

## ÖRGÜTSEL GURURUN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİNİN BELİRLENMESİ VE ULUSLARARASI ALANYAZINDAKİ ÖRGÜTSEL GURUR ÇALIŞMALARININ İÇERİK ANALİZİ YÖNTEMİ İLE İNCELENMESİ

Merve Gözde DURMAZ\*  
Benan ARDA\*\*

### ÖZET

İnsan, doğası gereği çeşitli çevresel faktörlerden etkilenen ve kendisi etkileyen faktörleri duyguları ile şekillendirebilen bir varlıktır. Bu duygulardan birisi de gururdur. Çalışma ortamında da insanın etkilenen ve etkileyen konumu devam etmektedir. Dolayısıyla gurur örgütsel bir boyut ve önem kazanmaktadır. Ayrıca örgütsel gurur işletmedeki insan kaynağının olumlu davranışlarda bulunmasını sağlayan önemli bir faktördür. Bu bağlamda çalışma kapsamında uluslararası literatür çerçevesinde örgütsel gururun kavramsal ve kuramsal çerçevesi incelenerek; örgütsel gururun oluşmasına katkı sağlayan bireysel ve örgütsel öncellerin ortaya konulması ve uluslararası alanyazında örgütsel gurur ile ilgili yapılmış ampirik çalışmaların içerik analizi yöntemi ile ele alınması amaçlanmıştır. Bu kapsamda 2010-2020 yılları arasında literatürde yayınlanmış 25 uluslararası makale incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Örgütsel Davranış, Gurur, Örgütsel Gurur

**Jel Sınıflandırması:** L23, L29

**Determining The Conceptual Framework Of Organizational Pride And  
Examining The Organizational Pride Studies In The International Area By  
Using The Content Analysis Method**

### ABSTRACT

Human beings, by their nature, are affected by various environmental factors and can shape the factors that affect them with their emotions. One of these emotions is pride. The affected and affecting position of the human being in the working environment continues. Therefore, pride gains an organizational dimension and importance. In addition, organizational pride is an important factor that enables the human resources in the business to behave positively. In this context, by examining the conceptual and theoretical framework of organizational pride within the framework of international literature within the scope of the study; It is aimed to reveal the individual and organizational predecessors that contribute to the formation of organizational pride and to examine the empirical studies conducted on organizational pride in the international literature with the method of content analysis. In this context, 25 international articles published in the literature between 2010-2020 were analyzed.

---

\* Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası İşletmecilik Doktora Öğrencisi Merve Gözde DURMAZ, Kepez-Çanakkale, mervegozdedurmaz@gmail.com, ORCID No: 0000-0003-1000-8316.

\*\* Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası İşletmecilik Doktora Öğrencisi Benan ARDA, Kepez-Çanakkale, benancioplak@gmail.com, ORCID No: 0000-0001-7530-5966.

**Keywords:** Organizational Behavior, Pride, Organizational Pride  
**Jel Classification:** L23, L29

## 1. GİRİŞ

Duygular bireyin bilinçli bir çabası olmadan kendiliğinden ortaya çıkan ve çoğu zaman fizyolojik değişikliklere neden olan zihinsel durumlardır. (Appleberg, 2005: 42-43). Geleneksel olarak duygular, sınırlı bir süre için deneyimlenen farklı ve yoğun hisler olarak tanımlanmaktadır. Duygusal deneyimler ise bir bireyin belirli olaylara maruz kalması ve bunların kaydedilmesinden kaynaklanmaktadır. Duygusal deneyimler, rol davranışları, ekstra rol davranışları, yaratıcılık ve başkalarıyla etkileşim kurma yolları dahil olmak üzere işgörenlerin işteki davranışlarını büyük ölçüde şekillendirmektedir (Masterson, 2016: 5). Bu duygulardan birisi olan gurur ise, insanların deneyimleyebileceği en önemli psikolojik güçlerden birisidir. Gurur, suçluluk ve uyanma gibi duygularla birlikte, bireylerin öz ve kimlik sorunları ile yakından ilişkili olan ve bireylerin psikolojik işleyişinde temel teşkil eden özel bir duygu sınıfında kabul edilmektedir (Masterson, Liden ve Kluemper, 2017: 1). Encyclopedia of Personality and Individual Differences'da ise gurur; kişinin kendi veya yakından ilişkili diğerlerinin başarısına veya hak ettiği kendi başarısına dayanan olumlu bir duygu durumu olarak tanımlanmaktadır. Gurur, özellikle meşru başarı, zafer, üstünlük veya hak edilmiş herhangi bir başarının değerlendirilmesine dayanmaktadır (Zeigler-Hill ve Shackelford, 2020: 4016).

İnsanlar kendi performanslarını, kendi beklentileri veya başkalarının performansı gibi belirli referans noktalarıyla karşılaştırmaktadırlar. Bu karşılaştırma olumlu bir sonuç verdiğinde ve performans iç nedenlere atfedildiğinde, insanlar gurur duymaktadırlar. Ayrıca insanlar sadece kendi başarıları ile değil özdeşleştikleri grupların başarıları ile de gurur duyabilmektedirler (Kraemer vd., 2020: 1097). Bireylerin sosyal olarak değerli bir gruba ait olduklarına dair inançları, grup üyeliğini ödüllendirici hale getirmekte ve onları gelişmiş bir özdeşleşme seviyesi aracılığıyla kendilerini şımartmaya teşvik ederek bir örgütsel gurur duygusu uyandırmaktadır (De Roeck, Akremi ve Swaen, 2016: 1144). Örgütsel gurur kavramı, şirketlerin stratejik varlıkları ve işletmelerin başarısı için hayati bir faktör, olumlu iş davranışlarının itici gücü ve rekabette ana farklılaştırıcı olarak

edindiği önem nedeniyle hem uygulayıcıların hem de alan bilim insanlarının ilgisini çekmiştir (Durrah, Chaudhary ve Gharib, 2019: 4).

Bu bağlamda sosyal kimlik teorisi, kaynakların korunması teorisi, sosyal mübadele teorisi ve duygusal olaylar teorisi ile ilişkilendirilen örgütsel gururu, işğörenin bir örgütle özdeşleşmesinden ve örgütsel performans, öznitelikler veya değerlerine ilişkin değerlendirmesinden kaynaklanan duygusal tepki durumu olarak tanımlamak mümkündür (Appleberg, 2005: 43). Örgütsel gurur kavramının tanımından da anlaşılacağı üzere performans, bağlılık, özdeşleşme, kimlik gibi örgüt açısından oldukça önemli unsurlar ile ilişkili olduğu görülmektedir. Uluslararası alanyazında örgütsel gurur kavramı ile ilgili olarak çok sayıda araştırma bulunmasına rağmen ulusal yazındaki sınırlılık dikkat çekicidir. Dolayısıyla çalışma kapsamında örgütsel gurur kavramının ilişkili olduğu kavramların çeşitliliği ve öneminin yanı sıra ulusal alanyazındaki eksiklik de dikkate alınarak örgütsel gurur kavramının ulusal literatüre kazandırılması ve öncüllerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

## **2. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE**

### **2.1. Örgütsel Gurur Kavramı**

Gurur, başarı ile ilişkili, öz bilinçli ve olumlu bir duygudur. Bu bağlamda “olumlu”, bireylerin gurur duyduklarında yaşadıkları hoşluk düzeyini ifade etmektedir (Kraemer vd., 2020: 1096). Bireyler, olumlu bir olayı kendi kimliklerine ve kimlik temelli hedeflerine uygun olarak değerlendirdiklerinde gurur duymaktadırlar. Kişilerarası olarak gurur, karmaşık sosyal hedeflere, özellikle sosyal statünün geliştirilmesine yönelik düşünceler, duygular ve davranışlara ulaşılmasını sağlamaktadır. Gururun kapsamı ile ilgili olarak ise iki farklı görüş bulunmaktadır. Bunlardan biri otantik gurur iken diğeri kibirli gururdur. Bir kişi bir olayı bir çabaya veya istikrarsız, spesifik ve kontrol edilebilir nedenlere bağladığında ve bireylerin güvenini, alçakgönüllülüğünü ve başarı duygusunu yansıttığında, otantik gurur ortaya çıkmaktadır. Buna karşılık, kibirli gurur, bir kişi bir olayı yeteneğe veya diğerk istikrarlı, küresel veya kontrol edilemeyen nedenlere atfettiğinde ve bireylerin küstahlığını, rakiplere göre üstünlük duygularını ve egoizm duygusunu yansıttığında ortaya çıkmaktadır (Masterson, 2016: 7-11). Otantik gurur başarı ve prososyal kişilik özellikleri ile ilişkili iken; kibirli gurur kendini yüceltme ve dolayısıyla narsistik kişilik özellikleri ile ilişkilidir (Lu ve Roto, 2016: 4). Örgütsel gurur, işğörenlerin içinde buldukları durum itibarıyla iyi bir itibara veya iyi bir izlenime sahip

olan bir örgütle özdeşleşmeleri sonucu hissedilen güçlü ve olumlu duygulardır. Örgütsel gurur bireyin kendisine olan saygısı ile ilgilidir ve işgörenlerin içsel motivasyonun oluşmasına katkı sağladığı için beslenmesi gereken değerli bir psikolojik olgudur. Bu nedenle örgütsel gururun korunması ve geliştirilmesi gereken değerli bir psikolojik kaynak olduğuna inanılmaktadır (Widyanti vd. 2020: 2-3).

Örgütsel gurur kavramı bir örgütün bireyin benlik kavramına dahil edilmesi ve örgütün başarısına dayanan zevkli duygularla karakterize edilen duygu temelli bir tutum olarak tanımlanmaktadır (Kraemer vd., 2020: 1098). Örgütsel gurur, dört psikolojik saygı durumundan biridir ve "paydaşların bir sosyal aktör olarak kuruma verdiği saygı" şeklinde kavramsallaştırılmıştır (Masterson, 2016: 10).

