



Örgütlerde Ahlaki Duygular: Ahlaki Yücelik Duygusunun Örgütsel Araştırmalardaki Yeri

Furkan Maraslı^a, Ali Ekber Akgun^b, Busra Mucedili^c

Öz: Son yıllarda örgütsel çalışmalarda ahlaki duyguların, pozitif iş çıktıları ile ilişkisi araştırmacılar tarafından yoğun ilgi görmektedir. Bu duygu ailesi, toplum tarafından kurumsallaştırılmış ahlaki standartları desteklemeye hizmet etmekte ve örgütsel bağlamda bireylerin kendi davranışlarını, etkileşim içerisinde buldukları kişilerin davranışlarını ve başkalarının davranışlarını değerlendirmelerine yardımcı olmaktadır. Ahlaki duygular ailesi mensubu bir duygu olan ahlaki yücelik; bireylerin ahlaki bir güzelliğe tanık olduklarında yaşadıkları duygulanımı ifade etmektedir. Mevcut yazında ahlaki yücelik kavramsallaştırmasını inceleyen çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu amaçla kavramın öncül, ardıl ve bağlantı mekanizmalarını keşfeden ampirik araştırmalar dikkat çekmektedir. Bu kavramsal çalışma ahlaki yücelik yazınının genel hatlarını çizecek, teorik altyapısını tanıttak, kavramla ilintili bulguları ve değişkenleri saptayacaktır. Kavramın yerel yazına tanıtılmasının ahlaki yücelik için bir başlangıç noktası olması ve gelecek çalışmalar için de araştırmacılara yol gösterici olması beklenmektedir. Teorik araştırmalara ve pratik uygulamalara yönelik öneriler araştırmacı ve uygulayıcılara sunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Ahlaki Yücelik, Ahlaki Duygular, Duygular, Pozitif Duygular, Genişlet ve Oluştur Teorisi

JEL: M10, M12

Geliş : 09 Şubat 2022
Düzeltilme : 05 Nisan 2022
Kabul : 18 Nisan 2022

Tür : Kavramsal

Investigating Moral Emotions in Organizations: The Role of Moral Elevation in Organizational Research

Abstract: In recent years, the relationship between moral emotions and positive work outcomes in organizational studies has attracted great attention by researchers. Moral emotions family serves to support the moral standards institutionalized by the society. In organizational context, it helps individuals to evaluate not only their own behaviour but also the behaviour of others they interact with. Moral elevation, which is an emotion belonging to the family of moral emotions; refers to the emotion that individuals experience when they witness a moral beauty. Current literature provides numerous studies conducted to explore and test the conceptualization of moral elevation, its antecedents and consequences and the linkage mechanisms with other concepts. This conceptual study will outline the moral elevation literature by drawing its theoretical background and identify the findings and variables linked to the concept. Introducing moral elevation concept to the local literature will be expected to guide scholars for further research. Suggestions for theoretical research and practical implications are presented for both scholars and practitioners.

Keywords: Moral Elevation, Moral Emotions, Emotions, Positive Emotions, Broaden-and-Build Theory

JEL: M10, M12

Received : 09 February 2022
Revised : 05 April 2022
Accepted : 18 April 2022

Type : Conceptual

Cite this article as: Maraslı, F., Akgun, A. E., & Mucedili, B. (2022). Örgütlerde ahlaki duygular: Ahlaki yücelik duygusunun örgütsel araştırmalardaki yeri. *Business and Economics Research Journal*, 13(2), 319-328. <http://dx.doi.org/10.20409/berj.2022.375>

The current issue and archive of this Journal is available at: www.berjournal.com

^a Res. Asst., Social Sciences University of Ankara, Faculty of Political Sciences, Department of Business Administration, Ankara, Türkiye, furkan.marasli@asbu.edu.tr (Corresponding Author)

^b Prof., PhD., Yildiz Technical University Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration, Istanbul, Türkiye, aakgun@yildiz.edu.tr

