



Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi

2024, 8(1): 22-32

DOI: [10.21325/jotags.2023.1407](https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1407)

ISSN: 2587-0785 Dergi web sayfası: <https://www.yepad.org>



## KAVRAMSAL MAKALE

### Örgütlerde İzlenim Yönetiminin, Güç ve Politik Davranış ile İlişkisi

Doktorant Emrah ERDEM, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, e-posta: [emrherdm@hotmail.com](mailto:emrherdm@hotmail.com)

ORCID ID: 0000-0002-4321-7096

Prof. Dr. Alptekin SÖKMEN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, e-posta: [alptekin.sokmen@hbv.edu.tr](mailto:alptekin.sokmen@hbv.edu.tr)

ORCID ID: 0000-0002-5162-0918

#### Öz

Çalışmanın amacı literatürde ayrı ayrı incelenmiş olan güç, politik davranış ve izlenim yönetimi kavramlarının, izlenim yönetimi temelinde güç ve politik davranış kavramları arasındaki ilişkisinin incelenmesi odağı ile literatüre katkı sağlayacağı değerlendirilmiştir. Çalışma konusuyla ilgili daha önce yapılmış araştırmalardan faydalanıp nitel araştırma yöntemiyle hazırlanmıştır. Örgütlerde güç, politik davranış ve izlenim yönetimi birbirini tamamlayan bir bütünün parçalarıdır. İzlenim yönetimi strateji/taktikleri, politik davranış ile güce ulaşmak ve gücü elinde tutmaya devam etmek için kullanılır. Çalışanların kariyer, statü, prim gibi olanaklardan en üst seviyede faydalanması için örgütlerde sıklıkla karşılaşılan davranışlardır. Bu davranışların sergilenmediği örgüt neredeyse yok denilecek kadar azdır yakındır. Çalışmanın örgütlerde insan kaynağının örgüt amaçları doğrultusunda yönlendirilmesi için yöneticilerde farkındalık yaratacağı değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** İzlenim Yönetimi, Güç ve Politik Davranış.

**Makale Gönderme Tarihi:** 5.01.2024

**Makale Kabul Tarihi:** 29.03.2024

**Önerilen Atıf:** Erdem, E. & Sökmen, A. (2024). Örgütlerde İzlenim Yönetiminin, Güç ve Politik Davranış ile İlişkisi, *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 22-32.

© 2024 Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi



Journal of Management, Economic and Marketing Research

2024, 8(1): 22-32

DOI: [10.21325/jotags.2023.1407](https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1407)

ISSN: 2587-0785 Journal Homepage: <https://www.yepad.org>



## CONCEPTUAL PAPER

### The Relationship between Impression Management, Power and Political Behavior in Organizations

Doktorant Emrah ERDEM, Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Social Sciences, e-mail: [emrherdm@hotmail.com](mailto:emrherdm@hotmail.com)

ORCID ID: 0000-0002-4321-7096

Prof. Dr. Alptekin SÖKMEN, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, e-mail: [alptekin.sokmen@hbv.edu.tr](mailto:alptekin.sokmen@hbv.edu.tr)

ORCID ID: 0000-0002-5162-0918

#### Abstract

The study aims to contribute to the literature by examining the relationship between the concepts of power, political behavior, and impression management, which have been examined separately in the literature, and the concepts of power and political behavior based on impression management. The study was prepared using a qualitative research method, using previous research on the subject. Power, political behavior, and impression management in organizations are parts of a whole that complement each other. Impression management strategies/tactics are used to achieve and maintain power through political behavior. Organizations frequently encounter these behaviors so employees can benefit from opportunities such as career, status, and bonuses at the highest level. There are almost no organizations where these behaviors are not exhibited. It is evaluated that the study will raise awareness among managers to direct human resources in organizations in line with organizational goals.

**Received:** 5.01.2024

**Accepted:** 29.03.2024

**Suggested Citation:** Erdem, E. & Sökmen, A. (2024). The Relationship between Impression Management, Power and Political Behavior in Organizations, *Journal of Management, Economic and Marketing Research*, 8(1), 22-32.

© 2024 Journal of Management, Economic and Marketing Research