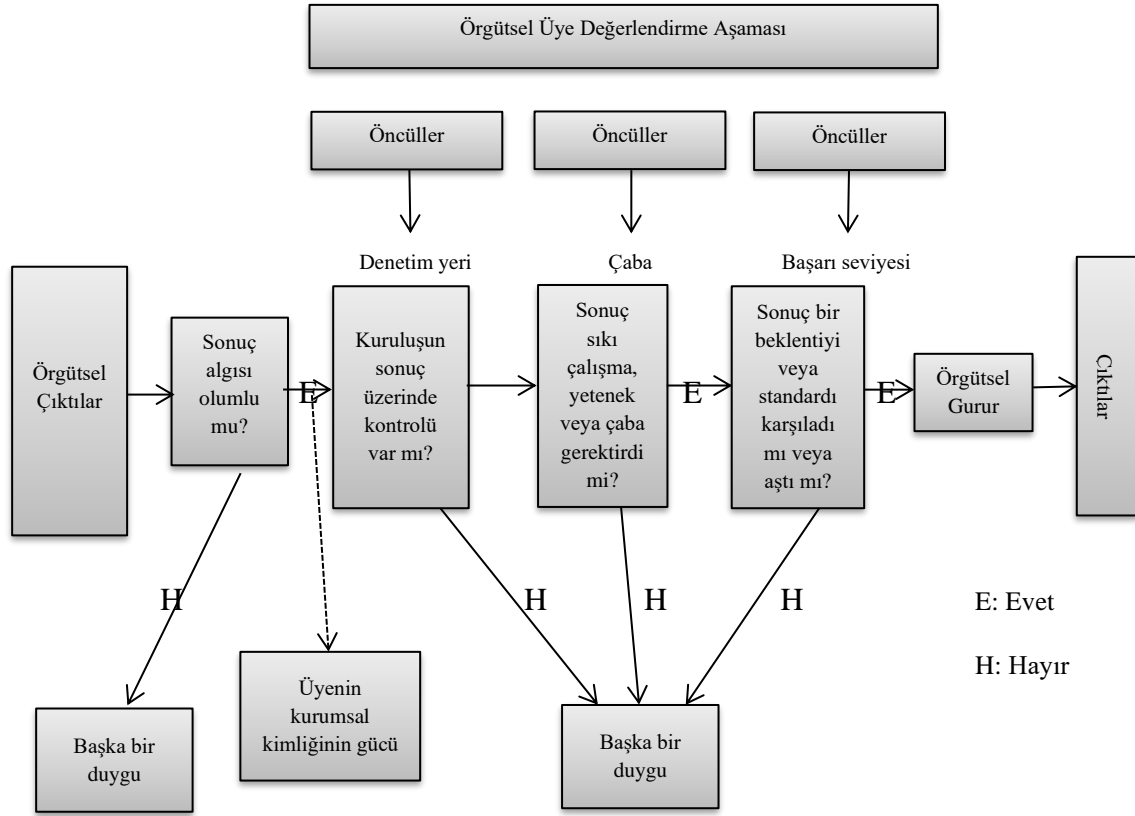
Örgütsel gurur, örgütün toplumda olumlu olarak değerlendirildiği inancını güçlendirmekte ve saygı kazanmak için bireylerin örgütün başarısına pozitif katkıda bulunmasını gerektirmektedir. Ayrıca gurur, örgüte veya çalışma grubuna psikolojik bağlılık kurma ile de doğrudan ilişkilidir (Arshad ve Imran, 2016: 963). Bu anlamda gururun, örgütlerin kendi iç paydaşları için yarattıkları bir değer türü olduğunu ifade etmek mümkündür (Masterson, 2016: 10). Örgütsel gurur aynı zamanda işverene duyulan hayranlığın bir ifadesi olarak da görülebilmektedir. Bir birey, bir kuruluşun değerlerine veya özelliklerine ilişkin belirsiz bir takdire dayalı olarak bir genel bir gurur duygusu sergileyebilir, ancak daha kapsamlı bir örgütsel gurur anlayışı, bireyin gurur duyabileceği belirli örgütsel niteliklerin veya davranışların araştırılması ile gerçekleştirilebilir. Örgütsel gurur, bir kuruluşun yüksek standartlara ve takdir edilen ilkelere bağlılığını, risk alma ve değişime uyum sağlama istekliliğini, işgörenlerin yeteneklerine olan güveni ve refaha ilişkin çeşitli örgütsel unsurları içeren çok boyutlu bir yapıdır. Bu yapı kısmen, aşağıdaki örgütsel niteliklerin işgören değerlendirmelerinden kaynaklanmaktadır: (1) örgütsel kalite ve statü; (2) yenilik ve risk alma; (3) örgütsel etik; (4) çalışanlara güven ve (5) iş teşvikleri (Atkins, 2017: 43).

Örgütsel gurur, duygusal ve tutumsal olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Duygusal gurur, yoğun ancak kısa süreli zihinsel bir deneyim olarak tanımlanmaktadır. Duygusal örgütsel gururun tetikleyicilerinden birisi, şirketin gerçek başarıları ile işgörenin örgütsel görevlerin şirket tarafından nasıl yerine getirildiğine dair beklentileri arasındaki bilişsel karşılaştırmadır. İşgören bu karşılaştırmaların sonucunu başarı olarak kabul ettiğinde

duygusal örgütsel gurur ortaya çıkmaktadır. İşgörenler aynı şirkette çalışmaya devam ettikçe örgütsel gurur duygusunu tekrar tekrar yaşayabilmektedirler. Tutumsal örgütsel gurur ise bireyin örgüte karşı yüksek beğenisi üzerine temellendirilmektedir. Tutumlar tipik olarak deneyimlerden kaynaklandıklarından duygulara kıyasla oldukça dayanıklıdır. Duygusal örgütsel gururun aksine, tutumsal örgütsel gurur kolektiftir ve işgörenin örgütle ilişki kurma ihtiyacından kaynaklanmaktadır (Gouthier ve Rhein, 2011: 635-636). Örgütsel gururun inşası için ise örgüt üyesinin kurumsal kimliğinin varlığı oldukça kritiktir. Gurur, başarı için kendine atf gerektiren bir duygu olduğundan, örgüt üyesi kendi kimliği ile kuruluşun kimliği arasında bir benzeşme algılamalıdır. Örgütle özdeşleşme düzeyi arttıkça bireyin kişisel özgüvenini geliştirme veya koruma ihtiyacı / arzusu da artacak ve bireyin özsaygısı örgüt başarısıyla bağlantılı bir hal alacaktır (Appleberg, 2005: 45).

Örgütsel gurur kavramı “Kaynakların Korunması Teorisi” ile ilişkilendirilmektedir. Kaynakların korunması teorisi, bireylerin önemli kaynakları elde etmeye ve sürdürmeye çalıştığını öne sürmektedir. Buna göre, bireyler örgütü destekleyerek değerli bir kaynak olarak gördükleri örgütsel gururu tanıtmaya ve korumaya çalışmaktadırlar (Kraemer vd., 2020: 1097). Örgütsel gurur kavramı ile ilişkili olan bir diğer teori ise “Sosyal Mübadele Teorisidir”. Sosyal mübadele teorisi, işgörenin örgüte yönelik davranışlarının, örgütün kendilerine yönelik davranışlarına ilişkin algılarından güçlü bir şekilde etkilendiğini belirtmektedir (Mas-Machuca, Berbegal-Mirabent ve Alegre, 2016: 587). Örgütsel gurur ile ilişkili teorilerinden birisi de Duygusal Olaylar Teorisidir. Teoriye göre iş tasarımı veya liderlik tarzı gibi istikrarlı çalışma ortamı özellikleri, iş olayları şeklinde belirli uyarıcı nesnelere oluşumunu etkilemektedir. Bu tür olayları deneyimlemek, olumlu veya olumsuz iş duygularının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Teoride ele alınan tipik iş tutumu; fiili ve beklenen çalışma ortamının karşılaştırılmasının sonucuna dayanan genel iş memnuniyetidir (Gouthier ve Rhein, 2011: 637). Örgütsel gurur kavramı; bireylerin kendilerini ait oldukları sosyal gruplar açısından tanımladığını öne süren sosyal kimlik teorisi ile açıklanmaktadır (Oo, Jung ve Park, 2018: 4). Sosyal kimlik teorisine göre, bireylerin kimliği kısmen sosyal kimliklerinden veya 'bireyin benlik kavramının değer ve duygusallığı ile birlikte bir sosyal gruba (veya gruplara) üyeliğine ve bu üyeliğe verilen öneme ilişkin bilgisinden kaynaklanmaktadır (De Roeck, Akremi ve Swaen, 2016: 1144). Sosyal kimlik teorisi göz önünde

bulundurulduğunda, örgütsel özdeşleşmenin bireyin örgütsel gurur duyabilmesi için gerekli bir ön koşul olduğunu söylemek mümkündür. Bir bireyin örgütle özdeşleşmemesi halinde, gurur uyandıran potansiyel durumlara da kayıtsız kalacaktır (Appleberg, 2005: 40-41).



**Şekil 1: Örgütsel Gurur Modeli**

**Kaynak:** Appleberg, 2005: 44.

Appleberg tarafından geliştirilen model, Şekil 1’de gösterilen süreç yoluyla örgüt üyelerinde örgütsel gururun geliştiğini önermektedir. Süreci başlatmak için bir tür örgütsel olay / sonuç / durum süreci tetiklemektedir. İşgören, bu tetikleyici durum hakkında olumlu veya olumsuz olarak hemen bir hüküm vermektedir. Değerlendirme olumlu ise süreç devam ederken olumsuz ise durum gururdan başka bir duyguya yol açmaktadır (Appleberg, 2005: 45).

## 2.2. Örgütsel Gururun Önemi

Literatür incelendiğinde araştırmalar, örgütsel gururun işgörenlerin davranışları üzerinde oldukça etkili olduğunu göstermektedir. Katzenbach, (2003 ) çalışmasında örgütsel gururun işgörenlerin olumlu iş davranışları sergilemesinde anahtar bir unsur olduğunu ifade etmektedir. Benzer şekilde geçmiş araştırmalarda örgütsel gururun

işgörenlerin bağlılık, yaratıcılık, işletme gibi unsurlarla olumlu ilişkisi olduğunu ortaya koymaktadır (Hameed vd., 2019: 247-249).

Gurur, yalnızca ekip üyelerinin enerjisinden ve içsel motivasyonundan yararlanmalarına değil, aynı zamanda en iyi ticari sonuçlara ulaşmalarına da imkan tanıyan inanılmaz derecede güçlü bir araç görevi görmektedir. Literatürdeki birçok araştırma gururun örgütsel başarı ile ilgili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda bir ekip veya kuruluş gurur duyduğunda, sonuç olarak bağlılık ve tutarlı bir şekilde başarılı projeler görmek mümkündür (McIntosh, 2010: 39-40). Bazı araştırmalarda, örgütsel gururun, işten ayrılma, iş stresi ve örgütsel sinizm gibi olumsuz örgütsel değişkenlerde merkezi bir rol oynayabileceği kanıtlanmıştır (Durrah vd., 2020: 2). Örgütsel gururun nasıl teşvik edilebileceğine dair göstergeler sağlamayı amaçlayan önceki araştırmalar, bunun uygun çalışma koşulları, gönüllü programlar veya kuruluşun olumlu dış itibarı gibi faktörlerle mümkün olduğunu göstermektedir (Brosi, Spörrle ve Welpel, 2018: 358).

### **2.3. Örgütsel Gururun Öncülleri**

Almanya Federal Eğitim ve Araştırma Bakanlığı tarafından yapılan bir araştırmaya göre iki tip örgütsel gurur bulunmaktadır. Birinci tür örgütsel gurur firma ile ilgili başarılı bir olayın işgörenler tarafından algılanmasına bağlıdır. Bu türe göre, işgörenler kısa süreli gurur duygusu yaşamaktadır. İkinci tür örgütsel gurur ise, firmanın genel algısına bağlıdır. Bu tür örgütsel gururda, işgörenler ahlaki ve kalıcı bir gurur tutumuna sahip olmaktadır (Durrah vd. 2019: 5). Örgütsel gurur işgörenlerin davranışlarına olumlu yönde etkisi bulunan bir duygu olmakla birlikte; örgütsel ortam ve işletme açısından da olumlu çıktıları olabilecek önemli bir kavramdır. Bu nedenle örgütsel gururun öncüllerinin belirlenmesi önem taşımaktadır. Aşağıda örgütsel gururun öncüllerine yer verilecektir.