^c Asst. Prof., PhD., Yildiz Technical University Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration, Istanbul, Türkiye, busramu@yildiz.edu.tr

1. Giriş

Örgütler birbirinden farklı kökene, geçmişe ve deneyimlere sahip insanları temel hedeflere ulaşmak için bir araya getiren ve doğal olarak sosyal olan varlıklardır. Örgütsel bağlamda etkileşim içerisinde olan örgüt üyeleri bireysel olarak; finansal güvenlik, büyüme ve gelişme fırsatları elde etmektedir (Rousseau ve McLean, 1993). Ancak örgütsel bağlam, kolektif açıdan farklı çalışanları ortak bir hedefe doğru birlikte çalışmaya yönlendirmeyi amaçladığı için, örgütsel çevrede çalışanların birbirleriyle iş birliği yapmaları ve birbirlerinin haklarını ihlal etmekten kaçınmaları önem arz etmektedir (Folger ve Cropanzano, 2001). Bu açıdan, birçok araştırmacı, insanların sosyal etkileşimleri ve karmaşık ilişkilerindeki sosyal ve bilişsel süreçlere odaklanmıştır (Ekman, 1992) ve duyguların bu etkileşimlerdeki uyuma ve birlikte çalışmaya hizmet ettiği araştırmalarla desteklenmiştir (Morris ve Keltner, 2000).

Örgütsel psikoloji yazınında, örgütsel bağlamda duyguların pozitif iş çıktıları ile ilişkisi araştırmacılar tarafından yoğun ilgi görmüştür. Özellikle pozitif duyguların örgütlerin işleyişi ve fonksiyonel çıktıları üzerindeki önemi yaklaşık 30 yıl önce Isen ve Baron (1991) tarafından vurgulanmıştır. Daha sonra yapılan çalışmalarda pozitif duygular ile iş tatmini, işten ayrılma niyeti, çalışan devir oranları ve çalışan performansları gibi iş çıktıları arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler gözlemlenmiştir (örneğin: Lyubomirsky, King ve Diener, 2005). Pozitif psikoloji alanındaki gelişmelerle birlikte bilimsel çabalar, pozitif duyguların; yaratıcılık (Amabile, Barsade, Mueller ve Staw, 2005) ve iş performansı (Kaplan, Bradley, Luchman ve Haynes, 2009) gibi örgütün işleyiş ve performansına etki eden değişkenlerle olumlu ilişkisi kanıtlanmıştır.

Pozitif duyguların, pozitif işyeri davranışlarında ve pozitif örgütsel çıktılarda nedensel mekanizmalar olmasının temelinde bilişsel ve algısal süreçler yer almaktadır. Diener, Thapa ve Tay (2020)'a göre, pozitif duygular; bilişler, davranışlar, duygulanım ve fizyoloji yoluyla olumlu çıktıları teşvik etmektedirler. Bu iddianın teorik altyapısı, Frederickson'un "Genişlet ve Oluştur Teorisi" (1998;2013)'nden gelmektedir. Teoriye göre pozitif bir duyguyu deneyimlemek bireylerin "eylem-düşünce" dağarcıklarını genişletmek suretiyle onların farkındalığını ve bilişsel süreçlerini geliştirmekte ve bu durum bireylerin yeni davranışlar sergilemeleriyle sonuçlanmaktadır. Gelişmiş eylem-düşünce dağarcığıyla, bireylerin yeni beceriler ve kalıcı kaynaklar inşa etmeleri daha olasıdır. Ayrıca pozitif bir duyguyu deneyimlemek, başka pozitif duyguları deneyimlemeye zemin hazırlar ve bu da negatif duyguların "eylem-düşünce dağarcığını" sınırlandırıcı etkisini hafifletmektedir (Frederickson, 1998). Yazındaki mevcut araştırmalar da bu durumu desteklemektedir. Örneğin, Dimotakis, Scott ve Kopmans (2011)'in çalışması, yüksek pozitif duygulanımın, iş tatmini ile negatif duygulanım arasındaki olumsuz ilişkinin şiddetini azalttığını ortaya koymuştur. Fizyolojik olarak ise mevcut yazın, pozitif duyguların daha uzun bir yaşama (Cohen ve Pressman, 2006) ve daha sağlıklı bir bağışıklık sistemine (Kuykendall ve Tay, 2015) olan olumlu etkilerini kanıtlamıştır.

