



Article Info/Makale Bilgisi

Received/Geliş:11.01.2022 Accepted/Kabul:30.04.2022

DOI:10.30794/pausbed.1056445

Research Article/Araştırma Makalesi

Gök, B. (2022). "Kişisel İtibar Ölçeği'nin Türkçe Tercümesinin Geçerlik ve Güvenilirlik Analizi" *Pamukkale Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 52, Denizli, ss. 81-92.

## KİŞİSEL İTİBAR ÖLÇEĞİ'NİN TÜRKÇE TERCÜMESİNİN GEÇERLİK VE GÜVENİRLİK ANALİZİ

Benan GÖK\*

### Öz

Bu araştırmanın amacı, Hochwarter, Ferris, James, Zinko ve Arnell (2007) tarafından geliştirilmiş 10 madde ve tek boyuta sahip olan "Kişisel İtibar Ölçeği"ni Türkçe'ye uyarlamak açısından ölçek yapısının uygunluğunu tespit etmek için geçerlik ve güvenilirliğini incelemektir. Böylelikle kişisel itibar ölçeğinin ulusal literatüre kazandırılması amaçlanmaktadır. Bu ölçek, izleyicilerin birey hakkındaki bütünsel değerlendirmelerini ortaya koyan bir ölçüm aracıdır. Araştırmaya katılan 945 Fenerbahçe Spor Kulübü taraftarının yönetim kurulu başkanının itibarını değerlendirmeleri için anket uygulaması yapılmıştır. Kişisel itibar ölçeğinin Türkçe'ye tercümesi aşamasında çeviri-tekrar-çeviri tekniği uygulanmıştır. Geçerlik bağlamında yapılan açıklayıcı faktör analizi neticesinde, toplam varyansın %44'ünü açıklayan, orijinal ölçekle paralel olarak 12 madde ve tek boyutlu bir ölçüm aracı olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi neticesinde modele ait uyum indeks değerleri kabul edilebilir uyumu göstermektedir. Ölçeğin güvenilirliğini ortaya çıkarmak için kullanılan Cronbach Alpha değeri 0,881, AVE değeri 0,880 ve CR değeri 0,832 olarak bulunmuştur. Yapılan analiz bulgularına göre, yönetim alanındaki araştırmalar için kişisel itibar ölçeği geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** *Kişisel itibar ölçeği, Türkçe uyarlama, Geçerlilik, Güvenilirlik, Doğrulayıcı faktör analizi.*

## VALIDITY AND RELIABILITY ANALYSIS OF THE ENGLISH TRANSLATION OF THE PERSONAL REPUTATION SCALE

### Abstract

The aim of this study is to investigate the validity and reliability of the scale structure in order to determine the suitability of the "Personal Reputation Scale", which consists of 10 items and one dimension, developed by Hochwarter, Ferris, James, Zinko and Arnell (2007) in order to adapt it to Turkish. Thus, it is aimed to bring the personal reputation scale to the national literature. This scale is a measurement tool that reveals the holistic evaluations of the audience about the individual. A survey was conducted to comment the reputation of the chairman of the board of directors of 945 Fenerbahçe Sports Club fans who participated in the research. The translation-re-translation technique was applied during the translation of the personal reputation scale into Turkish. As a result of the explanatory factor analysis performed within the scope of validity, it was determined that there were 12 items and a one-dimensional measurement tool, which clarified 44% of the total variance, in line with the original scale. Consequently, confirmatory factor analysis, it was found that the model had acceptable fit values. The internal consistency reliability Cronbach Alpha value of the scale was 0,881, the AVE value was 0,880, and the CR value was 0,832. According to the analysis findings, it has been determined that the personal reputation scale is a valid and reliable measurement tool for research in the field of management.

**Keywords:** *Personal reputation scale, Turkish adaptation, Validity, Reliability, Confirmatory factor analysis.*

\*Dr., e-posta: benangok@gmail.com (<https://orcid.org/0000-0002-3817-2508>)

## **Giriş**

İtibarın mikro düzeyi olan kişisel itibar kavramı, uluslararası yazında özellikle örgütlerdeki yeri ve öneminden dolayı araştırmacılar tarafından en çok üzerinde durulan konulardan biri olmaktadır. Çünkü bir örgüt, olumlu bir itibara sahip birey veya bireylerle anıldığında, bu örgütün diğerleri tarafından nasıl algılandığının bir parçası haline gelmektedir (Gök ve Çiftçioğlu, 2021: 206). Burson-Marsteller'ın 2000'li yılların başında yaptığı araştırma projesiyle CEO itibarının örgütlere çeşitli avantajlar sağladığı yönünde bulgular elde etmiştir. Bu çalışmaya; CEO'lar, üst düzey çalışan bireyler, finansal analistler, hükümet yetkilileri ve medya mensuplarını da kapsayan beş kilit paydaş kategorisinden 1.400 etkin iş insanı katılmıştır. Bu çalışma, daha önce 1997'de gerçekleştirilen CEO itibar çalışmasıyla kıyaslandığında, CEO itibarının değeri %14 arttığı bulgusuna rastlanmıştır. Çalışmanın diğer sonuçları ise şunlardır (Gaines-Ross, 2000: 366-367): (1) Paydaşların %80'i, CEO itibarının o kurumda istihdam etmek için iyi bir örgüt olarak önermelerinde etkili olduğunu belirtmişlerdir. (2) CEO itibarı, bir örgütün sahip olduğu prestijinin %45'ini yansıtmaktadır. (3) Finans ve sektör analistlerinin %94'ü bir örgütün CEO'sunun itibarına ilişkin hisse senedi tavsiye ettiklerini belirtmişlerdir. (4) Paydaşların %81'i ise CEO itibarının medya denetimi altında o örgüt hakkındaki fikirlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Özetle itibar, yalnızca bir bireyin eylemleriyle oluşturulmak yerine, bir izleyicinin bu eylemleri değerlendirmesi ve genellikle bu olayların ardındaki algılanan niyetlerle oluşturulmaktadır. Bireye yönelik olumlu ve yüksek bir algı, örgüt algısına da aktarılabilmektedir. Güçlü ve olumlu itibara sahip bireyleri istihdam eden örgütler, hisse senedi fiyatlarının artmasından, paydaşlardan, örgütün genel performansından ve izleyicilerinden genellikle olumlu geri dönüşler almaktadırlar. Kişisel itibarın sağladığı faydalarından yararlanabilecek aktörlerin, sadece itibarlı bireyler olmadığı, örgütlerin de bireylerin itibarlarını etkileme ve bu itibardan faydalanma potansiyelini elde ettikleri yorumu yapılmaktadır.