#### **2.3.1. Örgütsel gururun bireysel öncülleri**

Gurur kişiliğin yanı sıra yaşanan deneyimlerle de ilgilidir ve kişinin kendisini nasıl hissettiğini yansıtmaktadır (Nadatien vd. 2017: 12). Kişisel gurur bireyin iyi bir eylem sonucu algıladığı değer hissi gibi bireysel başarıları ile birlikte görülmektedir (Oo vd. 2018: 3). Literatürde bireysel özellikler ile gurur arasında ilişki olduğunu belirten çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Gururun temel olarak başarıya dayalı bir duygu olması, bireyin algıladığı yetkinlik ve yeteneği gururun beklenen öncülleri arasına sokmaktadır.

Kendine güvenen bireylerin, başarıyı çabayla ilişkilendirme olasılığı yüksektir. Yüksek düzeyde yeteneğe sahip bireyler, diğer çalışanlardan daha fazla övgü alma eğilimine sahip olmaktadır ve bu da bireylerin sosyal karşılaştırma düzeylerini yükseltmektedir (Appleberg, 2005: 48). Tracy ve Robins (2004-2007) bireylerin pozitif bir olayı kendi kişilikleri ve kişilik temelli hedeflerine uygun olarak değerlendirerek gurur duygusunun ortaya çıktığını ifade etmektedirler. Gurur duygusu bilişsel olarak karmaşık bir duygudur ve öz değerlendirme gerektirmektedir. Ayrıca gurur, gerçek ve ideal kişisel, ilişkisel ve kolektif öz denetimden yararlanma becerisi gerektirmektedir (Masterson, 2016: 7). Gurur bireylerin kimliği, benliği, psikososyal performansı ile yakından ilişkili bir duygudur (Durrah vd. 2020: 3). Gurur bir bireyin öz saygısı ve öz değeriyle ilişkili olduğu için, örgütsel gurur insanların korumak ve geliştirmek için çaba göstereceği değerli bir psikolojik kaynaktır (Kraemer ve Gouthier, 2014: 128).

Bandura (1977)'ya göre, öz-yeterlilik bireyin sorunla başa çıkma, başarılı olma, harekete geçme konusundaki temel yetkinlikleridir. Motivasyon ise, hedef belirleme, çaba harcama istekliliği ve sebat etmeye yönelik oluşan inançtır. Duvall ve arkadaşları (2003)'na göre, gurur ve öz-yeterlilik arasındaki olası ilişkide; başarılı şekilde sergilenen performans, bireyin öz yeterlilik duygusunu geliştirebilmekte ve sahip olunan öz yeterlilik bireyde gurur duygusu uyandırmaktadır. Bu nedenle öz yeterlilik gururun bir öncülüdür. Aynı zamanda öz yeterlilik gururun bir sonucu olarak da karşımıza çıkabilmektedir (Appleberg, 2005: 50). Yapılan araştırmalara göre, işgörelere yapılan her türlü teşvik ve ücret artışının yanı sıra örgütsel gurur da işgöreleri motive eden önemli bir faktör olarak belirtilmektedir (Arshad ve Imran, 2016: 963).

### **2.3.2. Örgütsel gururun örgütsel öncülleri**

İşyeri bağlamında gurur ise, işgörelerin kendi başarılarından, örgütlerinden veya işletmelerinden gurur duymasını ifade etmektedir (Durrah vd. 2020: 3). Örgütsel gurur sürecini başlatan bir tür örgütsel olay, sonuç veya durum gereklidir. İşgörel, karşılaştığı olay, durum veya sonuç hakkında olumlu veya olumsuz bir yargıya varmaktadır. Atfetme teorisine göre, ilk değerlendirme otomatik bir oluşumdur. Değerlendirme olumlu ise işgörel durumu sürdürmeye devam etmektedir. Örgütsel gururun oluşması için kritik öneme sahip olan bir diğer olgu da işgörelin örgütsel kimliğinin varlığıdır. Gurur, bireyin başarılı bir durumla kendisini ilişkilendirmesine dayanmakla birlikte; gururun var olabilmesi için işgörelin bireysel kimliği ile örgütsel kimlik arasında bir benzeşme



algılaması gerekmektedir. (Appleberg, 2005: 45). Kolektif gurur, işgörenlerin örgütsel başarıları algılaması ve kişisel başarılar dahil olmadığı durumlarda bile örgütleri ile bir bağlılık ve özdeşleşme duygusu hissetmeleri ile yaşanmaktadır. İşletmenin başarılarının yanında, şirketin pazardaki konumu, imajı, kurumsal itibarı, yönetimin liderlik tarzı ve rekabetçi bir çalışma ortamının yaratılması örgütsel gururun oluşmasını sağlayan potansiyel kaynaklardır (Oo vd. 2018: 3).

Kraemer ve Gouthier (2014) ile Jones (2010) araştırmalarında; uygun çalışma koşullarının, gönüllü programların ve işletmenin oluşturduğu olumlu dış itibarın örgütsel gururun öncülleri olabileceği üzerinde durmuşlardır (Brosi vd. 2018: 358). Kraemer ve Gouthier (2014) örgütsel gururun öncüllerini; özerklik, yöneticini itibarı ve takım desteği olarak sıralamaktadır. Örgütsel gururu oluşturan itici güçler aynı zamanda iş-yaşam dengesinin öncülleri kabul edilmektedir (Mas-Machuca vd. 2016: 591). Bireyin algıladığı örgütsel imaj, bireyin örgütsel kimliğinin oluşmasında büyük rol oynamaktadır. Bireyin aile üyelerinin işletme hakkında olumsuz ifadelerde bulunması veya medyada şirket hakkında olumsuz ifadelerin yer alması bireyin örgütsel destek algısının azalmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle, olumlu örgütsel imajın varlığı, gururun beklenen öncülleri arasındadır. Örgütsel itibar diğer bireylerin kuruma karşı bakış açısını temsil etmektedir. Birçok işletme gururun, toplum tarafından kabul edilen güçlü bir markadan kaynaklandığına inanmaktadır. Örneğin Wal-Mart işletmesi, çalışmak için iyi bir ortam ve insan kaynağına güçlü bir şekilde vurgu yaparak itibar sağlamakta ve işgönerlerde gurur duygusu inşa etmektedir. Anfuso (1995) ise kaliteli ürünler sunma ve iyi bir kurumsal çalışan olmanın gururun kaynağı olduğunu belirtmiştir. Bu nedenle olumlu kurumsal itibar gururun öncüllerinden birisidir (Appleberg, 2005: 49).

Lider üye iletişimi potansiyel olarak gururun bir öncülüdür. Duvall ve arkadaşları tarafından (2003) yapılan araştırmaya göre, kamuya açık bir şekilde geri bildirim almak (övgü) gururu arttıran etkenlerden birisidir. Bununla birlikte bireylerin göreceli performans algıları geri bildirim ile artmaktadır. Bu nedenle yüksek seviyedeki yönetici desteği ve geri bildirimi, bireyin gurur düzeyini arttırabilmektedir (Appleberg, 2005: 50). Bir örgütün veya işletmenin liderinin, yalnızca örgüt üyelerinin enerjisine ve içsel motivasyonuna katkı sağladığını düşüncesi yeterli değildir; gurur aynı zamanda başarılı şekilde hizmet sunumu ve iyi iş sonuçlarının alınmasında da güçlü bir araç olarak vurgulanmaktadır (McIntosh, 2010: 40).

Yapılan psikolojik araştırmalarda gurur ağırlıklı olarak performansla ilgili bir duygu olarak ortaya konmaktadır. Gurur duygusu, kişisel eylemler başarısının algılanması gibi belirli olaylar tarafından tetiklenmektedir. Performansa yönelik gurur duygusu, bireyin başarılarına atıfta bulunmasıdır. Bireyin başarısını kişiliğine, yeteneğine ve çabasına atfetmesidir. Bireyin yalnızca kendi performansını değerlendirmesi gurur duygusunu açıklamakta yeterli olmamaktadır. Aynı zamanda birey, çalışma arkadaşlarına ve örnek aldığı kişilere bağılı olarak da gurur duygusu yaşamaktadır. Örgütsel gurur duygusunun ön koşulu, bireyin işletmeye güçlü bir bağılılık ihtiyacı duymasıdır (Gouthier ve Rhein, 2011: 634).

İş/görev karmaşıklığı örgütsel gururun temel öncülü durumundadır. Gurur, yalnızca görevi başarılı bir şekilde yerine getirmekle var olmamakta; aynı zamanda birey görevin oldukça karmaşık olduğuna inanması ve görevi orta dereceli bir zorlukta değerlendirmesi gerekmektedir. Yapılan araştırmalarda görevin zorluk derecesi ve görevin karmaşıklığının bireyin gururunun gelişmesinde katkısı bulunan öncüller olduğu ortaya konmaktadır (Appleberg, 2005: 48-49).

### **3. YÖNTEM**

Çalışma kapsamında işletmelerde örgütsel gurur kavramının teorik çerçevesinin aydınlatılması, örgütsel gururun öncüllerinin ortaya konulması; diğerk kavramlarla örgütsel gurur kavramı arasındaki ilişkilerin ortaya çıkarılmasına yönelik olarak uluslararası literatürdeki çalışmaların incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda 2010-2020 yılları arasında yayınlanmış uluslararası 25 makalenin içerik analizi yapılmıştır. Ulusal ve uluslararası düzeyde temel bir literatür taraması olacağı düşünülen bu araştırmada araştırma soruları aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

- Örgütsel gurur kapsamında yayımlanan makalelerde kullanılan örneklemin özellikleri ve araştırma yöntemleri nelerdir?
- Örgütsel gurur kavramına ilişkin araştırmalarda hangi değışkenlerle ilişkilerine odaklanılmıştır?

Örgütsel gurur araştırması kapsamında yapılan çalışmalar sonucu ulaşılan bulgular nelerdir?

