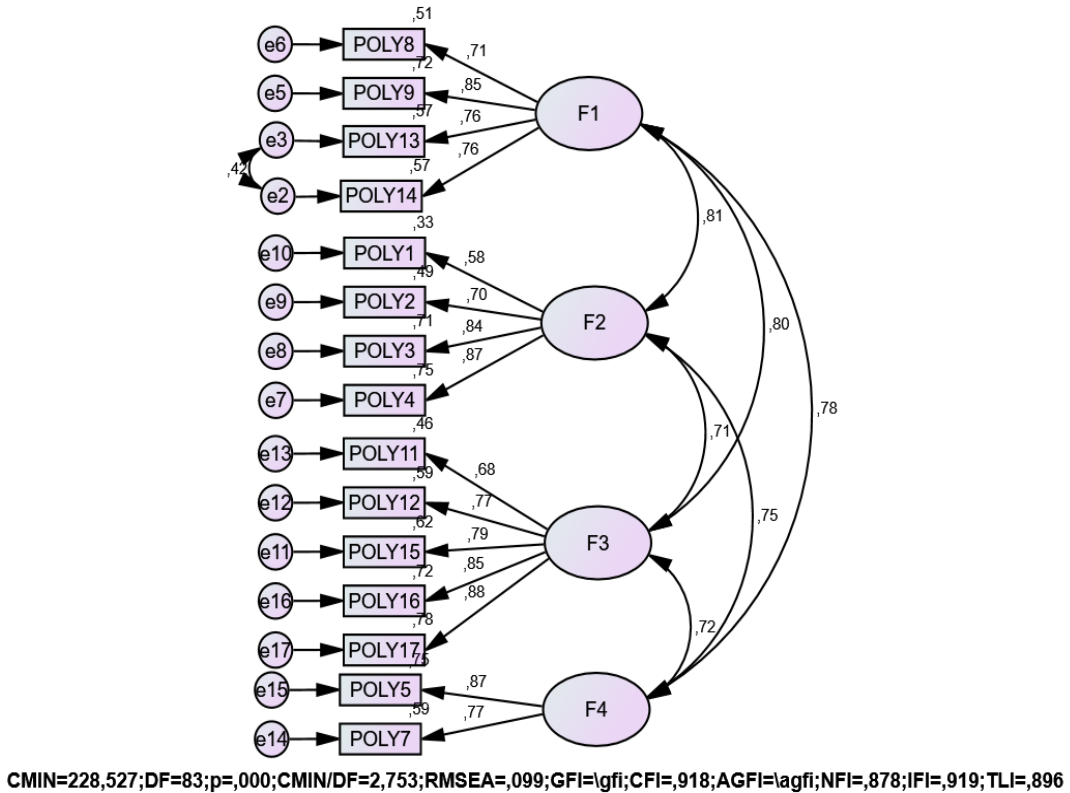
CMIN=276,926;DF=143;p=.000;CMIN/DF=1,937;RMSEA=.072;GFI=.939;AGFI=.939;NFI=.882;IFI=.939;TLI=.927

İzlenim yönetimi ölçeği 5 faktörlü bir yapı ile incelenmiştir. İncelenen yapıda kendini örnek bir personel gibi göstermeye çalışma 6 madde (F1), niteliklerini tanıtarak kendini sevdirmeye çalışma 4 madde (F2),

kendini acındırmaya çalışma 5 madde (F3), kendi önemini zorla fark ettirme 2 madde (F4), karşındakini yücelterek kendini sevdirmeye 4 madde (F5) ile ifade edilmiştir. Araştırmada kullanılan izlenim yönetimi ölçeği beş boyutluysen doğrulayıcı faktör analizi sonucu “*kendi önemini zorla fark ettirmeye çalışma*” boyutu çıkarılmıştır. Bundan dolayı araştırma modeli ve hipotezleri dört boyut üzerinden kurulmuştur. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda model uyum kriterleri incelenmiş, ve e9-e8, e5-e20 ve e19-e23 arasında güçlü bir modifikasyon önerisi görülmüştür. Ölçek uyum indeks değerlerine bakıldığında CMIN=276,926 ;DF=143; $p<0,001$; CMIN/DF=1,937; RMSEA=0,72; CFI=0,939; SRMR = 0,0689 olarak tespit edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, ölçeğin yeterli uyum değerlerine ulaştığı ve ölçeğin geçerliliğinin doğrulandığı görülmektedir. İzlenim yönetimi ölçeğinden AFA ve DFA analizleri sonucunda 15,16,17 maddeleri çıkarılmıştır.