## **1. KURAMSAL ARKA PLAN**

Kişisel itibar, bireylerin algılarında meydana gelen, belirgin kişisel niteliklerin, sergilenen davranışların ve belirli bir zaman boyunca izlenen ya da ikincil kaynaklardan elde edilen imgeleri ortaya çıkartan algısal bir kimliktir (Ferris vd., 2014: 245; Zinko vd., 2007: 165; Gök, 2022: 110). Kişisel itibar, tanımlanmış bir sosyal ağdaki bireyler tarafından paylaşılan ve belirtilen, birbiriyle ilişkili izlenimler çekirdeği olarak tanımlanmaktadır (Gök, 2022: 111; Bromley, 1993: 42). Bahsi geçen kavramın diğer bir tanımı ise belirgin kişisel niteliklerin, başarıların, gözlemlenen davranışların ve belirli bir zaman boyunca doğrudan izlenen ve amaçlanan davranışların birleşimini ortaya çıkartan algısal bir kimliktir. İtibarın, algısal özelliğinin olması, bu kavramı öznel yapmaktadır ve diğer bireylerin zihninde tanımlanan ve sosyal olarak oluşturulan bir gerçekliği yansıtmaktadır (Ferris vd., 2003: 2015-216).

Sosyal bir yapı olan itibar, başkalarının bir bireyi nasıl gördüğüne ilişkin genel bir fikir birliğini temsil ettiği düşünülmektedir. Bu fikir birliği genellikle olumlu itibara sahip bireylerin daha meşru, yetkin ve güvenilir olarak görülmesine izin vermektedir (Zinko vd., 2007: 17). Ayrıca bu bireyler, daha düşük algılanan statüye sahip kişilerle karşılaştırıldığında olumlu sosyal değişim ilişkileriyle ilişkili kazançlardan yararlanmaktadırlar. Bu tür sosyal ilişkiler, karar özgürlüğü, özerklik, etki ve güç sağlayabilmektedir (Zinko vd., 2012: 157). Bir bireyin itibarı, sadece başkalarının ona yaklaşma şeklini etkilemekle kalmaz, aynı zamanda bireyin davranışını da etkilemektedir. İtibar, tekrar eden durumlarda veya zaman içinde farklı ve göze çarpan davranışların tutarlı bir şekilde gösterilmesi yoluyla ve bireyler arasında oluşan güven sürecinin neticesinde meydana gelmektedir (Zinko vd., 2017).

İtibar, hem beklenen hem de geçmiş davranışlar dikkate alınarak biçimlenmektedir. Özellikle bireyin geçmişte diğerleri tarafından tanınırlığı fazlaysa, bu bireyin bir topluluk içinde özerk olarak eyleme geçmesi o kadar fazla olmaktadır (Gök, 2022: 119). Buradan hareketle iş dünyasında başarılı bir itibarın gücü, bireyin kariyer gelişimini, daha fazla takdir yetkisini ve davranışsal serbestliğini yükseltmektedir (Zinko vd., 2012: 157). Başarılı ve etkin bir itibar oluşturan bireyler; daha güvenilir, yetkin ve meşru olarak izlenim bırakmaktadırlar (Dunn, 2008: 1). Ayrıca, olumlu itibara sahip liderlere daha fazla güven verildiği, daha az izlendiği ve daha düşük hesap verebilirlik standartlarında tutuldukları öne sürülmektedir. Aynı şekilde yönetim kademesinde de olumlu itibara sahip bireylerin departmanları veya birimleri için daha geniş kaynaklar elde edebilecekleri belirtilmektedir (Hochwarter vd., 2007; Gök, 2022). İtibarlı CEO'ların bir örgüte mensup edilmesi örgütün hisse senedi fiyatlarında kısa vadeli bir artış göstermesine sebep olmaktadır. Örneğin, Al Dunlap'ın Sunbeam'in başkanı ve CEO'su olarak atandığı gün (19

Temmuz 1996), işletmenin hisse senedi fiyatı %49 yükselmiştir. Bahsi geçen işletmenin hisse senedi fiyatındaki bu yükselişe, Sunbeam'ın piyasa değeri 500 milyon dolara yükselmiştir. İşletmenin piyasa değerindeki bu yükselişe sadece Dunlap'ın itibarının etkili olduğu belirtilmektedir (Ranft vd., 2006: 286). Bireyler, olumlu bir itibarı elde ettiklerinde, diğerleri itibarlı bireylerle özdeşleşme eğilimi göstermektedirler (Zinko vd., 2012: 161). Söz edilen özdeşleşmenin sebebi, itibarlı liderlerin ve bu lideri takip eden izleyicilerin aynı sosyal kimliği benimsedikleri ve kendilerini grubun bir parçası olarak konumlamalarıdır. Bu sayede liderler; grup amaçları, hedefleri, değerleri ve normları vasıtasıyla grupta yer alan bireyleri çalışmaya motive etmektedirler. Buna ek olarak, tüm üyelerin var olduğu grupta, grup odaklı motivasyon oluşturulması ve üyeler tarafından bu motivasyonun benimsenmesi grup liderine daha fazla güven ve saygı duyulduğuna ışık tutmaktadır (Van Knippenberg ve Hogg, 2003: 256). Yukarıdaki açıklamalar ışığında kişisel itibar, hem sosyal hem de örgütsel yaşamın bir gerçeğini temsil etmektedir. Bireyler, günlük hayatlarında birçok durum için itibar geliştirmektedirler, fakat örgütlerde gelişen itibar, bireylerin işlerini daha etkin bir şekilde yerine getirme ve başkalarına karşı işbirlikçi olma konularına odaklanmaktadır.

### **1.1. Kişisel İtibarın Öncülleri ve Ardılları**

Kişisel itibarın işle ilgili değişkenlerle ilişkisini inceleyen araştırmalardan biri Zinko ve izdaşlarına (2013) aittir. Bu araştırmada, politik beceri ile işyerindeki stres etkenlerinin (yani, gerilim tepkisi) etkilerinin azaltılmasında kişisel itibarın aracılık etkisi incelenmiştir. Politik beceriye sahip bireylerin olumlu itibar kazanmaları muhtemel olduğunu öne süren bu araştırma, işyerinde algılanan stresörlerin azaltılmasına yardımcı olduğunu varsaymaktadır. Ayrıca, bireyin stresörlere tepkisini etkileyen bireyin sosyal yeteneğinden (yani politik becerisinden) ziyade itibarı olduğu varsayılmaktadır. Araştırmanın sonuçları, itibarın politik beceri ve gerginlik tepkileri arasında aracı bir etkisi olduğu saptanmıştır. Hochwarter ve izdaşları (2007), politik davranış ile belirsizliğin iş sonuçları, duygusal tükenme ve iş performansı derecelendirmeleri arasındaki ilişkilerin kişisel itibarın aracılık rolünü dâhil ederek incelemişlerdir. Araştırmanın bulgularına göre, politik davranış; belirsizliği ve duygusal yorgunluğu arttırdığı ve olumsuz itibara sahip bireylerin iş performansı derecelendirmelerini azalttığı tespit edilmiştir. Hall ve diğerlerinin (2009) araştırması, hesap verebilirliğin vatandaşlık davranışına daha fazla etki ettiği ve bunun da kişisel itibar yoluyla görev performansına ve memnuniyetine katkıda bulunduğunu göstermiştir. Zinko ve diğerleri (2016), çağdaş örgütler bağlamında dedikodunun bireysel itibar gelişiminde ne ölçüde rol oynadığını ampirik olarak test etmektedirler. Araştırmanın bulgularına göre dedikodunun, grupların sosyal normlarını güçlendirdiği ve dedikodunun kişisel itibar gelişiminin önemli bir etkinleştiricisi olarak hizmet etmesi bakımından örgütsel kimliğe katkıda bulunduğu saptanmıştır. Kişisel itibar kavramına ilişkin Türkiye'de yapılan bir araştırmada ise algılanan örgütsel prestij, kişisel itibar ve örgütsel özdeşleşme değişkenlerinin birbirleriyle istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulgusuna ulaşılmıştır (Gök ve Çiftçioğlu, 2021).