**Tablo 1. Örgütsel gurur kapsamında yapılan çalışmaların değerlendirilmesi**

Yazar/Yıl	Örneklem-Araştırma Yöntemleri	İlişkili Değişkenler	Bulgular
Arshad, A. & Imran, A. (2016).	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Pakistan Lahor kentindeki 17 reklam ajansının farklı departmanlarında çalışan 226 işgören</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nicel araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır.</p> <p>Örgütsel ahlak algısını için Leach, Ellemers &amp; Barreto (2007) 3 maddelik ölçeği; örgütsel gurur için, Tyler &amp; Blader (2002) 3 maddelik ölçeği ve işgören yaratıcılığı için Zhou &amp; George (2001) 13 maddelik ölçeği kullanılmıştır.</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> Örgütsel Ahlak</p> <p><b>Aracı Değişken;</b> Örgütsel Gurur</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> İşgören Yaratıcılığı</p>	<p>Araştırma bulgularına göre, örgütsel ahlak-örgütsel gururu; örgütsel gurur- işgören yaratıcılığını; örgütsel ahlak işgören yaratıcılığını etkilemektedir. Bununla birlikte, örgütsel ahlakın işgörenlerin yaratıcılığı üzerindeki etkisinde örgütsel gururun kısmi aracılık rolü bulunmaktadır.</p>
Arrendo-Trapero, F. G., Catano, L. E. V., Parra, J. C. V. & Garcia, J. D. G. (2017)	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Kuzeydoğu Meksika'da bulunan şirketler kümesinde çalışmakta olan toplam 432 işgören</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nicel araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır.</p> <p>Örgütsel sadakat ve örgütsel gurur için Arrendo-Trapero vd. (2011) 8 maddelik ölçeği kullanılmıştır.</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> Kadın Erkek</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> Örgütsel Gurur Örgütsel Sadakat</p>	<p>Araştırma bulgularına göre erkek işgörenlerin örgütsel sadakat düzeyleri farklılık göstermekte iken diğer değişkenler ile herhangi bir farklılık ya da ilişki tespit edilememiştir.</p>
Atkins, D. K. (2017)	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Georgia ve Illinois'deki eyalet düzeyindeki kamu ve kar amacı gütmeyen 1220 yöneticiye uygulanmıştır.</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nicel araştırma yönteminden Ulusal İdari Çalışmalar Projesi (NASP III) tarafından oluşturulan anket tekniği kullanılmıştır.</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> Algılanan örgütsel ve Kişisel Bürokrasi</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> Örgütsel Gurur İş Motivasyonu</p>	<p>Bu çalışmada, örgütsel ve kişisel bürokrasinin, örgütsel gurur ve iş motivasyonu üzerindeki etkisini test etmek için bir dizi istatistiksel yöntem kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre, kar amacı gütmeyen yöneticilerin kamu sektöründeki yöneticilere göre kuruluşlarından daha fazla gurur duydukları daha fazla motive oldukları gözlemlenmiştir. Bununla</p>

			<p>birlikte ağılanan örgütsel bürokrasi hem kamu hem de kar amacı gütmeyen yöneticilerin örgütsel gurur ve iş motivasyonundaki düşme ile ilişkisi bulunmaktadır.</p> <p>Yöneticilerin kişisel bürokrasi algısı yöneticilerin her iki sektördeki örgütsel gururunu azaltırken; sadece kar amacı gütmeyen yöneticilerde iş motivasyonu üzerinde olumsuz bir etkiye sahiptir. Bununla birlikte kişisel bürokrasinin kamu yöneticilerinin örgütsel gurur üzerinde daha büyük düzeyde olumsuz bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır.</p>
<p><b>Boezeman, E. J. &amp; Ellemers, N. (2014).</b></p>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Çalışma 1 için kar amacı gütmeyen kuruluşlarda çeşitli alanlarda (örneğin; kilise, hayır kurumları, hayvan barınakları vb.) çalışan 109 katılımcıya uygulanmıştır. Çalışma 2 için sol görüşlü bir siyasi partinin yerel departmanlarında görev yapan 183 yönetim kurulu üyesine çalışmaya katılmıştır.</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nicel araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır.</p> <p>Boezeman ve Ellemers (2007) tarafından geliştirilmiş ölçek kullanılmıştır.</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> Gönüllü Liderlik</p> <p><b>Aracı Değişken;</b> Örgütsel Gurur</p> <p>Saygı</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> Örgütsel Özdeşleşme</p> <p>Liderlik Memnuniyeti</p>	<p>Araştırma bulgularına göre, gönüllü liderlik kar amacı gütmeyen kuruluşlarda gurur duymayı sağlamaktadır. Bununla birlikte kar amacı gütmeyen kuruluşlarda gönüllü liderlik örgütsel özdeşleşme ve liderlik memnuniyeti üzerinde etkisinde saygının aracılık rolü bulunmaktadır.</p>
<p><b>Brands, A. (2019)</b></p>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Mars'ın Veghel fabrikasının farklı departmanlarında çalışan 12 mavi yakalı çalışanlara uygulanmıştır.</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nitel araştırma yöntemi</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> Örgütsel Gurur</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> İşin Deneyimlenen Anlamlılığı</p>	<p>Mavi yakalı çalışanlarda, örgütsel gururun işin deneyimlenen anlamlılığı üzerinde etkisi bulunmaktadır. Bununla birlikte işin deneyimlenen anlamlılığı mavi yakalı çalışanların örgütsel</p>

	çerçevesinde mülakat tekniği kullanılmıştır.		gururunu etkilemektedir. Bununla birlikte örgütsel gururun boyutları olan özgünlük ve öz yeterliliğin işin deneyimlenen anlamlılığı üzerinde etkisi bulunmamaktadır.
<b>Brosi, P., Spörrle, M. &amp; Welpe, I. M. (2018).</b>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> 170 profesör, 833 bilimsel alanda çalışan, 13 bilimsel alan dışında çalışan birey olmak üzere 1218 katılıcıya uygulanmıştır.</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nicel araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır.</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> İşgörenin Çabasından Kaynaklanan Örgütsel Gurur</p> <p>İşgörenin Yeteneğinden Kaynaklanan Örgütsel Gurur</p> <p><b>Aracı Değişken;</b> Duygusal Örgütsel Bağlılık</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> Proaktif Kişilik</p>	<p>Araştırma bulgularına göre, işgörenin çabasından kaynaklanan örgütsel gurur ve işgörenin yeteneğinden kaynaklanan örgütsel gururun Duygusal örgütsel bağlılık üzerinde olumlu yönde etkisi bulunmaktadır. Aynı zamanda, işgörenin çabasından kaynaklanan örgütsel gurur ve işgörenin yeteneğinden kaynaklanan örgütsel gururun proaktif kişilik üzerindeki etkisinde duygusal örgütsel bağlılığın aracılık rolü bulunmaktadır. Çalışmada, işgörenin çabasından kaynaklanan örgütsel gururun proaktif kişilik üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır. Bununla birlikte, işgörenin yeteneğinden kaynaklanan örgütsel gururun proaktif kişilik üzerinde olumsuz etkisi bulunmaktadır.</p>
<b>Chan, S.C.H. &amp; Mak, W.M. (2014).</b>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Çalışma 1'e 145 yüksek lisans öğrencisi katılmıştır. Çalışma 2'ye ise özel bir şirketteki 210 işgören katılmıştır.</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nicel araştırma yönteminden kesitsel anket tekniği kullanılmıştır.</p> <p>Çalışmada, Podsakoff vd. (1990) 23 maddelik dönüşümcü liderlik ölçeği; Tyler and Blader (2002) 3 maddeden oluşan liderin takipçisi olma ölçeği ve Allen ve Meyer (1990) 3 maddeden oluşan</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> Dönüşümcü Liderlik</p> <p><b>Aracı Değişken;</b> Liderin Takipçisi Olmanın Gururu</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> Duygusal Bağlılık, Normatif Bağlılık</p>	<p>Araştırma bulgularına göre, dönüşümcü liderliğin duygusal ve normatif bağlılık üzerindeki etkisinde liderin takipçisi olmanın verdiği gururun tam aracılık rolü bulunmaktadır.</p>

	örgütsel bağlılık ölçeği kullanılmıştır.		
<b>De Roeck, K., Akremi, A. &amp; Swaen, V. (2016).</b>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Çalışmanın ilk aşamasında, enerji sektöründe faaliyet gösteren şirketin genel merkezinde çalışan 461 çalışana uygulanmıştır. Çalışmanın ikinci aşamasında ilk aşamada örnekleme alınan 461 katılımcıdan 206'sı çalışmaya katılmıştır. Çalışmanın son aşamasında ikinci aşamadaki 206 katılımcıdan 126 katılımcı araştırmaya dahil edilmiştir. Böylece işletmede 10 yıldan fazla süredir çalışan işgörenler yakından takip edilmiştir.</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Her biri 5 aylık aralıklarla uygulanmış olan 3 dalgalı ölçüm yöntemi kullanılmıştır. Nicel araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır. Anketler online olarak doldurtulmuştur.</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> Algılanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk</p> <p><b>Aracı Değişken;</b> Algılanan Dış Prestij Örgütsel Gurur</p> <p><b>Düzenleyici Değişken;</b> Genel Adalet Algısı</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> Örgütsel Özdeşleşme</p>	Araştırma bulgularına göre, algılanan kurumsal sosyal sorumluluğun örgütsel özdeşleşme üzerindeki etkisinde algılanan dış prestij ve örgütsel gururun aracılık, genel adalet algısını düzenleyici rolü bulunmaktadır.
<b>Durrah, O., Allil, K., Gharib, M. &amp; Hannawi, S. (2020).</b>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Ummanda faaliyet gösteren 5 büyük petrokimya işletmesinde çalışan 278 çalışana uygulanmıştır.</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nicel araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır.</p> <p>Çalışmada, Gouthier ve Rhein (2011) 7 maddelik örgütsel gurur ölçeği; Zhou ve George (2001) yaratıcılık ölçeği kullanılmıştır.</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> Örgütsel Gurur (Duygusal Gurur, Tutumsal Gurur)</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> İşgören Yaratıcılığı</p>	Araştırma bulgularına göre, tutumsal gururun işgören yaratıcılığı üzerinde etkisi bulunmaktadır. Bununla birlikte duygusal gururun işgören yaratıcılığı üzerinde etkisi bulunmamaktadır.

<p><b>Durrah, O., Chaudhary, M. &amp; Gharib, M. (2019).</b></p>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Ummandaki 9 sanayi kuruluşunun 350 idari personeline uygulanmıştır.</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nicel araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır.</p> <p>Çalışmada, Dean vd. (1998) örgütsel sinizm ölçeği; Gouthier ve Rhein (2011) 7 maddelik örgütsel gurur ölçeği kullanılmıştır.</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> Örgütsel Sinizm (Bilişsel Sinizm, Duygusal Sinizm Ve Davranışsal Sinizm)</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> Örgütsel Gurur (Duygusal Gurur, Tutumsal Gurur)</p>	<p>Araştırma bulgularına göre, örgütsel sinizmin (duygusal sinizm ve davranışsal sinizm) duygusal gurur üzerinde oneli düzeyde negatif etkisi bulunmaktadır. Bununla birlikte bilişsel sinizm duygusal gururu etkilememektedir. Aynı zamanda örgütsel sinizmin duygusal sinizm boyutu tutumsal gurur üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Örgütsel sinizmin (bilişsel sinizm ve davranışsal sinizm) boyutları ise tutumsal gurur üzerinde etkisi bulunmamaktadır.</p>
<p><b>Gouthier, M.H.J. &amp; Rhein, M. (2011).</b></p>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Çalışmanın ilk aşaması olan nitel çalışmaya büyük bir bankanın 53 müşteri danışmanı katılmıştır. Çalışmanın ikinci aşamasında 733 hizmet sektöründe çalışan katılımcı çalışmaya katılmıştır.</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nitel ve nicel araştırma yöntemleri birlikte kullanılmıştır.</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> Örgütsel Gurur Duygusu</p> <p><b>Aracı Değişken;</b> Tutumsal Örgütsel Bağlılık</p> <p><b>Düzenleyici Değişken;</b> Müşteri Hizmetlerine Bağlılık</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> İşten Ayrılma Niyeti Yaratıcılık</p>	<p>Araştırma bulgularına göre, duygusal örgütsel gurur ile tutumsal örgütsel gururu etkilemektedir. Örgütsel gurur duygusu işgörenin müşteri hizmetlerine bağlılığını etkilemektedir. Duygusal örgütsel gurur yaratıcılık üzerinde, müşteri hizmetine bağlılıktan daha zayıf bir etkiye sahiptir. Duygusal örgütsel gurur yaratıcılık üzerinde müşteri hizmetlerine bağlılığın düzenleyici rolü bulunmaktadır. Tutumsal örgütsel gurur işten ayrılma niyetini olumsuz olarak etkilemektedir.</p>
<p><b>Hameed, Z., Khan, I. U., Islam, T., Sheikh, Z. &amp; Khan, S. U. (2019)</b></p>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Pakistan konaklama endüstrisinde çalışmakta olan yönetim kademesi dışında kalan toplam 324 işgören</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nicel araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır.</p> <p>İçsel ve dışsal kurumsal sosyal sorumluluğu ölçmek için Turker (2009) 17 maddelik ölçeği, algılanan örgütsel destek</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> İçsel Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Dışsal Kurumsal Sosyal Sorumluluk</p> <p><b>Aracı Değişken;</b> Örgütsel Gurur</p> <p><b>Düzenleyici Değişken;</b> Algılanan Örgütsel Destek</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b></p>	<p>Araştırma bulgularına göre içsel ve dışsal kurumsal sosyal sorumluluk algılanan örgütsel gurur, algılanan örgütsel gurur işgörenlerin çevre yanlısı davranışlarını ve içsel ve dışsal kurumsal sosyal sorumluluk işgörenlerin çevre yanlısı davranışlarını etkilemektedir. Algılanan örgütsel gururun içsel ve dışsal sosyal sorumluluk ve işgörenlerin çevre yanlısı davranışları üzerindeki etkisinde aracılık rolü</p>