Politik yeti ölçeği 4 faktörlü bir yapı ile incelenmiştir. İncelenen yapıda içtenlik boyutu 4 madde (F1), kişilerarası etki boyutu 4 madde (F2), sosyal ağ boyutu 5 madde (F3), sosyal yeterlilik boyutu 2 madde (F4) ile ifade edilmiştir. Politik yeti ölçeğine ait açımlayıcı faktör analizi sonucunda politik yeti iki boyut olarak ve KMO örneklem yeterlilik katsayısı 0,919 olarak tespit edilmiştir. Bu katsayılar uygulanan 180 adet verinin faktör yapısını ortaya koymak için yeterli sayıda olduğunun göstergesidir. Ayrıca faktör yapılarının anlamlılığının test edildiği Bartlett testi sonucuna göre ($p=0.000$, $p<0.05$) elde edilen boyutlar yapısal olarak anlamlıdır. Araştırmada; faktör yükü 0,40 ve üzerinde olan değişkenler analizden çıkarılmıştır. Yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucunda faktör yükü düşük olan 6,10 ve 18 numaralı ifadeler çıkarılmıştır. Yapılan açımlayıcı faktör analizinin ardından politik yeti ölçeğine AMOS yazılımı kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda oluşturulan model Şekil 4’de verilmiştir.

Şekil 4. Politik Yeti Ölçeğinin DFA Sonuçları ve Hata Varyansları



Standartlaştırılmış faktör yüklerinin 0.30 değerinden daha büyük olması araştırma modelinin geçerlilik ölçütünü sağladığını göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 2007). Araştırmada kullanılan politik yeti ölçeği dört boyutludur. Bundan dolayı araştırma modeli ve hipotezleri dört boyut üzerinden kurulmuştur. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda model uyum kriterleri incelenmiş ve e3-e2 arasında güçlü bir modifikasyon önerisi görülmüştür. Ölçek uyum indeks değerlerine bakıldığında CMIN=228,527 DF=83, $p<0,001$, CMIN/DF=2,753, RMSEA=0,99 CFI=0,918, GFI= ;SRMR = 0,0593 olarak tespit edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, ölçeğin yeterli uyum değerlerine ulaştığı ve ölçeğin geçerliliğinin doğrulandığı görülmektedir. Politik yeti ölçeğinden DFA analizi sonucunda herhangi bir madde çıkarılmamıştır.

4.3. Hipotez Testlerine İlişkin Bulgular

Politik yeti ile izlenim yönetimi taktikleri arasındaki ilişkiye odaklanan bu araştırmada; öncelikle Pearson korelasyon analizine dayalı olarak, katılımcıların iki değişkene ilişkin görüşleri ve politik yeti, alt boyutları ile izlenim yönetimi taktikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığı incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.İzlenim Yönetimi Taktikleri	1									
2.Politik Yeti	,205**	1								
3.İçtenlik	,080	,873**	1							
4.Kişilerarası Etki	,176	,857**	,694**	1						
5.Sosyal Ağ(Network)	,260**	,902**	,687**	,654**	1					
6.Sosyal Yeteneklilik	,129	,773**	,634**	,573**	,633**	1				
7.K.Örnek B.P.G.G. Ç	,744**	,008	-,067	-,027	,071	,024	1			
8.Niteliklerini T.K.S.Ç	,693**	,359**	,253**	,338**	,343**	,259**	,214**	1		
9.K.Acındırmaya Ç.	,566**	-,121	-,147*	-,078	-,060	-,164*	,520**	,070	1	
10.K.Yücelterek K.S.Ç.	,834**	,229**	,101	,176*	,293**	,160*	,515**	,513**	,242**	1
Ortalama	1,94	3,71	3,94	3,78	3,47	3,56	1,43	3,08	1,44	2,18
Standart Sapma	,498	,712	,798	,785	,841	,900	,478	,948	,534	,956