Daha öncede belirtildiği gibi bu araştırmanın amacı Hochwarter, Ferris, James, Zinko ve Arnell (2007) tarafından geliştirilmiş olan kişisel itibar ölçeğini Türk diline uyarlayarak geçerlik ve güvenilirliğini incelemektir. Uluslararası literatürde itibarın mikro düzeyi olan kişisel itibarın ölçüm araçlarına dayalı çalışmalar bulunmaktadır (bkz. Hochwarter vd., 2007; Zinko vd., 2016). Ancak ulusal literatürde kişisel itibar kavramını ölçümleyen bir ölçüm aracına rastlanmamıştır. Dolayısıyla bu araştırma, kişisel itibar kavramına ilişkin ulusal literatürdeki boşluğu ele alma ve yönetim literatüre bilimsel katkı sağlama amacı gütmektedir.

## **2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ**

Bu bölümde araştırmanın örnekleme, ölçüm aracı, dilsel tercüme çalışması ve araştırmaya ait verilerin analiz yöntemine yönelik bilgilere yer verilmiştir.

### **2.1. Araştırmanın Örnekleme**

Türkiye'de spor kulüpleri gerek sosyal gerekse ekonomik açıdan büyüyen bir endüstriye sahip olmalarından hareketle araştırmanın örnekleme çerçevesini Türkiye'de yaşayan Fenerbahçe Spor Kulübü'ne mensup taraftarlar oluşturmaktadır. Söz konusu kulübün seçilmesinin nedenleri incelendiğinde, öncelikle Süper Lig'de dört büyükler olarak anılan Fenerbahçe (Özdağoğlu ve Keleş, 2019: 109), 2004 yılından bu yana sermaye piyasalarına kote olması ile ülkemizde hem ticari hem de yönetsel anlamda profesyonelleşmesidir (Akyüz, 2005: 16-20). Taraftarlara erişebilmek için bahsi geçen spor kulübünün internet sayfalarında yer alan Fenerbahçe İş Adamları

Derneği, 1907 UNIFEB, Genç Fenerbahçeliler Topluluğu'nun bulunduğu platformların yöneticilerine araştırmanın bilimsel olduğu ve kişisel verilerin hiçbir kurum ile paylaşılmayacağı bilgisi verildikten sonra bu platformlara anketler yerleştirilmiştir. Fenerbahçe Spor Kulübü taraftarlarına online platformda kolayda örneklem yöntemi uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan veriler 10-25 Ağustos 2021 tarihleri arasında online anket yöntemiyle toplanmıştır. Araştırma kapsamında analizler 945 anket formu üzerinden gerçekleştirilmiştir. Tablo 1'de örneklemin cinsiyet, yaş, medeni durumu, eğitim durumu, mesleki durumu, takım durumlarına yönelik veriler görülmektedir.

**Tablo 1: Örneklemin demografik özellikler itibarıyla dağılımı (n: 945)**

		Frekans	%
Cinsiyet	Erkek	874	92,5
	Kadın	71	7,5
Yaş	20 yaş ve altı	122	12,9
	21-30 yaş	327	34,6
	31-40 yaş	278	29,4
	41-50 yaş	154	16,3
	51 yaş ve üzeri	64	6,8
Medeni Durum	Bekar	491	52,0
	Evli	454	48,0
Eğitim Durumu	İlkokul	10	1,1
	Ortaokul	45	4,8
	Lise	304	32,2
	Üniversite	491	52,0
	Yüksek Lisans	73	7,7
	Doktora	22	2,3
Mesleki Durumu	İşsiz	96	10,2
	Öğrenci	217	23,0
	Özel Sektör Çalışanı	332	35,1
	Kamu Görevlisi Çalışanı	139	4,7
	İşyeri Sahibi	127	13,4
	Emekli	34	3,6
Takım Durumu	Fenerbahçe	945	100,0

Tablo 1'de araştırmaya katılan katılımcıların demografik profilleri frekans analizi yapılarak tespit edilmiştir. Analizlere göre katılımcıların %7,5'i kadın, %92,5'i erkek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Katılımcıların yaşları incelendiğinde %12,9'u 20 yaş ve altı, %34,6'ı 21-30, %29,4'ü 31-40, %16,3'ü 41-50, %6,8'i 51 ve üzeri yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde %1,1'i ilkokul, %4,8'i ortaokul, %32,2'si lise, %52,0'si lisans, %7,7'si yüksek lisans, %2,3'ü doktora olduğu tespit edilmiştir. Mesleki durum açısından bakıldığında katılımcıların %23,0'ü öğrenci, %4,7'si kamu görevlisi, %35,1'i özel sektör, %13,4'ü işyeri sahibi, %3,6'sı emekli, %10,2'si işsiz olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

## 2.2. Ölçüm Aracı

Türkçe'ye uyarlama araştırması bağlamında ölçüm aracı olarak Hochwarter vd. (2007) tarafından geliştirilen 12 madde ve tek boyuta sahip olan "Kişisel İtibar Ölçeği"nden yararlanılmıştır. Orijinal kişisel itibar ölçeğinde araştırma yöntemi üst düzey işletme eğitimi almakta olan 581 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Tercüme ölçeğin geçerliği için açıklayıcı faktör analizi uygulanmış ve ölçek güvenilirliği için cronbach alpha değerleri hesaplanmıştır. Açıklayıcı faktör analizinde açıklanan toplam varyansın %43,825 olduğu, madde faktör yüklerinin ise en düşük 0,417 ile en yüksek 0,784 arasında değerlere sahip olduğu, güvenilirlik analizinde ise cronbach alpha ( $\alpha$ ) değerinin

0,881 olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Araştırmada Hochwarter vd. (2007) tarafından geliştirilen ölçek için Cronbach's alfa katsayısı 0,92 olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yabancı literatürde bu ölçeği kullanan çalışmalara da rastlanmaktadır (bkz. Foste ve Botero, 2012; Hall vd., 2009; Laird vd., 2012; Zinko vd., 2012; Laird vd., 2013; Zinko, 2013; Zinko vd., 2017).