	<p>için Eisenberger vd. (2001) 6 maddelik ölçeği, işgörenlerin çevreye yönelik girişimleri için Borial ve Paille (2012) 6 maddelik ölçeği, algılanan örgütsel gurur için Gouderzi vd. (2011) 3 maddelik ölçeği kullanılmıştır.</p>	<p>İşgörenlerin Çevre Yanlısı Davranışları</p>	<p>bulunmaktadır. Ayrıca içsel ve dışsal kurumsal sosyal sorumlulukla birlikte örgütsel gurur arasında algılanan örgütsel desteğin düzenleyici rolü bulunmaktadır.</p>
<p><b>Im, S. &amp; Chung, Y.W. (2018)</b></p>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Güney Kore'deki 267 tam zamanlı çalışana uygulanmıştır.</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nicel araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır.</p> <p>Çalışmada, Spreitzer (1995) 3 maddelik gönüllülüğün anlamlılığı ölçeği; Coyle-Shapiro ve Conway's (2005) 7 maddelik örgütsel destek algısı ölçeği; Cook ve Wall's (1980) 6 maddelik örgütsel güven ölçeği; Jones (2010) 4 maddelik örgütsel gurur ölçeği; Andersons (1991) 7 maddelik örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeği kullanılmıştır.</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> Gönüllülüğün Anlamlılığı</p> <p><b>Aracı Değişken;</b> Örgütsel Gurur Örgütsel Güven</p> <p><b>Düzenleyici Değişken;</b> Örgütsel Destek Algısı</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> Örgütsel Vatandaşlık Davranışı</p>	<p>Araştırma bulgularına göre, çalışan gönüllülüğünün örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisinde örgütsel gurur ve güvenin aracılık rolünü bulunmaktadır. Bununla birlikte gönüllülüğün anlamlılığının örgütsel gurur ve güven üzerindeki etkisinde örgütsel destek algısını düzenleyici rolü bulunmaktadır.</p>
<p><b>John, A., Qadeer, F., Shahzadi, G. &amp; Jia, F. (2019)</b></p>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Hizmet sektöründeki firmalarda çalışmakta olan toplam 187 orta düzey yönetici</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nicel araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır.</p> <p>Kurumsal sosyal sorumluluk için Glavas ve Kelley (2014) 8 maddelik ölçeği, örgütsel gurur için Lea ve Webley (1997) 3 maddelik ölçeği, örgütsel özdeşleşme için Mael ve Ashfort (1992) 6 maddelik ölçeği, iş yoluyla etkili olma arzusu (DSIW) için Gully vd. (2013) 4</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> Kurumsal Sosyal Sorumluluk</p> <p><b>Aracı Değişken;</b> Örgütsel Gurur Örgütsel Özdeşleşme</p> <p><b>Düzenleyici Değişken;</b> İş Yoluyla Etkili Olma Arzusu</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> Görev Performansı Örgütsel Vatandaşlık Davranışı</p>	<p>Araştırma bulgularına göre kurumsal sosyal sorumluluk, görev performansı ve örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. İş yoluyla etkili olma arzusu kurumsal sosyal sorumluluğun görev performansı ve örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisinde düzenleyicilik rolüne sahiptir. Örgütsel gurur ve örgütsel özdeşleşme kurumsal sosyal sorumluluğun görev performansı ve örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisinde aracılık rolüne sahiptir.</p>



	maddelik ölçeği, görev performansı için Podsakof ve MacKenzie (1989) 5 maddelik ölçeği ve örgütsel vatandaşlık davranışı için ise özelleştirilmiş 15 maddelik ölçek kullanılmıştır.		
<b>Kraemer, T. &amp; Gouthier, M.H.J. (2014)</b>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> 3 Alman call-center firmasında çalışmakta olan toplam 252 call-center görevlisi</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nicel araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır.</p> <p>Örgütsel gurur için Gouthier ve Rhein (2011) 3 maddelik ölçeği, işten ayrılma niyeti için Walsh vd. (1985) 4 maddelik ölçeği, örgütsel bağlılık için Meyer vd. (1993) 6 maddelik ölçeği, duygusal tükenme için Singh vd. (1994) 8 maddelik ölçeği kullanılmıştır.</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> İş Talepleri İş Kaynakları</p> <p><b>Aracı Değişken;</b> Örgütsel Gurur Duygusal Tükenme</p> <p><b>Düzenleyici Değişken;</b> Cinsiyet Örgütteki görev süresi</p> <p><b>Kontrol Değişken;</b> Örgütsel Bağlılık</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> İşten Ayrılma Niyeti</p>	<p>Araştırma bulgularına göre, iş baskısı ve iş kesintileri duygusal tükenmeyi olumlu yönde; duygusal tükenme işten ayrılma niyetini olumlu yönde; otonomi, yönetici değerlendirmesi ve takım desteği örgütsel gurur olumlu yönde; örgütsel gurur işten ayrılma ve duygusal tükenmeyi olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrıca örgütsel gururun işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi örgütsel bağlılığın işe adanma üzerindeki etkisinden daha yüksektir. İş rutinleştirmesinin duygusal tükenme üzerindeki etkisi erkekler için kadınlardan daha güçlüdür. Ekip desteğinin örgütsel gurur üzerindeki etkisi kadınlarda erkeklere göre daha güçlüdür. İş baskısının duygusal tükenme üzerindeki etkisi, görev süresi daha kısa olan çalışanlara göre daha uzun görev süresine sahip çalışanlar için daha güçlüdür. Yönetici değerlendirmesinin örgütsel gurur üzerindeki etkisi, görev süresi daha kısa olan çalışanlara göre daha uzun görev süresine sahip çalışanlar için daha güçlüdür. Takım desteğinin örgütsel gurur üzerindeki etkisi, görev süresi daha kısa olan çalışanlar için görev süresi uzun olanlara göre daha güçlüdür.</p>
<b>Kraemer, T., Weiger, W. H.,</b>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Almanya'da faaliyet</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b></p>	<p>Araştırma bulgularına göre örgütsel gurur öz yeterlilik,</p>

<p><b>Gouthier, M. H. J. &amp; Hammerschmidt, M. (2020)</b></p>	<p>gösteren çeşitli endüstrilerde çalışmakta olan sık sık müşteri etkileşimine giren ve liderlik sorumluluğu olmayan toplam 319 işgören</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nicel araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır.</p> <p>Örgütsel gurur için Gouthier ve Rhein (2011) 3 maddelik ölçeği, müşteri odaklı davranış için Peccei and Rosenthal (1997) 4 maddelik ölçeği, öz yeterlilik için Schwarzer vd (1997) 5 maddelik ölçeği, içsel motivasyon için Tierney vd. (1997) 3 maddelik ölçeği, algılanan örgütsel başarı için Walsh vd. (2009) 3 maddelik ölçeği, iş tatmini için Bowling ve Hammond (2008) 2 maddelik ölçeği kullanılmıştır.</p>	<p>Örgütsel Gurur</p> <p><b>Aracı Değişken;</b></p> <p>Öz Yeterlilik</p> <p>İçsel Motivasyon</p> <p>Algılanan Örgütsel Başarı</p> <p>İş Tatmini</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b></p> <p>Müşteri Odaklı Davranış</p>	<p>öz yeterlilik de müşteri odaklı davranış üzerinde etkilidir. Benzer şekilde örgütsel gurur içsel motivasyon, içsel motivasyon da müşteri odaklı davranış üzerinde etkilidir. Örgütsel gururun müşteri odaklı davranışlar üzerindeki etkisinde öz yeterlilik ve içsel motivasyonun aracılık rolü bulunmaktadır. Müşteri odaklı davranış, algılanan örgütsel başarıyı olumlu olarak etkilerken; müşteri odaklı davranış aynı zamanda iş tatminini de etkilemektedir. Müşteri odaklı davranışın örgütsel gurur üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel başarı ve iş tatmininin aracılık rolü bulunmaktadır.</p>
<p><b>Lu, Y. &amp; Roto, V. (2016)</b></p>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Özellikle metal ve mühendislik endüstrisi ile ilgili 20 örnek olay ile 33 katılımcıya gidilmiştir.</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay tekniği kullanılmıştır.</p>	<p>İşyerinde gururun tasarımı</p>	<p>Araştırma sonucunda işyerinde gurur deneyimi için iki ana eğilim tanımlanmıştır. Bunlar hedef odaklı etkileşim ve olay temelli duygusal gururdan uzun vadeli örgütsel gurur tutumuna geçiştir.</p>
<p><b>Mas-Machuca, M., Berbegal-Mirabent, J. &amp; Alegre, I. (2016)</b></p>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> İspanyol ilaç firmalarında farklı hiyerarşik seviyelerde aktif olarak çalışmakta olan 374 işgören</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nicel araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır.</p> <p>Otonomi için Patterson vd. (2005)'nin geliştirmiş oldukları örgüt iklimi ölçeğinin ilk 3 maddelik ilk boyutu, yönetici iş</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b></p> <p>Otonomi</p> <p>Yönetici İş Yaşam Dengesi Desteği</p> <p>İşgören İş Yaşam Dengesi</p> <p>Örgütsel Gurur</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b></p> <p>İşgören İş Yaşam Dengesi</p> <p>Örgütsel Gurur</p>	<p>Araştırma kapsamında bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre yönetici iş yaşam dengesi desteği işgören iş yaşam dengesi ile olumlu yönde ilişkilidir. İşgören iş yaşam dengesi örgütsel gurur ile olumlu yönde ilişkilidir. Otonomi, işgören iş yaşam dengesi ile olumlu yönde ilişkilidir. Örgütsel gurur iş tatmini ile olumlu yönde ilişkilidir. Ayrıca örgütsel</p>