Dolayısıyla, Genişlet ve Oluştur Teorisi (Frederickson, 1998; 2013) göz önüne alındığında, pozitif duyguların örgütlerin işlevselliğine benzersiz etkilerinin olduğu önerilmektedir. Bu bağlamda, son dönemlerde örgütsel davranış ve psikoloji yazınında pozitif duygulara büyük ilgi duyulmuş olup, mevcut yazındaki bilimsel çabalar pozitif duyguların örgütsel çıktılar üzerindeki etkilerini ampirik olarak kanıtlama gayretindedirler (örneğin: Pillay, Park, Kim ve Lee, 2020). Bu tür çalışmalar genellikle belirli bir pozitif duygu tarafından tetiklenen farklı örgütsel etkileri incelemektedir. Ayrıca araştırmacılar, mutluluk duygusu ve pozitif duygulanım gibi daha spesifik kavramların örgütsel çıktılar üzerindeki olumlu etkilerini ortaya koymalarına rağmen (Barsade ve Gibson, 2007) ahlaki duygular ailesine mensup olumlu duyguların örgütsel çalışmaların son dönemine kadar fazlasıyla göz ardı edildiği görülmektedir. Örgütlerde pozitif bakış açısının ortaya çıkması şükran, ahlaki yücelik (yani; İngilizce yazında "elevation"), sempati gibi pozitif duygular içeren ahlaki duygular ailesine de yeni bir ilgi getirmektedir. Ahlaki duygular, toplum tarafından kurumsallaştırılmış ahlaki standartları desteklemeye hizmet etmekte (Haidt, 2003) ve bu bağlamda bireylerin kendi davranışlarını, etkileşim içerisinde buldukları kişilerin davranışlarını ve başkalarının davranışlarını değerlendirmelerine yardımcı olmaktadır. Pozitif duygular kapsamında yapılan yazın taramasında pozitif ahlaki duygular ailesine mensup duyguların da örgütsel bağlamda çalışıldığı görülmektedir. Örneğin, takımlarda şükran duygusunun (yani ahlaki duygular ailesine ait ayrı bir olumlu duygu) tetiklenmesi takım yaratıcılığını pozitif yönde desteklemiştir (Pillay vd., 2020). Aynı ahlaki duygu ailesine ait olan bir başka pozitif ayrık duygu olan ahlaki yücelik de son zamanlarda örgütsel çalışmalarda dikkat çekmektedir (Greenbaum, Bonner, Gray ve Mawritz,

2020). Ahlaki yücelik; “başkalarının ahlaki güzelliklerinin gözlemlenmesi ile tetiklenen ve bireyleri ahlaki açıdan iyi ve erdemli işler yapmaya motive eden pozitif bir ahlaki duygu” (Haidt, 2003: 276) olarak tanımlanmıştır. Yapılan araştırmalar, ahlaki yüceliğin olumlu sonuçlara ve davranışlara yol açtığını göstermektedir. Örneğin, ahlaki yüceliği deneyimlemenin toplum yanlısı davranışlara yol açtığı bulunmuştur (Algoe ve Haidt, 2009; Schnall, Roper ve Fessler, 2010; Vianello, Galliani ve Haidt, 2010). Ayrıca örgütsel bağlamda, ahlaki yücelik deneyimleyen çalışanların deneyimlemeyenlere göre daha fazla duygusal bağlılığa ve örgütsel vatandaşlık davranışına sahip oldukları ampirik bulgularla desteklenmiştir (Vianello, Galliani ve Haidt, 2010). Ahlaki yücelik pozitif örgütsel davranış yazınının önemli bir bileşenidir ve örgüt üyelerinin olağanüstü şekilde kendilerini geliştirmelerinde ve örgütsel çıktılara hizmet etmelerinde önemli rol oynar. Kavramın fikir öncüsü Haidt (2003) ve ahlaki duygularla ilgili son dönemde çıkan önemli bir derleme çalışmasının (Greenbaum vd., 2020) ışığında ve tavsiyelerinden yola çıkarak bu kavramsal çalışma; Haidt’in (2003) kavramsallaştırması doğrultusunda örgütsel bağlamda ahlaki yücelik duygusunun derinlemesine anlaşılması ve fonksiyonları hususlarında ip uçları vererek Türkçe yazında da bir başlangıç noktası oluşturmayı amaçlamaktadır. Ayrıca kavramın derinlemesine anlaşılmasının pozitif örgütsel davranış alanına ve yazarlarına iç görüler sunması beklenmektedir.