### **2.3. Tercüme Çalışması**

Kişisel itibar ölçeğinin Türkçe'ye tercüme çalışmasının dil geçerliliği bağlamında öncelikle ölçek maddeleri araştırmacı tarafından Türkçe'ye tercüme edilmiştir. Ardından yapılan Türkçe tercüme iki dilbilimci tarafından bağımsız olarak ölçeğe ilişkin geri tercüme işlemleri uygulanmıştır. Daha sonra yönetim ve organizasyon alanında uzman ve tecrübeli 2 öğretim üyesi tarafından İngilizce'ye çevrilmiştir ve ifadelerde herhangi bir anlam kayması olup olmadığı denetlenmiştir. Türkçe'ye tekrar tercümesi denetlenen ölçek maddeleri bahsi geçen 2 öğretim üyesi tarafından tekrar okunmuştur ve anlam kaymasına neden olabilecek kavramlar güncellenmiştir. Bu değerlendirmelerden elde edilen öneriler doğrultusunda ölçek ifadeleri üzerinde gerekli düzenlemeler yapılmıştır ardından ölçek nihai halini almıştır.

### **2.4. Analiz Yöntemi**

Ölçeğin orijinali Hochwarter, Ferris, James, Zinko ve Arnell (2007) tarafından geliştirilmiş olan kişisel itibar ölçeği, toplam 12 maddeden ve tek boyuttan oluşmaktadır. Araştırma yöntemi bağlamında nicel veri analizi tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırmada, 1= "Kesinlikle Katılmıyorum" ve 5= "Kesinlikle Katılıyorum" ifadelerine dayanan beşli Likert tipi ölçek kullanılmış olup anket formu, cinsiyet, yaş, medeni durumu, eğitim durumu ve mesleki durumu içeren demografik sorular ile 12 madde ve tek boyuttan oluşan kişisel itibar ölçeğinden oluşmaktadır. Ölçeğin tercüme çalışmasında ilk etapta araştırmacı, amaca yönelik alternatif modeller oluşturabilmesi ve oluşturduğu bu modelleri uyum iyiliği bakımından kıyaslayabilmesi için LISREL 8.7 istatistik paket programı kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanmıştır. Ardından araştırmacı, hedef modelin yapısal geçerliği oluşturabilmek için SPSS 22.0 istatistik paket programından faydalanarak açıklayıcı faktör analizi (AFA) uygulamıştır. Ayrıca, birleşme geçerliğini tespit edebilmek için faktör analizinden elde edilen madde faktör yüklerine ek olarak açıklanan ortalama varyans (AVE) değeri hesaplanmıştır. Ölçek güvenilirliği analizi bağlamında iç tutarlılık güvenilirliği için cronbach alpha; birleşik güvenilirlik için CR katsayıları tespit edilmiştir. Son olarak ölçekte bulunan maddeler için tanımlayıcı istatistiki analizler yapılmıştır.

## **3. ARAŞTIRMA BULGULARI**

Bu bölümde, Türkçe'ye tercüme çalışması yapılan kişisel itibar ölçeğine yönelik geçerlik bağlamında doğrulayıcı faktör analizi, açıklayıcı faktör analizi ve birleşme geçerliği sonuçları, güvenilirlik bağlamında iç tutarlılık güvenilirliği ve birleşik güvenilirlik değerleri ve tanımlayıcı istatistiki analiz sonuçları verilmektedir.

Öncelikle yukarıda bahsedilen istatistiki işlemlerin yapılabilmesi için araştırma kapsamında elde edilen verilerin normal dağılım gösterip göstermediği araştırılmıştır. Normallik varsayımı, verilerin normal dağılıma sahip bir anakütleden gelip gelmediğinin test edilmesi anlamına gelmektedir (Aksu vd., 2017: 39). Tablo 2'de kişisel itibar ölçeğine ait değişkenlerin normal dağılım niteliklerine ne oranda sahip oldukları çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayıları hesaplanarak incelenmiştir.

**Tablo 2: Kişisel itibar ölçeği ait genel veriler (n: 945)**

	<i>Ort±SS</i>	<i>Min-Max (Medyan)</i>	<i>Çarpıklık</i>	<i>Basıklık</i>
<b>Kişisel İtibar Ölçeği</b>	4,47±0,46	2,92-5 (4,42)	-0,392	-0,685

Analiz sonucunda çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri -3.0, +3.0 aralığında (Tabachnick ve Fidell, 2007) olması verilerin normal dağılım uygunluğunu sağladığını göstermektedir.

### 3.1. Geçerlik Bulguları

Doğrulamalı faktör analizi, gizil değişkenler ve gözlenen değişkenler arasındaki ilişkileri konu edinen bir yapısal eşitlik modelidir (Çelik ve Yılmaz, 2016: 43). Daha öz bir ifadeyle, doğrulamalı faktör analizi (DFA), daha önce belirlenen faktör modelinin eldeki veriyle olan uyumu destekleyip desteklemediğini belirlemek amacıyla kullanılmaktadır ve bu bakımdan açıklayıcı faktör analizinden (AFA) keskin bir şekilde ayrılmaktadır (Çokluk vd., 2018: 276). Doğrulamalı faktör analizinden elde edilen sonuçlar, bazı katsayı ve indekslerden<sup>1</sup> faydalanılarak ölçeğin ölçme gücü ve yapı geçerliliği hakkında değerlendirme yapılmasına imkân vermektedir. Bu kapsamda, araştırmada kullanılan tercüme ölçeğin ölçme gücü doğrulamalı faktör analizi vasıtasıyla tespit edilmiştir.

Doğrulamalı faktör analizi, araştırmacının amaca yönelik alternatif modeller oluşturarak ve oluşturduğu bu modelleri uyum iyiliklerine göre kıyaslayarak incelemesini sağlamaktadır (Drasgow ve Schmitt, 2002 akt. Tak ve Çiftçioğlu, 2009: 41). Buradan hareketle, araştırmada kullanılmak üzere üç alternatif model tasarlanmıştır. İlk modelde (hedef model) 12 ifadenin tümü tek bir faktörde toplanmıştır. İkinci model, iki faktöre yüklenmiştir ve 1,2,3,5,8,12 ifadeleri birinci faktörde; 4,6,7,9,10,11 ikinci faktörde toplanmıştır. Üçüncü model ise üç faktörlü bir yapıya sahiptir ve 1,2,3,5 ifadeleri birinci faktöre; 4,6,7 ifadeleri ikinci faktöre; 8,9,10,11,12 ifadeleri üçüncü faktöre yüklenerek tasarlanmıştır. Tasarlanan her bir modellerde ulaşılan sonuçlar ve modellerin değerleri Tablo 3'te verilmiştir.