	yaşam dengesi desteği için Carlson vd. (2013) 2 maddelik ölçeği, işgören iş yaşam dengesi için Hayman (2005) 4 maddelik ölçeği, örgütsel gurur için Gouthier ve Rhein (2011) 3 maddelik ölçeği ve iş tatmini için Dolbier vd. (2005), Nagy (2002) ve Wanous vd. (1997) tek maddelik ölçeği kullanılmıştır.	İş Tatmini	gurur işgören iş yaşam dengesi ve iş tatmini arasındaki ilişkide tam aracılık rolüne sahiptir.
<b>Masterson, C. (2016)</b>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Reklam/satış sektöründen 8, finansal servis sektöründen 8, sağlık sektöründen 7, gıda sektöründen 7 işgören ile yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Pilot araştırma kapsamında Midwest Üniversitesi öğrencisi 204 katılımcı, ana örneklem çerçevesinde çeşitli internet sitelerinde çalışmakta olan 480 işgören, kültürel geçerlik kapsamında ise Çin Üniversitesi'nde işletme mastırı yapan 200 katılımcı örnekleme oluşturmaktadır.</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin bir arada kullanıldığı karma yöntem ile ölçek geliştirme araştırması yapılmıştır.</p>	Örgütsel gurur kapsamında işyerinde gururun doğası, ortaya çıkışı ve işlevi üzerine çok yönlü inceleme ve örgütsel gurur ölçeği geliştirilmesi	Araştırma sonucunda 9 madde ve 3 boyuttan oluşan örgütsel gurur ölçeği geliştirilmiştir.
<b>Ng, T.W.H., Yam, K.C. &amp; Aguinis, H. (2019)</b>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Çalışmanın ilk aşamasında 210 tam zamanlı çalışan örnekleme dahil edilmiştir. Çalışmanın ikinci aşamasında, 271 yönetici dışındaki çalışan örnekleme katılmıştır.</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nicel araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır.</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> Algılanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk</p> <p><b>Aracı Değişken;</b> Örgütsel Gurur</p> <p>Örgütsel Gömülmüşlük</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> İşgücü Devir Hızı</p>	Araştırma bulgularına göre, algılanan kurumsal sosyal sorumluluk ile örgütsel gurur pozitif yönde ilişkilidir. Bununla birlikte örgütsel gurur örgütsel gömülmüşlük ile pozitif yönde ilişkilidir. Örgütsel gömülmüşlük düzeyinin yüksek olması, iş devir hızının düşük olması ile ilişkilidir. Sonuçta algılanan kurumsal sosyal sorumluluğun iş devir

	<p>Çalışmada, Cable ve Turban's (2003), Helm's (2013) çalışmalarından 4 maddelik örgütsel gurur ölçeği; Ng ve Feldman (2012) 6 maddelik örgütsel gömülmüşlük ölçeği; Turker (2009) 7 maddelik kurumsal sosyal sorumluluk ölçeği kullanılmıştır.</p>		<p>hızının düşük düzeyde olması ile ilişkisinde örgütsel gurur ve örgütsel gömülmüşlüğü seri aracılık rolü bulunmaktadır.</p>
<p><b>Nilawati, F., Umar, N., Kusdi, R. &amp; Zainul, A. (2019)</b></p>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Malang Şehrindeki 4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışan üst düzey yöneticiler ve sürekli çalışanlardan oluşan 209 katılımcıya uygulanmıştır.</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nicel araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır.</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> İş Yaşam Dengesi Örgütsel Gurur</p> <p><b>Aracı Değişken;</b> İş Tatmini</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> Örgütsel Vatandaşlık Davranışı</p>	<p>Araştırma bulgularına göre, örgütsel gurur ve iş yaşam dengesinin iş tatmini üzerinde olumlu ve anlamlı etkisi bulunmaktadır. Bununla birlikte, örgütsel gurur ve iş tatmini örgütsel vatandaşlık davranışını olumlu olarak etkilemektedir.</p>
<p><b>Oo, E.Y., Jung, H. &amp; Park, I.J. (2018)</b></p>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Çevrimiçi anket firmasının yardımıyla; imalat, bilgi teknolojisi, hizmet ve perakende sektöründen 210 katılımcıya uygulanmıştır.</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nicel araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır.</p> <p>Kurumsal sosyal sorumluluk için Maignan ve Ferrell (2004) 4 maddelik ölçeği, örgütsel gurur için Lee ve Cho (2013) 4 maddelik ölçeği, örgütsel vatandaşlık davranışı için Williams ve Anderson (1991) 8 maddelik ölçeği, kolektivizm yönelimi için Kim ve Park (2014) 4 maddelik ölçeği, kişi örgüt uyumu için Choi vd. (2011) 5 maddelik ölçeği kullanılmıştır.</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> Kurumsal Sosyal Sorumluluk</p> <p><b>Aracı Değişken;</b> Örgütsel Gurur</p> <p><b>Düzenleyici Değişken;</b> Kolektivizm Yönelimi Kişi-Örgüt Uyumu</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> Örgütsel Vatandaşlık Davranışı</p>	<p>Araştırma bulgularına göre kurumsal sosyal sorumluluk ile örgütsel gurur arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Kolektivizm yönelimi ile örgütsel gurur ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramlarının da ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.</p>

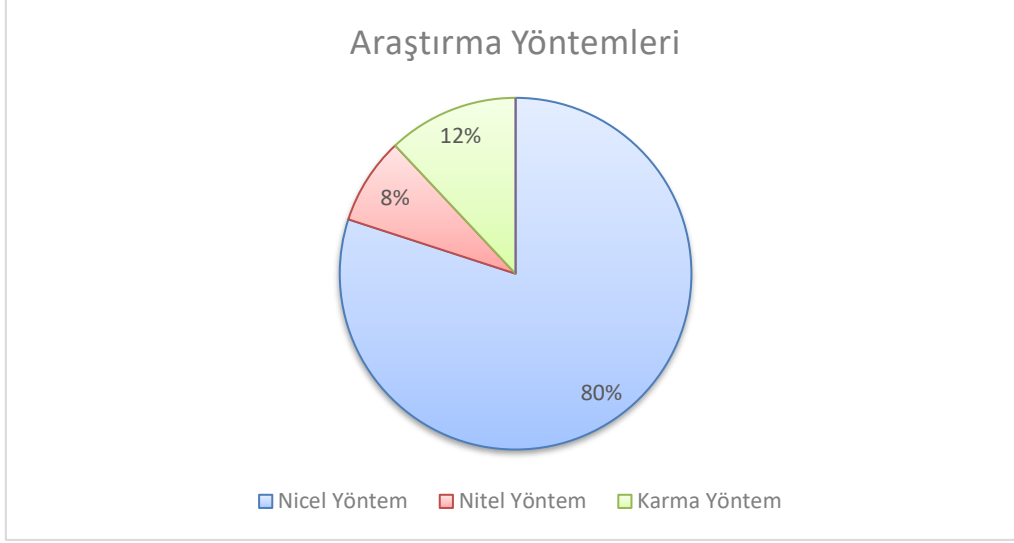
<p><b>Seyedpour, S. M., Safari, A. &amp; Isfahani, A. N. (2020)</b></p>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Nitel araştırma yönteminde, Ulusal İran Petrol Şirketinin (NIOC) 19 yöneticisi, müdürü, denetçisi ve uzmanından oluşan katılımcılar çalışmaya katılmıştır. Daha sonra nitel araştırma bulgularının test edilmesi amacıyla 381 katılımcı çalışmaya dahil edilmiştir.</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Karma yöntem kullanılmıştır. Araştırma kapsamında istenen modele ilişkin nedensel ilişkileri belirlemek için nitel araştırma yönteminden; nitel bulguların test edilmesi amacıyla nicel yöntemde anket tekniği kullanılmıştır.</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> Örgütsel Gurur Duygusu Tutumsal Örgütsel Gurur</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> Örgütsel Kimlik Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İşgörenlerin Performansında Gelişme</p>	<p>Ulusal İran Petrol Şirketi için bir örgütsel gurur modeli oluşturmak amacıyla yapılan çalışmanın bulgularına göre örgütsel gururun öncülleri, (içsel motivasyon, ulusal gurur duygusu, işletmenin başarılı geçmişi, işletme imajı ve işletmenin çıktısının önemi), merkezi fenomen (örgütsel gurur duygusu, tutumsal örgütsel gurur), bağlamsal faktörler (siyasi-yasal faktörler, sosyo-kültürel faktörler, ekonomik teknolojik faktörler), aracı koşullar (süpervizörün düşüncesi, algılanan örgütsel adalet, finansal olanaklar, kariyer yolunun şeffaflığı) olarak sıralanmaktadır. Örgütsel gurur çerçevesinde şekillenen stratejiler (örgütün tamamı hakkında olumlu görüşler, örgüt dışı olumlu görüşler, iş gayreti, işgörenler ve ailelerinin işletmeye karşı önyargısı, işletmenin değerlerine bağlılığı) olarak sıralanmaktadır. Örgütsel gururun sonuçları olarak (örgütsel kimlik, örgütsel vatandaşlık davranışı, işgörenlerin performansında gelişme) olarak sıralanmıştır. Nitel çalışmanın sonuçları nicel çalışma tarafından desteklenmiştir.</p>
<p><b>Widyanti, R., Irahmi, G. &amp; Basuki, S.R. (2020)</b></p>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Kalimantan ve Batı Java bölgesinde yer alan iki özel üniversitedeki toplam 200 işgören</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nicel araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır.</p> <p>Örgütsel adalet için Lmvert vd. (2019) ölçeği, örgütsel gurur için Lee ve Cho (2013) 4 maddelik</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> Örgütsel Adalet Örgütsel Gurur İş Tatmini</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> İş Tatmini İş Performansı</p>	<p>Araştırma bulgularına göre örgütsel adalet ve örgütsel gurur iş performansı ve iş tatmini üzerinde olumlu bir etkiye sahipken, iş tatmini de iş performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir.</p>

	ölçeği, iş tatmini için Bowling ve Hammond (2008) 2 maddelik ölçeği kullanılmıştır.		
<b>Zhou, Z., Luo, B. N. ve Li-Ping Tang, T. (2018)</b>	<p><b>Örneklem özellikleri:</b> Çin'deki 12 farklı şirkette çalışmakta olan toplam 296 yönetici ve işgören</p> <p><b>Araştırma yöntemi:</b> Nice1 araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır.</p> <p>Kurumsal sosyal sorumluluk için Alcaniz vd. (2010) ve Stanaland vd. (2011) ölçeklerinden derlenen 4 maddelik ölçeği, örgütsel gurur için Jones (2010) 4 maddelik ölçeği, iş tatmini için Tsui vd. (1992) 6 maddelik ölçeği, duygusal bağlılık için Meyer ve Allen (1997) 6 maddelik ölçeği kullanılmıştır.</p>	<p><b>Bağımsız Değişken;</b> Kurumsal Sosyal Sorumluluk</p> <p><b>Aracı Değişken;</b> Örgütsel Gurur</p> <p><b>Bağımlı Değişken;</b> İş Tatmini Duygusal Bağlılık</p>	<p>Araştırma bugularına göre, Kurumsal sosyal sorumluluk ile örgütsel gurur arasında olumlu yönde bir ilişki bulunmaktadır. Örgütsel gurur iş tatmini ve duygusal bağlılıkla olumlu yönde ilişkilidir. Örgütsel gurur, kurumsal sosyal sorumluluğun iş tatmini ve duygusal bağlılık üzerindeki etkisinde aracılık rolüne sahiptir.</p>

#### 4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmada, uluslararası düzeydeki bilimsel nitelikli yayınlar belirlenen kriterlere göre incelenmiştir. Araştırma kapsamında 2010-2020 yılları arasında örgütsel gurur kavramı ile ilgili olarak yapılan çalışmalar içerik analizi yöntemi ile araştırma soruları çerçevesinde (araştırmalardaki örneklem özellikleri, çalışmalarda kullanılan araştırma yöntemi, örgütsel gurur kavramı ile ilişkileri incelenen değişkenler, çalışmalar sonucunda ulaşılan bulgular) tablo ve şekiller yardımıyla özetlenmiştir.