Tüm bunlardan hareketle bu çalışma (1) bireysel analiz düzeyinde ahlaki yüceliğin ne ifade ettiğini açıklamayı, (2) mevcut yazında ahlaki yücelik kavramsallaştırması ve işlevselleştirmesinin nasıl yapıldığını incelemeyi, (3) mevcut yazındaki teorik ve ampirik kanıtların neler olduğunu ortaya koymayı, (4) ahlaki yücelik ile ilgili kavramlar arasındaki ilişkileri incelemek suretiyle örgütler için işlevsel çıktılar neler olabileceğini tartışmayı ve (5) araştırmacılar için kavrama netlik kazandırmayı amaçlamaktadır. Çünkü kavramlar teorilerin temelidir. Bacharach (1989) teoriyi “kavramlar sistemi” olarak tanımlamaktadır. Kavramlar güçlü teorilerin yapı taşları oldukları gibi, açık ve doğru tanımlanmış terimler de güçlü kavramların temellerini oluşturmaktadır (Suddaby, 2010). Son olarak, örgütsel davranışta ahlaki duygular üzerine yapılan araştırmalara yoğun bir ilgi olmasına rağmen, bu araştırma alanı örgütsel olayları açıklama açısından yetersiz kalmıştır (Greenbaum vd., 2020). Sistematik ve kapsamlı bir kavramsal çalışmanın, ahlaki duygular alanında çalışacak olan araştırmacılara işlevsel bir kaynak olması beklenmektedir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Ahlaki Duygular

Örgütler doğaları gereği sosyal varlıklardır. Belirli bir hedefe ulaşmak için birbirinden farklı geçmiş ve deneyimlere sahip bireylerin bir araya gelmesiyle faaliyetlerini sürdüren örgütlerde bireysel farklılıkların yönetimi örgütsel araştırmacıların temel odak noktalarından olmuştur. Duyguların, bireylerin uyum içerisinde çalışmalarına yardımcı olmak gibi önemli sosyal bir işleve hizmet ettiği araştırmalarla desteklenmiştir (Morris ve Keltner, 2000). Örgütlerde duygular bağlamında yapılan araştırmalarda ise son dönemlerde “ahlaki duygular” üzerine yapılan araştırmaların yoğunlaşması dikkat çekmektedir (Greenbaum vd., 2020).