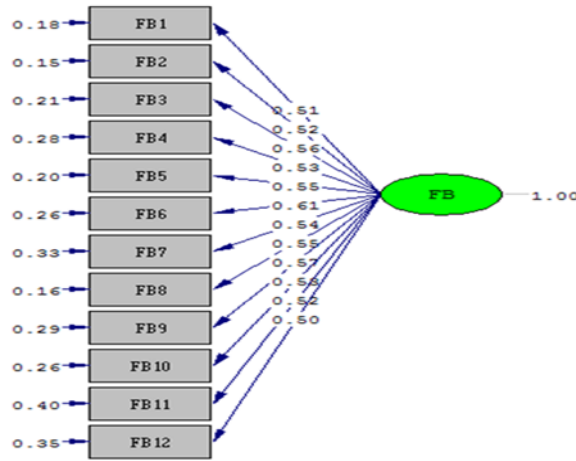
Model uyumunun tespit edilmesinde, başlangıçta uyum indeksi olarak Ki-Kare uyum iyiliği indeksine bakılmaktadır. Ki-Kare ( $\chi^2$ ) değeri, var olan modelin uygunluğunu tespit etmek için kullanılan ölçümdür. Bu bakımdan, Ki-Kare değerleri örneklem kovaryans matrisi ile modellenen kovaryans matrisi arasında farkın olup olmadığını tespit etmede yararlanılmaktadır ve uygun bir modelin istatistiksel olarak anlamsız değerler vermesi beklenmektedir (Hu ve Bentler, 1999: 2). Diğer bir ifadeyle, Ki-Kare değeri eldeki veriyle model arasındaki uyumun testi olmaktadır. Ki-Kare değerinin anlamlı olmaması ve  $CMIN/DF = \chi^2/df \leq 5$  olması modelin uyumluluğunu göstermektedir (Schumacker ve Lomax, 2016: 113). Buradan hareketle, Tablo 3 değerleri incelendiğinde ikinci ve üçüncü modellerin  $\chi^2/df > 5$ ' den büyük değerler alması nedeniyle modellerin uyumlu olmadığı tespit edilmiştir. Buna ek olarak birinci model, hem ikinci modelden hem de üçüncü modelden çok daha iyi uyum indekslerine sahip olduğu tespit edilmiştir. Model 1'in uyum iyilikleri incelenmiş ve Tablo 3'te görüldüğü gibi Ki-Kare ( $\chi^2$ ) değerinin serbestlik derecesine oranı ( $\chi^2/df$ ) 5'ten küçük olması iyi uyum ( $\chi^2/df=3,073$ ;  $p<0,001$ ) göstergesi olarak kabul edilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2007: 285). Model 1'in diğer uyum indeksleri de RMSEA=0,090; NFI=0,92; SRMR=0,03 ve CFI= 0,96 olarak tespit edilmiş ve bu uyum indekslerin de kabul edilebilir değerlerde olduğu görülmektedir. Bu da birinci modelin en ideal model olduğu ve tercüme kişisel itibar ölçeğinin tek boyutlu bir yapıya sahip olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

**Tablo 3: Doğrulamalı faktör analizi sonuçları ve modellerin karşılaştırılması (n: 945)**

	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	NFI	CFI	SRMR	RMSEA
<b>Model 1 (tek faktörlü)</b>	165,96	54	3,07	0,92	0,96	0,03	0,090
<b>Model 2 (2 faktörlü)</b>	1199,23	53	22,62	0,91	0,91	0,069	0,151
<b>Model 3 (3 faktörlü)</b>	422,08	51	8,27	0,96	0,97	0,061	0,088

Hedef model olan Model 1'e ilişkin doğrulamalı faktör analizi yol diyagramı ve faktör yükleri Şekil 1'de gösterilmiştir. Şekil 1'deki oklar üzerinde bulunan değerler standartlaştırılmış regresyon katsayılarını (madde faktör yüklerini) ifade etmektedir.

<sup>1</sup>  $\chi^2$ =Ki-Kare; df=Serbestlik Derecesi; NFI=Normlaştırılmış Uyum İndeksi; CFI=Karşılaştırmalı Uyum İndeksi; SRMR=Standartlaştırılmış Hata Kareler Ortalamasının Karekökü; RMSEA=Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü



**Şekil 1: Kişisel itibar ölçeği / standardize edilmiş model**

Doğrulayıcı faktör analizi neticesinde tek boyutlu bir yapı olduğu tespit edilen kişisel itibar tercüme ölçeğinin faktör yapısı açıklayıcı faktör analizi vasıtasıyla test edilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi, birbiriyle ilişkili olan değişkenlerin daha genel bir değişken ya da kavram altında bir araya gelmesi esasına dayanmaktadır (Bayram, 2017: 199). Diğer bir ifadeyle açıklayıcı faktör analizi, bir ölçek üzerindeki tüm maddeler arasındaki karşılıklı korelasyonları incelemekte ve buradan tüm maddeleri daha az boyuta (faktöre) indirgemektedir (Aksu vd., 2017: 3).

Faktör analizinin etkin ve verimli olabilmesi için örneklemin en az 300 olması ve örneklem sayısının ideal olarak madde sayısının 10 katı olması önerilmektedir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2016: 416). Daha büyük bir örneklem boyutu, verilerdeki hatayı azaltmaktadır. Bu nedenle açıklayıcı faktör analizi ile faktörlerin güvenilirliğini sağlamak için araştırmacıların çalışmalarını büyük bir örneklem üzerinde gerçekleştirmeleri gerekmektedir (Aksu vd., 2017: 6).

Açıklayıcı faktör analizinin ikinci aşaması analiz sürecinin başladığı aşama olup, bu aşamada korelasyon matrisi oluşturulmaktadır (Coşkun vd., 2017: 277; Aksu vd., 2017). Korelasyon matrisi faktör analizinde bulunan değişkenler arasındaki ilişki gösteren bir matristir. Bu matrisin incelenmesi araştırmacıya faktör analizinin sonucuna ilişkin ipuçları sağlamaktadır (Coşkun vd., 2017: 277). Araştırma kapsamında kullanılan ölçekte yer alan değişkenler arasındaki korelasyon matrisi incelenmiş olup yapının açıklayıcı faktör analizi (AFA) yapmaya uygun olup olmadığı denetlenmiştir ve değişkenler arasındaki korelasyonların 0,30'dan büyük değerlere sahip olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak, değişkenler arasındaki korelasyonların uygun olduğuna karar verilmiştir. Ayrıca, faktör analizinde olumsuz etki yapan değişkenlerin analizden çıkarılıp çıkarılmaması için anti-image korelasyon tablosunda yer alan köşegenlere bakılmıştır. Söz konusu tablodaki köşegenlerin 0,50'den büyük değerlere sahip olması tüm değişkenlerin faktör analizine uygunluğunu göstermiştir.