Örgütsel gurur kapsamında yapılan araştırmalarda örnekleme dahil edilen katılımcıların; kar amacı gütmeyen işletme yönetici ve işgörenleri, mavi yakalı fabrika işgörenleri, akademisyenler, lisans ve yüksek lisans öğrencileri, çeşitli sektörlerdeki (petrokimya, enerji, sanayi, ilaç, metal-mühendislik, perakende, hizmet, bilgi teknolojisi, imalat, reklam-satış, banka, otel) işgörenlerden oluştuğu görülmektedir.



**Şekil 1. 2010-2020 yılları arasında örgütsel gurur araştırmalarının araştırma yöntemleri**

2010-2020 yılları arasında örgütsel gurur araştırmalarının yöntemsel dağılımına bakıldığında nicel araştırma yönteminin %80 oranında kullanıldığı görülürken, karma araştırma yönteminin, %12, nitel araştırma yönteminin ise %8 oranında kullanıldığı görülmektedir.

Yapılan çalışmalarda örgütsel gurur kavramının genellikle aracı değişken olarak kullanıldığı görülmektedir. Bununla birlikte örgütsel gururun öncülleri arasında; kurumsal sosyal sorumluluk, algılanan kişisel ve örgütsel bürokrasi, dönüşümcü liderlik, örgütsel adalet, örgütsel ahlak, örgütsel sinizm, iş talepleri ve iş kaynakları gibi kavramların incelendiği görülmüştür. Aynı zamanda çalışmalarda sonuç değişkeni olarak ise; örgütsel vatandaşlık davranışı, işgören yaratıcılığı, örgütsel özdeşleşme, performans, iş tatmini, işten ayrılma niyeti ve işgörenin çevre yanlısı davranışlarının ele alındığı gözlemlenmiştir.

## 5. SONUÇ

Zaman içerisinde çalışma hayatının vazgeçilmez parçalarından birisi halini gelen insana ilişkin olarak, çalışma yaşamındaki konumu ve önemi başta olmak üzere birçok akademik çalışma yapılırken, gün geçtikçe insanın daha detaylı incelenmesi ihtiyacı doğmuştur. Bu ihtiyaçtan hareketle bireylerin fiziksel, zihinsel, psikolojik vb. özelliklerinin çalışma hayatındaki diğer unsurlar ile ilişkileri de merak uyandırmaya başlamış ve bireyler çalışma hayatı açısından da detaylıca incelenen bir araştırma konusu haline almışlardır. Dolayısıyla duygular, davranışlar, nedenleri ve sonuçları da alanyazın açısından oldukça önem teşkil etmektedir. Önem taşıyan duygulardan biri olan örgütsel

gurur kavramının öncüllerinin belirlenmesi ve var olan bu öncüllerin örgütsel davranışlara olan katkısının ortaya konulmasının gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu gereklilikten hareketle çalışma kapsamında kavram ele alınarak literatürdeki araştırmalar ve öncülleri incelenmiştir.

Bireysel özelliklerin yanı sıra birçok örgütsel unsur ile de ilişkili olan örgütsel gurur kavramının yapılan ampirik çalışmalara göre motivasyon, iş tatmini, işten ayrılma niyeti, liderlik tarzları, çalışma ortamı, kurumsal kimlik, kurumsal itibar, sosyal kimlik ihtiyacı, iş-yaşam dengesi, örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütsel bağlılık, performans ve prososyal davranışlarla ilişkili olduğu görülmüştür. Teorik anlamda da duygusal olaylar teorisi, kaynakların korunması teorisi, sosyal mübadele teorisi ve sosyal kimlik teorisi ile ilişkilendirilmiş olan örgütsel gururun teorik alt yapısının da genişliği ve araştırmalar çoğaldıkça farklı yaklaşım ve teorilere dayandırılabilmesi mümkündür.

Uluslararası araştırmacıların örgütsel gurur kavramı ile birlikte genellikle ilişkileri belirtilmiş olan iş tatmini, işten ayrılma niyeti, liderlik tarzları, çalışma ortamı, kurumsal kimlik, kurumsal itibar, sosyal kimlik ihtiyacı, iş-yaşam dengesi, örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütsel bağlılık, performans ve prososyal davranışlar gibi kavramları ele aldıkları görülmüştür. Ayrıca örneklem olarak özel sektörün; araştırma yöntemi olarak ise nicel yöntemin daha çok tercih edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmacıların örneklem çeşitliliği ve genişliği yeterli iken, örgütsel gurur kavramını genellikle olumlu örgütsel çıktılar ile birlikte inceledikleri ve aracı değişken olarak modelledikleri de belirtilmesi gereken bir diğer bulgudur.

Sonuç olarak örgütlerin örgütsel gurur düzeylerini tespit ederek bu düzeyi arttırmaları önerilerilebilir. Bu sayede örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışı, örgüte aidiyet hissinin artması vb. olumlu örgütsel çıktılar elde edilebilecektir. Araştırmacılara ise özellikle ulusal alanyazında değişkenler arasında örgütsel gururun etkilerini ortaya koyabilecek araştırma modelleri tasarlayarak örgütsel gururun olumlu ve olumsuz çıktılara olan etki ve şiddetinin tespitine yönelik araştırmalar yapmaları ve bu sayede alanyazındaki eksikliğin de giderilmesinin sağlanması önerilebilir.



## KAYNAKÇA

- Appleberg, K. A. (2005). The Construction of a Nomological Network for Organizational Pride, Doctoral Thesis, Benedictine University, USA.
- Arshad, A. & Imran, A. (2016). Impact of Organizational Morality on Employee Creativity: Mediating Role of Organizational Pride, *International Review of Management and Business Research*, 5(3), 961-971.
- Atkins, D. K. (2017). The Effects of Perceived Red Tape on The Organizational Pride and Work Motivation of Public and Nonprofit Managers, Doctorate Thesis, University of Georgia, Georgia.
- Boezeman, E.J. & Ellemers, N. (2014). Volunteer leadership: The Role Of Pride And Respect in Organizational Identification And Leadership Satisfaction, *Leadership*, 10(2), 160–173.
- Brands, A. (2019). The Impact of Organizational Pride On The Experienced Meaningfulness of Work for Blue Collar Jobs. A Qualitative Study About The Proudness Of Employees Towards The Organization and Its Effects On The Experienced Meaningfulness of Work for Blue Collar Jobs. Master Thesis, Radboud University, Faculteit der Managementwetenschappen, Hollanda.
- Brosi, P., Spörrle, M. & Welpel, I. M. (2018). Do We Work Hard or Are We Just Great? The Effects of Organizational Pride Due To Effort and Ability on Proactive Behavior, *Business Research*, 11, 357-373.
- Chan, S.C.H. & Mak, W.M. (2014). Transformational Leadership, Pride in Being A Follower of The Leader and Organizational Commitment, *Leadership & Organization Development Journal*, 35(8), 674-690.
- De Roeck, K., Akremi, A. & Swaen, V. (2016). Consistency Matters! How and When Does Corporate Social Responsibility Affect Employees' Organizational Identification?, *Journal of Management Studies*, 53(7), 1141-1168.
- Durrah, O., Allil, K., Gharib, M. & Hannawi, S. (2020). Organizational Pride as An Antecedent of Employee Creativity In The Petrochemical Industry, *European Journal of Innovation Management*, 1-17.
- Durrah, O., Chaudhary, M. & Gharib, M. (2019). Organizational Cynicism and Its Impact on Organizational Pride in Industrial Organizations, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(7), 1-16.
- Gouthier, M.H.J. & Rhein, M. (2011). Organizational Pride and its Positive Effects on Employee Behavior, *Journal of Service Management*, 22(5), 633-649.
- Hameed, Z., Khan, I. U., Islam, T., Sheikh, Z. & Khan, S. U. (2019). Corporate Social Responsibility and Employee Pro-Environmental Behaviors: The Role of Perceived Organizational Support and Organizational Pride, *South Asian Journal of Business Studies*, 8(3), 246-265.
- Im, S. & Chung, Y.W. (2018). Employee Volunteering Meaningfulness and Organizational Citizenship Behavior: Exploring the Effects of Organizational Support, Pride, and Trust, *Sustainability*, 10, 2-16.

- Kraemer, T. & Gouthier, M.H.J. (2014). How Organizational Pride and Emotional Exhaustion Explain Turnover Intentions in Call Centers A Multi-Group Analysis With Gender and Organizational Tenure, *Journal of Service Management*, 25(1), 125-148.
- Kraemer, T., Weiger, W. H., Gouthier, M. H. J. & Hammerschmidt, M. (2020). Toward a Theory of Spirals: The Dynamic Relationship Between Organizational Pride and Customer-Oriented Behavior, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 1095-1115.
- Lu, Y. & Roto, V. (2016). Design for Pride in the Workplace, *Psychology of Well-Being*, 6(6), 1-18.
- Mas-Machuca, M., Berbegal-Mirabent, J. & Alegre, I. (2016). Work-Life Balance and its Relationship With Organizational Pride and Job Satisfaction, *Journal of Managerial Psychology*, 31(2), 586-602.
- Masterson, C. (2016). Organizational Pride: A Multi-Method Examination of the Nature, Emergence, and Function of Pride in the Workplace, Master Thesis, B.A., Washington University, St. Louis, Washington.
- Masterson, C., Liden, R. C. & Kluemper, D. (2017). Peeling Back the Layers: A Multi-Method Investigation of Organizational Pride, *Academy of Management*, 1, 1-6.
- McIntosh, J. (2010). Linking Organizational Pride to Purpose, *Employment Relations Today*, 37(2), 39-45.
- Michie, S. (2009). Pride and Gratitude: How Positive Emotions Influence the Prosocial Behaviors of Organizational Leaders, *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 15(4), 393-403.
- Nadatien, I., Handoyo, S., Pudjirahardjo, W.J. & Probowati, Y. (2017). The Role of Nahdlatul Ulama's (NU) Shared Values in Optimizing Lecturers' Organizational Pride in University ff Nahdlatul Ulama, *Dama International Journal of Researchers*, 2(4), 10-17.
- Ng, T.W.H., Yam, K.C. & Aguinis, H. (2019). Employee Perceptions of Corporate Social Responsibility: Effects on Pride, Embeddedness, and Turnover, *Personnel Psychology*, 72, 107–137.
- Nilawati, F., Umar, N., Kusdi, R. & Zainul, A. (2019). The Influence of Work Life Balance and Organizational Pride on Job Satisfaction and Its Impact on Organizational Citizenship Behavior in Five and Four Star Hotels Employee, 7(91), 191-196.
- Oo, E.Y., Jung, H. & Park, I.J. (2018). Psychological Factors Linking Perceived CSR to OCB: The Role of Organizational Pride, Collectivism, and Person–Organization Fit, *Sustainability* 10(7), 1-16.
- Seyedpour, S.M., Safari, A. & Isfahani, A.N. (2020). Formulating an Organizational Pride Model for The National Iranian Oil Company, *Cogent Business & Management*, 7, 136.
- Widyanti, R., Irhammi, G. & Basuki, S.R. (2020). Organizational Justice and Organizational Pride to Achieve Job Satisfaction and Job Performance, *Journal of Southwest Jiaotong University*, 55(3), 1-13.