Ahlaki duygular; “toplumsal refaha hizmet eden duygular” olarak tanımlanmıştır (Haidt, 2003: 853). Bireyler, bu duyguları kendilerinin veya başkalarının ahlaki standartlara sahip olup olmadıklarını tanımanın etkili bir yolu olarak deneyimliyolar. Bu duygular; kalıtsal olarak biyolojik mirastan (Sagi ve Hoffman, 1976; De Waal, 2005), geçmiş deneyimlerden (Ekman, 1992) ve sosyal öğrenmeden (Tangney, Stuewig ve Mashek, 2007) beslenmektedirler. Örneğin yazında daha önce yapılan araştırmalar, bebeklerin biyolojik olarak haksız sosyal etkileşimleri tanıyabildiklerini ve bu haksız etkileşimlere ahlaki duygu ve davranışlarla yanıt vermeye yatkın olduklarını ileri sürmektedir. Ayrıca bireyler kötü muameleye maruz kaldıklarında veya ahlaki açıdan uygun görmedikleri davranışlarla yüzleştiklerinde ahlaki duyguları deneyimlemeye daha yatkındır (Huang, Greenbaum, Bonner ve Wang, 2019). Bu duygular, bireylerin gelecekte karşılaşacakları olası zararlı durumlara karşı da onları uyararak koruyucu bir tampon işlevi görmektedir (Tangney, Stuewig ve Mashek, 2007). Son olarak bireyler çocukluklarından itibaren toplumsal ahlaki standartlara uymayan davranışları sergilememeleri gerektiğini sosyal öğrenme yoluyla gelişim süreçleri ve yaşamları boyunca bilişsel olarak idrak etmektedirler. Dolayısıyla mevcut yazın, insanların ahlaki olan ve olmayan durumlara yanıt olarak ahlaki duyguları otomatik deneyimleme kapasitesi ile doğduklarını ve bu kapasiteyi zamanla etkileşim içerisinde buldukları çevreden

geliştirdiklerini ileri sürmektedir. Bu duygular bireylerin davranışlarını yönlendiren güçlü birer motivasyonel güçtür (Tangney vd., 2007). Bu açıdan ahlaki duygular, etik olmayan (yani, toplumsal ahlaki standartlara uymayan davranışlar; Trevino, Weaver ve Reynolds, 2006) davranışların baskılanmasında ve toplum yanlısı davranışların tetiklenmesinde önemli bir zemin teşkil etmektedir (Bartlett ve DeStano, 2006).

Duygular; kendilerini ortaya çıkaran olay, fizyolojik bir değişim, yüz ifadesi ve eylem eğilimleri olmak üzere dört bileşen özelliği ile analiz edilip ve sınıflandırılmaktadır (Frijda, 1986; Scherer ve Walbott, 1994). Ortaya çıkan olay (yani, olayın bireyin bireysel çıkarına veya tarafsız olması) ve eylem eğilimleri (yani, yüksek toplum yanlısı eylem eğilimi veya düşük toplum yanlısı eylem eğilimi) bileşenleri toplumun çıkarları ile yakından ilgili olmaları nedeniyle ahlaki duyguları belirlemede özellikle ayırt edici özellikler olarak vurgulanmıştır (Haidt, 2003). Yani ahlaki duygular; tarafsız, kendi yönelimli olmayan ve yüksek toplum yanlısı eylem eğilimleri ile diğer duygu türlerinden ayrılmaktadır.

Ahlaki duygular, benzer özellikleri paylaşan dört ailede gruplanmıştır (Haidt, 2003). Bu aileler ve her aileye ait duygular Tablo 1’de gösterilmiştir. Her aile, davranışın ahlaki standartları ihlal edip etmediği konusunda ve odak noktasının ihlalde bulunan kişiye mi yoksa mağdura mı odaklandığına göre farklılaşmaktadır.

Tablo 1. Ahlaki Duygular Ailesi

Başkası Odaklı Övgü Duyguları (Other-praising Emotions)	Başka bir kişinin ahlaki standartları pozitif yönde aşacak olumlu davranışlar sergilemesi halinde ortaya çıkan duygular.	Şükran Ahlaki Yücelik
Başkası Odaklı Acıma Duyguları (Other-suffering Emotions)	Başka bir kişinin ahlaki bir standart ihlalinin kurbanı olmasının gözlenmesi durumunda ortaya çıkan duygular.	Sempati
Başkası Odaklı Kınama Duyguları (Other condemnig Emotions)	Ahlaki standartları ihlal ettikleri için bireylerin başkalarına karşı besledikleri olumsuz duygular	Aşağılama Öfke İğrenme
Öz Bilinç Duyguları (Self-conscious Emotions)	Ahlaki standartları ihlal ettikleri için bireylerin kendine karşı besledikleri olumsuz duygular	Utanç Suçluluk