Faktör analizinin diğer bir aşaması, verilerin faktör analizine uygunluğunu değerlemede kullanılan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Bartlett Küresellik değerinin hesaplanmasıdır. Analiz sonucunda KMO değeri 0,89>0,70 olarak belirlenmiştir. Bu değere göre araştırmaya katılan katılımcılardan elde edilen verilerin faktör analizi açısından uygunluğunun çok iyi olduğu anlaşılmaktadır. Bartlett'in küresellik testi, araştırmadan elde edilen verilere yönelik korelasyon matrisini uygulayarak analize dâhil edilen maddelerin aralarında genel bir bağlantı olup olmadığını analiz etmektedir. Bu testin bulgusu anlamlı ise ( $p<0,05$ ) maddeler arasında faktör analizine uygun bağlantılar olduğu belirtilmektedir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2016: 423). Bu araştırmada Bartlett testi anlamlı çıkmıştır ( $X^2=5178,443$ ;  $df=66$ ,  $p=.000$ ). Elde edilen bu değerler göz önünde bulundurularak 12 maddelik ölçeğe faktör analizi yapılabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Faktör analizinin başka bir aşamasında ise bu araştırmada içerisinde faktör yük değeri 0,40 olarak alınmıştır ve bu değerin altındaki yük değerlerinin program tarafından engellenmesi istenmiştir. Açıklayıcı faktör analizi sonuçlarının faktör yükleri incelendiğinde en az %42'nin üzerinde değerler aldığı tespit edilmiştir. Temel bileşenler analizi ve Varimax döndürme yöntemi kullanılarak yürütülen faktör analizi sonuçlarına göre, ölçekte yer alan toplam 12 değişken tek faktör altında toplanmıştır. Bu tek faktör, 12 değişkenin açıkladığı toplam varyansın %43,825'ini açıklayabilmektedir. Bu ölçeği geliştiren Hochwarter ve diğerlerinin (2007) açıklayıcı faktör analizi sonuçları incelendiğinde, değişkenlerin tek bir faktörde konumlandığı ortaya çıkmaktadır. Bu araştırmanın analiz sonuçları Tablo 4'te özetlenmiştir.

**Tablo 4: Kişisel itibar ölçeğine ilişkin faktör analizi sonuçları (n: 945)**

Kişisel İtibar Ölçek İfadeleri	Faktör Yükleri	Açıklanan Toplam Varyans (%)
1. Fenerbahçe Spor Kulübü başkanı, Fenerbahçe taraftarları ve kulüp çalışanları tarafından oldukça saygı duyulan bir kişidir.	0,602	43,825
2. Fenerbahçe Spor Kulübü başkanı, itibarı yüksek bir kişidir.	0,417	
3. Fenerbahçe Spor Kulübü başkanı; iş, arkadaş ve Fenerbahçe taraftarlarının saygısını kazanmış bir kişidir.	0,600	
4. Fenerbahçe Spor Kulübü başkanı; iş arkadaşlarının ve Fenerbahçe taraftarlarının güvenini kazanmış bir kişidir.	0,686	
5. Fenerbahçe Spor Kulübü başkanı, yüksek ahlaklı bir kişi olarak görülür.	0,580	
6. Fenerbahçe Spor Kulübü başkanı, işleri başarma becerisine sahip bir kişi olarak görülür.	0,764	
7. Fenerbahçe Spor Kulübü başkanı, sonuç üreten bir kişi olmakla ünlüdür.	0,784	
8. Fenerbahçe Spor Kulübü başkanının her zaman en iyi performansı göstermesi beklenir.	0,438	
9. Fenerbahçe Spor Kulübü başkanının daima yüksek kaliteli sonuçlar ortaya koyacağı bilinir.	0,751	
10. Fenerbahçe Spor Kulübü başkanının daima en yüksek kalitede bir performans ortaya koyacağına güvenilir.	0,768	
11. Fenerbahçe Spor Kulübü başkanı, en yüksek kalitede performans göstermekle ünlüdür.	0,773	
12. Bir işin doğru şekilde yapılması gerekiyorsa, o işi Fenerbahçe Spor Kulübü başkanının yapması istenir.	0,643	

### 3.2. Güvenirlilik Bulguları

Yapısal güvenirliliği elde edebilmek için tercüme ölçeğin cronbach alpha değeri, ölçekten madde çıkarıldığında elde edilen ortalama varyans, madde toplam korelasyonu ve cronbach alpha değerleri hesaplanmıştır. Ayrıca yapı güvenirliliği cronbach alpha değerinin, birleşik güvenirlilik (CR) değerinin tespit edilmesi ve birleşme geçerliliği için doğrulayıcı faktör analizi ile faktör yük değerlerinin ortaya çıkarılmasına ek olarak açıklanan ortalama varyans (AVE) değerinin de incelenmesi tavsiye edilmektedir (Hair vd., 1998: 612). Cronbach Alpha ve birleşik güvenirlilik (CR) değerlerinin  $\geq 0,70$ ; açıklanan ortalama varyans (AVE) değerinin ise  $\geq 0,50$  olması istenmektedir (Fornell ve Larcker, 1981: 45-46; Gefen vd., 2000: 36-37; Yaşlıoğlu, 2017: 82). Tespit edilen iç tutarlık güvenirlilik değerleri, CR ve AVE değerleri Tablo 5'te verilmektedir.



Tablo 5: Kişisel itibar ölçeği güvenirlik analizi ve CR-AVE değerleri (n: 945)

Kişisel İtibar Ölçek İfadeleri	Soru Silinirse Ortalama	Soru Silinirse Varyans	Soru Silinirse Standart Sapma	Madde Toplam Korelasyonu	Soru Silinirse Alfa Değeri	Cronbach Alpha	CR	AVE
Kİ1	48,982	27,797	,511	,359	,875	0,881	0,832	0,880
Kİ2	48,761	29,072	,331	,268	,882			
Kİ3	48,978	27,594	,507	,371	,875			
Kİ4	49,349	25,812	,611	,482	,869			
Kİ5	48,871	27,774	,489	,326	,876			
Kİ6	49,400	24,503	,702	,677	,863			
Kİ7	49,499	23,291	,720	,685	,862			
Kİ8	48,724	28,817	,361	,209	,881			
Kİ9	49,176	24,590	,689	,631	,864			
Kİ10	49,187	24,578	,710	,640	,863			
Kİ11	49,458	22,804	,713	,586	,864			
Kİ12	49,040	26,037	,560	,363	,872			

Tablo 5 incelendiğinde, cronbach alpha ( $\alpha$ ) değeri 0,881 olarak tespit edilmiştir. Bu değer, kabul edilebilir değer olan 0,70'den yüksek olması sebebiyle ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir (Coşkun vd., 2017: 133). Ayrıca, CR değerinin 0,832; AVE değerinin ise 0,880 olarak tespit edilmesiyle, iç tutarlık güvenirliği ve birleşme geçerliğinin karşılandığını göstermektedir.

### 3.3. Ölçek Maddeleri Tanımlayıcı İstatistikler

Kişisel itibar ölçek maddelerine ilişkin mod değerleri, standart sapma ve ortalama Tablo 6'da verilmektedir.