N=180, p**< 0.05, p*< 0.001

Tablo 2’den de görüleceği gibi çalışanların politik yeti puan ortalamaları politik yetinin tüm boyutlarında 3,71 ile 3,94 arasında değer almıştır. Bu sonuçlara göre çalışanların politik yeti düzeylerinin orta düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yine Tablo 2’den izlenebileceği üzere

çalışanların izlenim yönetimi taktikleri puan ortalamaları 1,43 ile 3,08 arasında değer almıştır. Bu sonuçlara göre çalışanlar düşük düzeyde izlenim yönetimi taktiklerine sahip olduklarını düşünmektedir. Diğer yandan, politik yeti ile alt boyutlarından olan sosyal ağ boyutu (network) ile izlenim yönetimi taktikleri arasındaki ilişkiler istatistiksel anlamlı ve pozitif yönlüdür. ($r = ,260$; $p < 0,05$). Ayrıca sosyal ağ boyutu izlenim yönetimi taktiklerinin alt boyutlarından olan “niteliklerini tanıtarak kendini sevdirmeye çalışma” boyutu ($r = ,343$; $p < 0,05$) ve “karşındakini yücelterek kendini sevdirmeye çalışma” boyutu ile anlamlı ve pozitif yönlü ilişkilidir ($r = ,293$; $p < 0,05$)

Politik yetinin dört alt boyutunun izlenim yönetiminin her bir alt boyutundaki değişkenliğin ne kadarını açıkladığını belirleyebilmek için hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 3’te yer almaktadır.

Tablo 3. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken (Politik Yeti)	Bağımlı Değişken (İzlenim Yönetimi Taktikleri)	R	R ²	F	p	β	t	p
Politik Yeti		,205	,037	7,785	,006	,205	2,790	,006
İçtenlik	İzlenim Yönetimi Taktikleri	0,80	,001	1,159	,283	0,80	1,076	,283
Kişilerarası Etki		,176	,026	5,720	,018	,176	2,372	,018
Sosyal Ağ(Network)		,260	,063	12,940	,000	,260	3,597	,000
Sosyal Yeteneklilik		,129	,011	3,036	,083	,129	1,742	,083
İçtenlik	K.Örnek B.P.G.G. Ç	,180	,010	1,460	,217	-,213	-1,795	,074
Kişilerarası Etki						-,051	-,460	,646
Sosyal Ağ(Network)						,219	1,926	,056
Sosyal Yeteneklilik						,049	,477	,634
İçtenlik	Niteliklerini T.K.S.Ç	,378	,124	7,314	,000	-,086	-,772	,441
Kişilerarası Etki						,225	2,156	,032
Sosyal Ağ(Network)						,229	2,140	,034
Sosyal Yeteneklilik						,040	,414	,680
İçtenlik	K.Acındırmaya Ç.	,199	,040	1,811	,129	-,157	-1,329	,186
Kişilerarası Etki						,046	,416	,678
Sosyal Ağ(Network)						,125	1,106	,270
Sosyal Yeteneklilik						-,170	-1,644	,102
İçtenlik	K.Yücelterek K.S.Ç.	,327	,087	5,255	,001	-,227	-1,988	,048
Kişilerarası Etki						,066	,621	,536
Sosyal Ağ(Network)						,396	3,619	,000
Sosyal Yeteneklilik						,015	,154	,877