Zeigler-Hill, V. & Shackelford, T. K. (2020). Encyclopedia of Personality and Individual Differences, Springer, Boston.

## EXTENDED SUMMARY

### **Determining The Conceptual Framework Of Organizational Pride And Examining The Organizational Pride Studies In The International Area By Using The Content Analysis Method**

**Merve Gözde Durmaz\***

**Benan Arda\*\***

#### **1. INTRODUCTION**

Traditionally, emotions are defined as different and intense feelings experienced for a limited time. Emotional experiences arise from an individual's exposure to certain events and their recording. Emotional experiences greatly shape employees' behavior at work, including role behaviors, extra role behaviors, creativity, and ways of interacting with others (Masterson, 2016: 5). Pride, one of these emotions, is one of the most important psychological forces people can experience. Along with feelings such as pride, guilt and awakening, it is accepted in a special emotion class that is closely related to the self and identity problems of the individuals and constitutes the basis for the psychological functioning of the individuals (Masterson, Liden, and Kluemper, 2017: 1). Pride in Encyclopedia of Personality and Individual Differences; It is defined as a positive emotional state based on the success of one's own or closely related others or his own well-deserved success. Pride is based specifically on the evaluation of legitimate success, victory, superiority, or any well-deserved achievement (Zeigler-Hill and Shackelford, 2020: 4016).

---

\* Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası İşletmecilik Doktora Öğrencisi Merve Gözde DURMAZ, Kepez-Çanakkale, mervegözdedurmaz@gmail.com, ORCID No: 0000-0003-1000-8316.

\*\* Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası İşletmecilik Doktora Öğrencisi Benan ARDA, Kepez-Çanakkale, benancioplak@gmail.com, ORCID No: 0000-0001-7530-5966.

People compare their performance to specific reference points such as their own expectations or the performance of others. People take pride when this comparison yields a positive result and performance is attributed to internal causes. In addition, people can be proud not only of their own achievements but also of the achievements of the groups they identify with (Kraemer et al., 2020: 1097). As can be understood from the definition of the concept of organizational pride, it is seen that it is associated with very important factors such as performance, commitment, identification and identity. Although there are many studies on the concept of organizational pride in the international literature, the limitation in national literature is striking. Therefore, within the scope of the study, it is aimed to introduce the concept of organizational pride to the national literature and determine its predecessors, taking into account the diversity and importance of the concepts that the concept of organizational pride is related to, as well as the deficiency in the national literature.

## **2. CONCEPTUAL AND THEORETICAL FRAMEWORK**

### **2.1. Concept of Organizational Pride**

Pride is a self-conscious and positive emotion associated with success. In this context, "positive" refers to the level of liking individuals experience when they are proud (Kraemer et al., 2020: 1096). Individuals take pride when they consider a positive event to be in line with their identity and identity-based goals. Interpersonal pride enables the achievement of complex social goals, especially thoughts, feelings and behaviors aimed at improving social status. There are two different opinions regarding the scope of pride. One of them is authentic pride while the other is arrogant pride. Authentic pride arises when a person attributes an event to an effort or to unstable, specific and controllable causes and reflects individuals' trust, humility, and sense of accomplishment. Conversely, arrogant pride occurs when a person attributes an event to talent or other stable, global or uncontrollable causes and reflects individuals' arrogance, feelings of superiority over competitors, and egoism (Masterson, 2016: 7-11). While authentic pride is associated with success and prosocial personality traits; arrogant pride is associated with self-glorification and narcissistic personality traits (Lu and Roto, 2016: 4). The concept of organizational pride is defined as an emotion-based attitude characterized by the inclusion

of an organization in the self-concept of an individual and the pleasurable feelings based on the success of the organization (Kraemer et al., 2020: 1098). Organizational pride is one of the four psychological states of respect and it has been conceptualized as "respect for the organization by stakeholders as a social actor" (Masterson, 2016: 10).

## **2.2. The Importance of Organizational Pride**

When the literature is examined, researches show that organizational pride is highly effective on employees' behavior. Katzenbach (2003) states in his study that organizational pride is a key factor for employees to exhibit positive business behaviors. Similarly, previous studies reveal that organizational pride has a positive relationship with employees' commitment, creativity, and business (Hameed et al., 2019: 247-249). Pride acts as an incredibly powerful tool that not only allows team members to harness their energy and intrinsic motivation, but also to achieve the best business results. Many studies in the literature reveal that pride is related to organizational success. In this context, when a team or organization is proud, it is possible to see commitment and consistently successful projects as a result (McIntosh, 2010: 39-40).

## **2.3. Predecessors of Organizational Pride**

According to a study by the German Federal Ministry of Education and Research, there are two types of organizational pride. The first kind of organizational pride depends on the perception of a successful company-related event by employees. In this type of organizational pride, employees have a moral and permanent attitude of pride (Durrah et al. 2019: 5). While organizational pride is a feeling that has a positive effect on the behavior of employees; It is an important concept that can have positive outcomes in terms of organizational environment and business. For this reason, it is important to identify the premises of organizational pride. The premises of organizational pride will be given below.

### **2.3.1. Individual Precursors of Organizational Pride**

There are relationships between personal characteristics and pride in the literature. The fact that pride is basically a feeling based on success puts the competence and ability perceived by the individual among the expected antecedents of pride. Confident

individuals are likely to associate success with effort. Highly talented individuals tend to receive more praise from other employees and this increases the level of social comparison of individuals (Appleberg, 2005: 48). Tracy and Robins (2004-2007) state that individuals' sense of pride emerges by evaluating a positive event in accordance with their personal and personality-based goals. Pride is a cognitively complex emotion. Pride requires self-evaluation. Pride requires the ability to benefit from real and ideal personal, relational and collective self-control (Masterson, 2000: 7).

According to Bandura (1977), self-efficacy is the basic competencies of the individual in dealing with the problem, being successful, and taking action. Motivation is the belief in setting goals, willingness to make effort, and perseverance. According to Duvall et al. (2003), in the possible relationship between pride and self-efficacy; Performance displayed successfully can develop the individual's sense of self-efficacy and the self-efficacy possessed creates a sense of pride in the individual. Hence self-efficacy is a precursor to pride. At the same time, self-efficacy may appear as a result of pride (Appleberg, 2005: 50).

### **2.3.2. Organizational Precursors of Organizational Pride**

Another phenomenon that is critical for the formation of organizational pride is the presence of the organizational identity of the employee. Although pride is based on the individual's association with a successful situation; In order for pride to exist, an employee must perceive an overlap between individual identity and organizational identity. Employees will be able to carry out their activities with their corporate identity (Appleberg, 2005: 45). In addition to the success of the business, the position of the company in the market, its image, corporate reputation, leadership style of the management, and the creation of a challenging work environment are potential sources that create organizational pride (Oo et al.2018: 3).

In the studies conducted with Kraemer and Gouthier (2014) and Jones (2010); He emphasizes that appropriate working conditions, voluntary programs and the positive external reputation created by the enterprise can be the precursors of organizational pride (Brosi et al.2018: 358). Kraemer and Gouthier's (2014) predecessors of organizational pride; autonomy ranks the manager as reputation and team support. The driving forces

that constitute organizational pride are also considered to be the precursors of work-life balance (Mas-Machuca et al.2016: 591).

Leading member communication is potentially a precursor to pride. According to a study by Duvall et al. (2003), receiving public feedback (praise) is one of the factors that increase pride. However, relative performance perceptions of individuals increase with feedback. Therefore, high level of executive support and feedback can increase the pride level of the individual (Appleberg, 2005: 50).

### **3. METHODOLOGY**

Within the scope of the study, the theoretical framework of the concept of organizational pride in enterprises, revealing the premises of organizational pride; It is aimed to examine the studies in the international literature in order to reveal the relations between the other concepts and the concept of organizational pride. In this context, content analysis of 25 international articles published between 2010 and 2020 was made.

The research questions in this research, which is thought to be a basic literature review at national and international level, were formed as follows:

- What are the characteristics and research methods of the sample used in articles published within the scope of organizational pride?
- With which variables their relationships have been focused in the studies on the concept of organizational pride?
- What are the findings obtained as a result of the studies conducted within the scope of the organizational pride research?

### **4. CONCLUSION**

Many academic studies have been carried out, especially the position and importance of human beings, who have become one of the indispensable parts of working life over time. The need for a more detailed study of the human being has arisen day by day. Based on this need, the relationships of physical, mental, psychological and similar characteristics of individuals with other elements in working life have also begun to

arouse curiosity and individuals have become a subject of research that is also examined in detail in terms of working life. Therefore, emotions, behaviors, causes and consequences are also very important in terms of the literature. The necessity of determining the premises of the concept of organizational pride, which is one of the important emotions, and revealing the contribution of these existing premises to organizational behavior arises. Based on this requirement, the concept was discussed within the scope of the study and the researches in the literature and their predecessors were examined.

According to empirical studies, the concept of organizational pride, which is associated with many organizational factors as well as individual characteristics, includes motivation, job satisfaction, intention to quit, leadership styles, work environment, corporate identity, corporate reputation, need for social identity, work-life balance, organizational citizenship behavior, organizational commitment, performance, and prosocial behavior. In the theoretical sense, it is possible that the theoretical background of organizational pride, which has been associated with the theory of emotional events, conservation of resources, social exchange theory and social identity theory, is also wide and it can be based on different approaches and theories as research increases.

With the concept of organizational pride of international researchers, job satisfaction, intention to quit, leadership styles, work environment, corporate identity, corporate reputation, need for social identity, work-life balance, organizational citizenship behavior, organizational commitment, performance and prosocial behaviors. It has been observed that they deal with such concepts. In addition, as a sample, the private sector; As a research method, it was concluded that quantitative method was preferred more. It should be noted that while the sample diversity and breadth of the researchers are sufficient, they generally examine the concept of organizational pride together with positive organizational outcomes and model it as the mediator variable.

As a result, it can be suggested that organizations determine their organizational pride level and increase this level. In this way, organizational commitment, organizational citizenship behavior, an increase in the sense of belonging to the organization, etc. positive organizational outcomes can be obtained. Researchers, on the other hand, may be recommended to design research models that can reveal the effects of organizational



pride among the variables, especially in the national literature, and to conduct research to determine the effects and severity of organizational pride on positive and negative outcomes, thereby ensuring that the deficiency in the literature is eliminated.