Tablo 6: Kişisel itibar ölçek maddelerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler (n: 945)

Kişisel İtibar İfadeleri	n	Ortalama	Standart Sapma	Mod
Kİ1	945	4,6	,5	5,0
Kİ2	945	4,8	,4	5,0
Kİ3	945	4,6	,5	5,0
Kİ4	945	4,2	,7	4,0
Kİ5	945	4,7	,5	5,0
Kİ6	945	4,2	,8	5,0
Kİ7	945	4,1	,9	5,0
Kİ8	945	4,9	,4	5,0
Kİ9	945	4,4	,8	5,0
Kİ10	945	4,4	,8	5,0
Kİ11	945	4,1	1,0	5,0
Kİ12	945	4,5	,7	5,0

## 4. SONUÇ

Bu araştırma, Hochwarter vd. (2007) tarafından geliştirilen "Kişisel İtibar Ölçeği"nin Türkçe'ye tercümesi ve geçerlik-güvenirlik çalışmalarının yapılmasını amaçlamaktadır. Araştırmanın örneklemi 945 spor taraftarından oluşmaktadır. İlk etapta çeviri-geri çeviri tekniğinden faydalanılarak Türkçe'ye tercüme edilen ölçeğin yapısal geçerliğine ulaşmak için açıklayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Ardından birleşme geçerliğini tespit etmek için faktör analizinde ortaya çıkarılan madde faktör yüklerine ek olarak açıklanan

ortalama varyans (AVE) değerine ulaşılmıştır. Ölçek güvenilirliği analizinde ise iç tutarlılık güvenilirliği için cronbach alpha ( $\alpha$ ) ve birleşik güvenilirlik için CR katsayısından faydalanılmıştır. Son aşamada ölçekte bulunan maddeler için tanımlayıcı istatistik analiz sonuçlarına ulaşılmıştır.

Araştırmanın sonuçlarında; açıklayıcı faktör analizi neticesinde toplam varyansın %43,825'ini açıklayan, madde faktör yükleri en düşük 0,417 ile en yüksek 0,784 değerleri arasında olan, orijinal ölçekle paralel şekilde 12 madde ve tek boyutlu bir ölçüm aracı elde edilmiştir. Doğrulamalı faktör analizi neticesinde standartlaştırılmış regresyon katsayılarının en düşük 0,510 ile en yüksek 0,610 arasında değerler aldığı tespit edilmiştir. Buna ek olarak  $\chi^2/df=3,07$  NFI=0,92 CFI=0,96 SRMR=0,03 RMSEA=0,090 değerlerinin kabul edilebilir uyum değerleri sınırlarında olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Güvenirlik için  $\alpha=0,881$  CR=0,832; birleşme geçerliliği için AVE=0,880 değerleri tespit edilmiştir. Tanımlayıcı istatistikler kapsamında ise araştırmadan elde edilen verilerin normal dağılım gösterdiği ve araştırmada yer alan taraftarların kişisel itibar algılama ortalamalarının yüksek düzeyde olduğu bulgusu ortaya çıkmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, "Kişisel İtibar Ölçeği"nin geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı olduğu tespit edilmiştir.

Özellikle örgütlerdeki üst yönetime mensup bireyler için gündemde olan kişisel itibar konusunda yeterince literatür çalışması bulunmamaktadır. Bu eksiklik dikkate alındığında, Türkçe'ye tercüme edilen kişisel itibar ölçeği daha sonra gerçekleştirilecek uygulamalı araştırmalar sayesinde, geliştirilmeye açık olan bu alana önemli katkılar sağlanacağına inanılmaktadır. Araştırma, her ne kadar spor kulübü dâhilinde sınırlandırılmış olsa da spor kulüplerinin de bir örgüt olduğu düşünülürken diğer tüm örgütler için de bu ölçeğin kullanılması örnek teşkil edebilmektedir. Kişisel itibarın değeri, özellikle insan kaynakları politikaları, kararları ve performans sonuçları üzerinde önemli etkiler gösterdiği dikkate alındığında bu ölçek, tüm sektörlerde örgüt çalışanlarının itibar algılarını tespit etmeye yönelik uygulanacak araştırmalarda kullanılabilir. Ayrıca, kişisel itibar ölçeği kullanılarak bir örgüte mensup olan bireylerin kariyerleri üzerindeki etkileri ya da algılanan örgütsel prestij, firma değeri ya da kurumsal itibar üzerindeki etkileri incelenebilir. Örgüt olumlu bir itibara sahip bir bireyi bünyesine kattığında bu itibarlı birey, diğerleri tarafından örgütün nasıl algılandığının bir parçası olacaktır. Dolayısıyla örgütlerin; grup liderlerinin, yöneticilerinin, CEO'ların ve yönetim kurulu üye/başkanlarının itibarlarını tespit etmeleri, hem kurum itibarına katkı sağlayabilir hem de örgüt çalışanları tarafından güven ve bağlılık duygusu oluşturabilir.

Yukarıda ölçeğin güçlü yanları belirtilmişse de bu araştırmanın bazı sınırlılıklarının olması gelecekte yapılacak araştırmaların dikkate alınması gereken bazı hususlar belirtilmek istenmektedir. Bu araştırmanın tek bir örneklem ve sektörde uygulanmış olması araştırmanın sınırlılığı olarak görülmektedir. Bu kapsamda, kişisel itibar ölçeğinin geçerliliği ve güvenilirliğini genelleştirebilmek için gelecekte yapılacak araştırmaların farklı sektörde ölçeği test etmeleri önerilmektedir. Buna ek olarak, yönetim literatüründe kişisel itibar alanının genişlemesi için araştırmacıların kişisel itibarın diğer örgütsel değişkenlerle olan ilişkisini ve etkilerini araştırmaları tavsiye edilmektedir. Ayrıca, kişisel itibar ölçeği hem örgüt üyelerinden hem de örgüt yöneticilerinden veri toplama avantajı sunduğu halde bu araştırmada sadece örgüt üyelerinden veri elde edilmiş olması bir başka sınırlılık olarak ifade edilebilir. Buna bağlı olarak, soruların örgüt üyelerine ve yöneticilerine ayrı ayrı sorulması sonuçların karşılaştırma yapılmasını ve değerlendirilmesini sağlayacaktır. Bu hususun göz önünde tutulması gelecek araştırmaları daha güçlü hale getireceği düşünülmektedir.

#### **KAYNAKÇA**

- Aksu, G., Eser, M.T. ve Güzeller, C.O. (2017). *Açıklayıcı ve Doğrulamalı Faktör Analizi ile Yapısal Eşitlik Modeli Uygulamaları*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Akyüz, M.E. (2005). "Futbol Kulüplerinin Şirketleşmesi ve Halka Açılması: Avrupa Futbol Piyasasındaki Gelişmeler Çerçevesinde Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray ve Trabzonspor Örneğinin Değerlendirilmesi", *Sermaye Piyasası Kurulu Aracılık Faaliyetleri Dairesi*, 1-40.
- Bayram, N. (2016). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş Amos Uygulamaları*, Ezgi Kitapevi, Bursa.
- Bromley, D. B. (1993). *Reputation, Image and Impression Management*, John Wiley & Sons, New York.
- Coşkun, R., Altunışık, R. ve Yıldırım, E. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. Sakarya Yayınevi, Sakarya.