* β = Standardize edilmiş regresyon katsayısı, p***< ,001 p**< ,01. p*< ,05

Tablo 3’e göre politik yeti, izlenim yönetimi taktiklerinin anlamlı bir yordayıcısıdır ve değişimin %4’ünü açıklamaktadır ($F=7,785$; $p < 0,05$). Politik yetinin alt boyutu olan sosyal ağ boyutu (network) izlenim yönetimi taktiklerinin anlamlı bir yordayıcısı olup ($F=12,940$; $p < 0,05$) %6’sını açıklamaktadır. Politik yetinin alt boyutları izlenim yönetimi taktiklerinin “kendini örnek personel gibi göstermeye çalışma” alt boyutunun anlamlı bir yordayıcısı değildir ($F=1,460$; $p = 0,217$). Politik yetinin alt boyutları izlenim yönetimi taktiklerinin “niteliklerini tanıtarak kendini sevdirmeye çalışma” boyutundaki değişimin %12’sini açıklamaktadır ($F = 7,314$; $p < 0,05$). “niteliklerini tanıtarak kendini sevdirmeye çalışma” alt boyutu üzerinde görece en büyük etkiyi “sosyal ağ (network)” alt boyutu göstermektedir ($\beta = 0,229$, $t = 2,140$; $p < 0,05$). Politik yetinin alt boyutları izlenim yönetimi taktiklerinin “kendini acındırmaya çalışma” alt boyutunun anlamlı bir yordayıcısı değildir ($F= 1,811$; $p = 0,129$). Politik yetinin alt boyutları izlenim yönetimi taktiklerinin “karşındakini yücelterek kendini sevdirmeye çalışma

” alt boyutundaki değişimin %8’sini açıklamaktadır ($F= 5,255$; $p < 0,05$) ve üzerinde ise görece en büyük etkiyi “sosyal ağ (network)” alt boyutu göstermektedir ($\beta = 0,396$, $t = 3,619$; $p < 0,05$).

5. Sonuç

Çalışanların politik yeti düzeylerinin izlenim yönetimi taktikleri üzerindeki etkisinin incelendiği araştırmada, öncelikle katılımcıların politik yeti ve izlenim yönetimi taktiklerinin ne düzeyde olduğu sorusuna yanıt aranmış olup, buna göre değişkenlere ait betimsel istatistikler (ortalama, standart sapma) hesaplanmıştır.

Politik yeti genel olarak ve alt boyutlar tek tek değerlendirildiğinde, katılımcıların politik yetilerinin ortalama puanının orta düzeyde, izlenim yönetimi taktiklerinin ise düşük düzeyde olduğu belirlenmiştir. Politik yetiye dair elde edilen bulgu, politik yeti ile ilgili yapılan çeşitli araştırmaların (Özdemir ve Gören, 2016; Braddy ve Campbell, 2014; Wihler vd., 2015; Yıldıztaşı, 2017) politik yetilere ilişkin sonuçlarının orta düzeyde olması ile uyumludur. Ayrıca politik yetinin alt boyutlarından olan içtenlik en yüksek ortalamaya, sosyal ağ (network) boyutu ise en düşük ortalamaya sahip olmasıyla Özdemir ve Gören (2016), Braddy ve Campbell (2014) ve Alga ve Özdemir' in (2018) araştırma sonuçlarıyla da örtüşmektedir. İzlenim yönetimi taktiklerine dair elde edilen bulgu izlenim yönetimi taktikleri ile ilgili yapılan çeşitli araştırmaların (Basım ve Tatar, 2006 ; Harris vd., 2007 ; Meydan, 2011 ; Yıldız vd., 2016 ; Gwal, 2015; Oğuzhan vd., 2015; Oğuzhan ve Sığırı, 2014) izlenim yönetimi taktiklerine ilişkin ortalama puanlarının düşük düzeyde olması ile uyumludur. İzlenim yönetimi taktiklerinin alt boyutlarından olan “niteliklerini tanıtarak kendini sevdirmeye çalışma” en yüksek ortalamaya, “kendini örnek bir personel gibi göstermeye çalışma” ise en düşük ortalamaya sahiptir. Bu sonuçlar çeşitli araştırmaların sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir (Oğuzhan ve Sığırı, 2014 ve Oğuzhan vd., 2015).

Teorik varsayımlara dayalı olarak politik yetinin izlenim yönetimi taktikleri üzerinde etkili olabileceği düşüncesinden hareketle politik yetinin ve boyutlarının izlenim yönetimi taktikleri üzerindeki etkisi test edilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda, öncelikle politik yeti ile izlenim yönetimi taktikleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı sorusuna cevap aranmıştır. Yapılan analizler sonucunda; politik yeti ile izlenim yönetimi taktikleri arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Başka bir deyişle, çalışanların politik yetileri yükselme eğilimi gösterdikçe, izlenim yönetimi taktiklerini kullanma eğilimleri de artmaktadır. Daha sonra politik yeti boyutlarının izlenim yönetimi taktikleri üzerinde pozitif yönde etkisinin olup olmadığı incelendiğinde ise; politik yetinin alt boyutu olan “sosyal ağ boyutunun (network)” izlenim yönetimi taktiklerini ve izlenim yönetimi taktiklerinin alt boyutları olan “niteliklerini tanıtarak kendini sevdirmeye çalışma”, “karşındakini yücelterek kendini sevdirmeye çalışma” boyutlarını pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın bulguları Xue vd. (2015), Alga ve Özdemir (2018) ve Bayraktutar (2009) çalışmalarının bulgularıyla örtüşmekte olup; Harris vd. (2007) bulgularıyla örtüşmemektedir.

Sonuç olarak; yapılan analizler sonucunda çalışanların politik yetileri ve izlenim yönetimi taktikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer bir deyişle özellikle sosyal ağ yeteneği yüksek olan politik yeteneğe sahip çalışanların izlenim yönetimi taktiklerini ve izlenim yönetimi taktiklerinden olan “karşındakini yücelterek kendini sevdirmeye çalışma” ve “niteliklerini tanıtarak kendini sevdirmeye çalışma” taktiklerinden birini kullanma eğilimleri artmaktadır. Politik yetisi yüksek olan bireylerin başkalarını etkileme, sosyal ağ kurma ve kendini sevdirmeye yetenekleri diğer çalışanlara göre daha fazla gelişmiştir. Ayrıca samimi, içten görünmeleri ve sosyal olarak yetenekli olmaları sayesinde; örgütleri için kaybedilmek istenmeyen ve vazgeçilmez çalışanlar olarak görülmektedirler. Bu yüzden politik yeteneğe sahip çalışanların çalışma ortamlarında

kendilerini kolaylıkla sevdirmeleri, diğer çalışanlara nispeten daha başarılı olmaları ve izlenim yönetimi taktiklerini de ustalıkla kullanmaları muhtemeldir.

Araştırma sadece 180 çalışanın görüşleriyle kısıtlı olup; araştırmanın daha büyük örneklem ve farklı alanlarda yürütülmesinin literatüre daha fazla katkı sunabileceği düşünülmektedir. Katılımcıların tamamı kamu sektöründe çalışmakta olup; çalışma özel sektör de de tekrarlanabilir. Özel sektör çalışanlarının kamu çalışanlarına nispeten iş güvencelerinin olmaması ama kariyerlerindeki yükselişlerinin daha hızlı olması gibi nedenlerden dolayı özel sektör çalışanlarının iletişim yönetim davranışlarına daha fazla ihtiyaç duydukları düşünülmektedir. Bu nedenle özel sektörde aynı araştırmanın yapılması durumunda etki düzeyinin aslında daha yüksek olabileceği öngörülmektedir. Çalışanların izlenim yönetimi taktiklerini geliştirmeleri ve politik yeti düzeylerini artırmaları sayesinde örgütlerinde yaşadıkları stres, çatışma, tükenmişlik ve başarısızlık gibi olumsuz durumlarla baş edebilme kapasitelerini artırabilecekleri söylenebilir. Bu amaçla çalışanların politik yetilerinin özellikle sosyal ağ (network), kişilerarası etki ve sosyal yeterlilik alt boyutlarında geliştirilmesine yönelik eğitimlerin verilmesi ve kurumda etkin iletişimi sağlayan bir kültürün oluşturulması gibi önlemler uygulanabilir.

Literatürde politik yeti, izlenim yönetimi taktikleri konusunda kamu kurumlarında yapılan çalışma sayısı oldukça azdır. Araştırmada; cinsiyet, yaş, medeni durum değişkenlerine göre politik yeti ve izlenim yönetimi taktiklerine göre değişkenlik göstermemiştir. Politik yeti ve izlenim yönetimi taktikleri arasındaki ilişkiler, kurum (özel ve kamu), eğitim düzeyi, görev süresi ve düzey (alt ve üst düzey) gibi farklı değişkenler kullanılarak da incelenebilir ve farklı sonuçlar elde edilebilir. Politik yeti, izlenim yönetimi taktiklerinin sinizm, mobbing, örgütsel politika, yaratıcılık, sosyal etki teorisi, tükenmişlik gibi farklı değişkenlerle birlikte incelenmesine dair çalışmalar yapılarak politik yeti ve izlenim yönetimi taktikleri kavramlarının daha iyi anlaşılması sağlanabilir. Ayrıca araştırmada nicel araştırma yönteminden faydalanılmış olup; araştırma nitel olarak tekrarlanabilir ve böylece ortaya konmayan değişkenler veya boyutlar da ortaya konulabilir.