- Çelik, E.H. ve Yılmaz, V. (2016). *Lisrel 9.1 İle Yapısal Eşitlik Modellemesi Temel Kavramlar- Uygulamalar- Programlama*, 3.Baskı, Anı yayıncılık, Ankara.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları*, 5. Baskı, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.
- Drasgow, F. ve Schmitt, N. (2002). *Measuring and Analyzing Behavior in Organizations, Advances In Measurement and Data Analysis*, California: Josey-Bass.
- Dunn, J.R. (2008). "A Multidimensional View of Personal Reputations", *Academy of Management Proceedings*, 2008/1, 1-6.
- Ferris, G.R., Blass, F.R., Douglas, C., Kolodinsky, R. W. ve Treadway, D. C. (2003). "Personal Reputation in Organizations", *Organizational Behavior: The State of the Science*, (Ed: J. Greenberg), Lawrence Erlbaum, NewJersey.
- Ferris, G. R., Harris, J. N., Russell, Z. A., Blass, F. R., Ellen, B. P. ve Martinez, A. D. (2014). "The Role of Reputation in The Organizational Sciences: A Multilevel Review, Construct Assessment, and Research Directions", (Eds.) M. Buckley, R. Halbesleben ve A. R. Wheeler, *Personnel and Human Resources Management* (pp. 241-303). UK: Emerald Group Publishing.
- Fornell, C. ve Larcker, D. (1981). "Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables And Measurement Error", *Journal of Marketing Research*, 18/1, 39-50.
- Foste, E.A. ve Botero, I.C. (2012). "Personal Reputation: Effects of Upward Communication on Impressions about New Employees", *Management Communication Quarterly*, 26/1, 48-73.
- Gaines-Ross, L. (2000). "CEO reputation: A Key Factor in Shareholder Value", *Corporate Reputation Review*, 3/4, 366-370.
- Gefen, D., Straub, D. ve Boudreau, M.C. (2000). "Structural Equation Modeling And Regression: Guidelines For Research Practice", *Communications of the Association for Information Systems*, 4/7, 1-70.
- Gök, B. (2022). "Örgütlerde Kişisel İtibarın Önemi ve Örgütlere Sağladığı Faydalar: Bir Literatür Taraması", *Business and Economics Research Journal*, 13/1, 109-126.
- Gök, B. ve Çiftçiöğlü B.A. (2021). "Prestij, Yönetim Kurulu ve Özdeşleşme İlişisini Anlamaya Yönelik Bir Çalışma", *International Journal of Social Inquiry*, 14/1, 199-230.
- Hair, J.F., Anderson, R.E, Tatham, R.L. ve Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*, 4.ed., Prentice-Hall, New York.
- Hall, A.T., Zinko, R., Perryman, A.A. ve Ferris, G.R. (2009). "Organizational Citizenship Behavior and Reputation: Mediators in the Relationships between Accountability and Job Performance and Satisfaction", *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 15/4, 381-392.
- Hochwarter, W.A., Ferris, G.R., Zinko, R.A., Arnell, B. ve James, M. (2007). "Reputation as a Moderator of The Political Behavior/Work Outcomes Relationships: A Two-Study Investigation with Convergent Results", *Journal of Applied Psychology*, 92/2, 567-576.
- Hu, L. ve Bentler, P.M. (1999). "Cutoff Criteria For Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives", *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6/1, 1-55.
- İslamoğlu, A.H. ve Alniaçık, Ü. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Beta, İstanbul.
- Knoke, D. (1983). "Organization Sponsorship and Influence Reputation of Social Influence associations", *Social Forces*, 61, 1065-1087.
- Laird, M.D., Zboja, J.J. ve Ferris, G.R. (2012). "Partial Mediation of the Political Skill-Reputation Relationship", *The Career Development International*, 17/6, 557-582.
- Laird, M.D., Zboja, J.J., Martinez, A.D. ve Ferris, G.R. (2013). "Performance and Political Skill in Personal Reputation Assessments", *Journal of Managerial Psychology*, 28/6, 661-676.
- Özdağoğlu, A. ve Keleş, M.K. (2019). "Spor Yönetimi Açısından Gri Entropi Tabanlı Rov Yöntemi İle 4 Büyük Futbol Kulübünün Finansal Performans Analizi", *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 107-123.

- Ranft, A., Zinko, R., Ferris, G.R. ve Buckley, M.R. (2006). "Marketing The Image of Management: The Costs and Benefits of CEO Reputation", *Organizational Dynamics*, 35/3, 279-290.
- Schumacker, R.E. ve Lomax, R.G. (2016). *A Beginner's Guide To Structural Equation Modeling*, 4.ed., Routledge Publishers, New York.
- Sobel, J. (1985). "A Theory of Credibility", *Review of Economic Studies*, 52/4, 557-573.
- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2007). *Using Multivariate Statistics*, Pearson, Boston.
- Tak, B. ve Çifçioğlu B.A. (2009). "Üç Boyutlu Mesleki Bağlılık Ölçeğinin Türkçe'de Güvenilirlik Ve Geçerliliğinin İncelenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması", *İşletme Fakültesi Dergisi*, 10/1, 35-54.
- Van Knippenberg, D. ve Hogg, M.A. (2003). "A Social Identity Model of Leadership Effectiveness in Organizations", *Research in Organizational Behavior*, 25, 243-295.
- Yaşlıoğlu, M.M. (2017). "Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması", *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Zinko, R., Ferris, G.R., Blass, F.R. ve Laird, M.D. (2007). "Toward A Theory of Reputation in Organizations", *Research in Personnel and Human Resources Management*, 26, 163-204.
- Zinko, R., Ferris, G.R., Humphrey, S.E., Meyer, C.J. ve Aime, F. (2012). "Personal Reputation in Organizations: Two-Study Constructive Replication and Extension of Antecedents and Consequences", *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 85/1, 156-180.
- Zinko, R. (2013). "A Continued Examination of the Inverse Relationship between Political Skill and Strain Reactions: Exploring Reputation as a Mediating Factor", *Journal of Applied Social Psychology*, 43/8, 1750-1759.
- Zinko, R., Gentry, W.A. ve Laird, M.D. (2016). "A Development of the Dimensions of Personal Reputation in Organizations", *International Journal of Organizational Analysis*, 24/4, 634-649.
- Zinko, R., Tuchtan, C., Hunt, J., Meurs, J., Furner, C. ve Prati, L.M. (2017). "Gossip: A Channel for the Development of Personal Reputation", *International Journal of Organizational Analysis*, 25/3, 516-535.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).