Kaynakça

- Adams, S. M. & Zanzi, A. (2006). Developing political intelligence for making feasible decisions, *Journal of Management Development*, 25(4), 350-367.
- Ahearn, K., Ferris, G., Hochwarter, W., Douglas, C. & Ammeter, A. (2004). Leader political skill and team performance, *Journal of Management*, 30(3), 309-327.
- Ammeter, A. P., Douglas C., Gardner W.L., Hochwarter W. A. & Ferris G. R. (2002). Toward a political theory of leadership, *The Leadership Quarterly*, 13, 751-796.
- Alga, E. & Özdemir, M. (2018). Özel sektör örgütlerinde politik beceri ile izlenim yönetimi ilişkisi, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 16(31), 309-329.
- Atay, S. (2009). *Politik yeti envanterinin Türkiye’de test edilmesi*, 17. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 891-896, Eskişehir.
- Atay, S. (2010). Geliştirilebilir yönetim becerisi: teorik ve ampirik yönleriyle politik yeti, *Amme İdaresi Dergisi*, 43(2), 65-80.
- Atay, S. & Okur, M. E. (2011). Political skill of narcissistic leaders, *Chinese Business Review*, 10(5).
- Aygün, D. & Toptan, M. (2015). Muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma, *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 12, 268-291.

- Basım, N. & Tatar, İ. (2006). Kamuda izlenim yönetimi: karşılaştırmalı bir çalışma, *Amme İdaresi Dergisi*, 39(4), 225-244.
- Basım, N., Tatar, İ. & Şahin, N. (2006). İzlenim yönetiminde kendilik algısı, kontrol odağı, mesleki hedeflere ulaşma düzeyi ve stres: bir kamu sektörü örneği, *Türk Psikoloji Dergisi*, 21(58), 1-14.
- Bayraktutar, A.(2009). *İzlenim yönetimi ve politik yetinin yönetici performans değerlemeleri üzerindeki rolü*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Brandon, R. & Seldman, M. (2004). *Survival of the savvy: high-integrity political tactics for career and company success*. New York: Free Press, Simon & Schuster, Inc.
- Braddy, P. W. & Campbell, M. (2014). Using political skill to maximize and leverage work relationships, *Center For Creative Leadership*.
- Brouer, R., Badaway, R., Gallager, V. & Haber, J. (2015). Political skill dimensionality and impression management choice and effective use, *Journal of Business and Psychology*, 30(2), 217-233.
- Blickle, G., Diekmann, C., Schneider, P. B., Kalthöfer, Y. & Summers, J. K. (2012). When modesty wins: impression management through modesty, political skill, and career success a two-study investigation, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 21(6), 899-922.
- Bolino, M. C. & Turnley, W. H. (1999). Measuring impression management in organizations: a scale development based on the jones and pittman taxonomy, *Organizational Research Methods*, 2 (2), 187-206.
- Carnegie, D. (1937). *How to win friends and influence people*, New York: Cornerstone Publishing.
- Crane, E. & Crane, F. G. (2002). Usage and effectiveness of impression management strategies in organizational settings. *Journal of Group Psychotherapy, Psychodrama, & Sociometry (Jgpps)*, 55(1), 25-34.
- Cingöz, A. (2013). Politik yetenekler ve öz yönlendirmenin (kendini kurgulamanın) algılanan kariyer başarısı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma, *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(26), 153-179.
- Cialdini, R. B. (2001). *Harnessing the science of persuasion*, Harvard Business Review.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. & Büyüköztürk, Ş. (2016). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Demir, K. (2002). *Türkiye'deki resmi ve özel lise öğretmenlerinin izlenim yönetimi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Doğan, S. & Kılıç, S. (2009). Örgütlerde izlenim yönetimi davranışı üzerine kavramsal bir inceleme, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(3): 53-83.
- Ferris, G.R., Blass, F. R., Douglas, C., Kolondinsky, R. W. & Treadway, D. C. (2003). *Personal reputation in organizations*, In Jerald Greenberg (Ed.), *Organizational Behavior: The State of The Science* (2nd ed.), Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 211-246.
- Ferris, G. R. & Kacmar, M. (1992). Perceptions of organizational politics, *Journal of Management*, 18(1), 93-116.
- Ferris, G.R., Davidson, S.L. & Perrewé, P.L. (2005a). *Political skill at work*. Palo Alto, CA: Davies-Black.
- Ferris, G. R., Treadway, D. C., Kolodinsky, R. W., Hochwarter, W. A., Kacmar, C. J., Douglas, C., et.al. (2005). Development and validation of the political skill inventory, *Journal of Management*, 31(1), 126-152.
- Ferris, G. R., Treadway, D. C., Perrewé, P. L., Brouer, R. L., Douglas, C. & Lux, S. (2007, Haziran). Political skill in organizations, *Journal of Management*, 33(3), 290-320.

- French, J. R. & Raven, B. (1959). *The bases of social power. cartwright, leadership as an influence process*, Michigan : University of Michigan Press. Institute for Social Research, 150-167
- Gardner, W. L. & Martinko, M. J. (1988). Impression management in organizations, *Journal of Management*, 14, 321-338.
- Gwal, R. (2015). Tactics of impression management: relative success on workplace relationship, *The International Journal of Indian Psychology*, 2(2), 37-44.
- Giacalone, R. A. & Rosenfeld, P. (1989). *Impression management in organizations*, Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*, New York: Doubleday Books.
- Harris, K., Kacmar, M., Zivnuska, S. & Shaw, J. (2007). The impact of political skill on impression management effectiveness, *Journal of Applied Psychology*, 92(1), 278-285.
- Hartley, J., Alford, J., Hughes, O. & Yates, S. (2013). *Leading with political astuteness*, Chartered Management Institute.
- Heppner, P. P. & Claiborn, C. D. (1989, Temmuz). Social influence research in counseling a review and critique , *Journal of Counseling Psychology*, 36(3), 365-387.
- Jones, E. E. (1990). *Interpersonal perception*. New York, W. H. Freeman and Company
- Jones, E. E. & Pittman, T .S. (1982). Toward a general theory of strategic self presentation, *Psychological Perspectives On The Self*, 1(1), 231-262.
- Kipnis, D., Schmidt, S. M. & Wilkinson, I. (1980). Intraorganizational influence tactics: explorations in getting one's way, *Journal Of Applied Psychology*, 65(4), 440-452.
- Karakuş, M. & Sedat, A. (2016). Öğretmenlerin bireysel ve örgütsel değerleri ile izlenim yönetimi taktikleri seçimi arasındaki ilişki düzeyi, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(33), 137-152.
- Kacmar, K. M. & Carlson, D.S. (1994). Using impression management in women's job search processes, *American Behavioural Scientist*, 37(5), 682-697.
- Leary, M. R. (1996). *Self-presentation, impression management and interpersonal behavior*, Oxford: Westview Press.
- Martinko, M. J. (1991). İmpression management: looking to the future, (Eds. Giacalone, P.A & Rosenfeld, P.). *Applied İmpression Management*. London: Sage Pub.
- Meydan, C.H. (2011). Örgütsel ortamda tükenmişliğin izlenim yönetimi taktikleri ile ilişkisi, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6 (2), 287-307.
- Oğuzhan, T., Köksal, K. & Turgut, E. (2015). İzlenim yönetimi taktiklerinin örgüt içi sosyal konuma etkisi: kamu üniversitesinde bir çalışma, *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, 25(2), 89-107.
- Oğuzhan, T. & Sığırı, Ü. (2014). Eğitim örgütlerinde izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımına etik iklim tipinin etkisinde lider üye etkileşiminin aracılık rolü, *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 355-379.
- Özdemir, M. & Gören, S. Ç. (2016). Politik beceri ve psikolojik sermaye arasındaki ilişkinin öğretmen görüşlerine göre incelenmesi, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31(2), 333-345.
- Özdemir, N. G. (2006). *Sanal topluluklarda izlenimi yönetme*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özdevecioğlu, M., & Erdem, F. S. (2008). İzlenim yönetimi davranışı: Örgütsel açıdan teorik çerçeve. *Der.*, *Örgütsel Davranışta Seçme Konular: Organizasyonların Karanlık Yönleri Ve Verimlilik Azaltıcı Davranışlar* (Ed: Mahmut Özdevecioğlu ve Himmet Karadal), İlke Yayınevi, Yayın, (11), 33-54.

- Perrewe, P. L., Zellars, K. L., Rossi, A.M., Ferris, G. R., Kacmar, C. J., Liu, Y., Zinko, R. & Hochwarter, W. A. (2005). Political skill: an antidote in the role overload-strain relationship, *Journal of Occupational Health Psychology*, 10, 239-250.
- Pfeffer, J. (1992). *Managing with power: politics and influence in organizations*, Boston, Massachusetts, United States of America: Harvard Business School Press. (Ed: Mahmut Özdevecioğlu ve Himmet Karadal, İlke Yayınevi, Yayın No: 11, Ankara, 33-54)
- Riordan, C. A., Gross, T. & Maloney, C. C. (1994). Self-monitoring, gender, and the personal consequences of impression management, *American Behavioral Scientist*, 37(5), 715-725.
- Robbins, S. P. & Judge, T. A. (2012). *Örgütsel Davranış* (Çev. İ. Erdem). Ankara: Nobel Yayınları.
- Rosenfeld, P., Giacalone, R. A. & Riordan, C.A. (1995). *Impression management in organizations*. New York: Routhledge.
- Rozell, E. J. & Gundersen, D. E. (2003). The effects of leader impression management on group perceptions of cohesion, consensus, and communication, *Small Group Research*, 34 (2), 197-222.
- Schütz, A. (1998). Assertive, offensive, protective, and defensive styles of self- presentation: a taxonomy, *The Journal Of Psychology*, 132 (6), 611-628.
- Şeşen, H., Soran, S. & Balkan, M. O. (2014). Kültürel değer algılarının izlenim yönetimi taktiklerine etkisi: Alt ve orta kademe yöneticiler üzerine bir araştırma, *İş Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 16 (4), 58-70.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*, Pearson, Boston.
- Tatar, G. (2006). *İzlenim yönetiminde kendilik algısı ve stres: Kara Kuvvetlerinde bir uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Treadway, D. C., Ferris, G. R., Duke, A. B., Adams, G. L. & Thatcher, J. B. (2007). The moderating role of subordinate political skill on supervisors impressions of subordinate ingratiation and ratings of subordinate interpersonal facilitation, *Journal of Applied Psychology*, 92, 848-855.
- Thorndike, E. L. (1920). Intelligence and its uses, *Harper's Magazine*, 227–235.
- Türk Dil Kurumu. (2022). www.tdk.gov.tr, Erişim tarihi: 10.11.2022
- Ural, A. & Kılıç, İ. (2018). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Göz. Geç. ve Yenilenmiş 5. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Ünalı, S. (2005). *Emniyet örgütü yöneticilerinin izlenim yönetimi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Xue, X., Song, H. Y. & Tang, Y. J. (2015). The relationship between political skill and employee voice behavior: from an impression management perspective, *Journal of Applied Business Research*, 31(5), 1877-1888.
- Wihler, A., Frieder, R., Blicke, G., Oerder, K. & Schütte, N. (2015). *Political skill, leadership, and performance: the role of vision identification and articulation*, In Handbook Of Organizational Politics. Edward Elgar Publishing.
- Yıldız , M. L., İşçi, E. & Taşçı, S. (2016). İzlenim yönetimi taktiklerinin sosyal kaytarma üzerine etkisi: sağlık sektöründe bir araştırma, *Aurum Journal of Social Sciences*, 1(1), 103-120
- Yıldıztaşı, M.B. (2017). *Politik yeti ile örgütsel tükenmişlik sendromu ilişkisinin orta- okul öğretmenlerinin görüşlerine göre incelenmesi (Yalova İli Örneği)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.