Başkası odaklı övgü duyguları ailesinin doğası gereği pozitif örgütsel davranış bağlamındaki çalışmalarda daha sıklıkla çalışıldığı gözlenmiştir. Günlük yaşamda bireyler olumlu duyguları olumsuz duygulara nazaran daha sık tecrübe etmektedir (Frederickson ve Losada, 2005). Frederickson (1998)’un Genişlet ve Oluştur Teorisine göre olumlu duygu deneyimleyen bireyler bireylerin “eylem-düşünce dağarcıkları” genişlemektedir. Genişlemiş “eylem-düşünce dağarcığıyla” bireyler daha farklı, yaratıcı, gelişmiş düşünce gücüne sahip olmakta ve bu onlara yeni beceriler ile kalıcı kaynaklar kazandırmaktadır. Ayrıca pozitif duyguları deneyimlemek, bireyleri negatif duyguların kısıtlayıcı etkisinden kurtarmaktadır ve onları başka pozitif duyguları deneyimlemeye daha yatkın kılmaktadır. Bu bağlamda öne çıkan teorilerden olan Duygusal Olaylar Teorisi’ne (Weiss ve Crapanzano, 1996) göre de bireylerin yaşadıkları duygusal deneyimler örgüt içerisindeki davranışlarını tetikleyen güçlerdir. Pozitif duygulanım yaşayan bireylerin tıpkı Genişlet ve Oluştur teorisinde (Frederickson, 1998) olduğu gibi pozitif çıktılar inşa ederek olumlu davranışlar sergilemeleri daha olasıdır. Sonuç olarak bahsi geçen iki teorinin ışığında, pozitif duyguları deneyimlemenin fonksiyonel faydalarının örgütlerin işlevselliğinde etkili ve verimli olabileceği düşüncesi pozitif örgütsel araştırmaların odak noktasını oluşturmaktadır.

Buradan hareketle, ahlaki duygular ailesinden, örgütlerin işleyişi için önem arz eden ayrık bir pozitif duygu olan ahlaki yücelik duygusunun özünü, kavramı ortaya çıkaran mekanizmaları ve öncülleri anlamak örgütlerin işleyişi ve performansı için önemli görülmektedir. Ahlaki duygular arasından ahlaki yüceliği bu araştırmaya konu edilmesinin arkasındaki motivasyon; duygunun toplum yanlısı davranışları tetikleme ve motive etme eğilimi nedeniyle benzersiz olmasıdır (Haidt, 2003). Ayrıca Genişlet ve Oluştur Teorisinin

varsayımlarına uygun bir zemin teşkil eden duyguyu deneyimleyen bireylerde gözlenen zihinsel genişleme ve yeni davranış geliştirme disiplini, örgütler için işlevsel bir araç olarak kullanılabilir. Ahlaki yücelik duygusunun bu doğası, pozitif örgütsel sonuçların dönüşümü için ideal bir zemin gibi görünmektedir. Mevcut örgütsel davranış yazınında yer alan pozitif duygular dışında yeni ve güçlü bir duygunun varlığı ve farkındalığının, yeni nesil örgütlerin performans, yaratıcılık ve yenilikçilik gibi arzulanan çıktılarına ulaşmasında önemli bir araç olacağı beklenmektedir. Ayrıca pozitif örgütsel davranış alanında çalışan araştırmacılara farklı bir pencere açarak yeni iç görüler oluşturması çalışmanın amaçlarından biridir.

2.2. Ahlaki Yücelik

Ahlaki yücelik; “başkalarının iyiliği veya takdire şayan eylemleriyle tetiklenen ve insanları iyilik ve takdire şayan işler yapmaya motive eden pozitif bir ahlaki duygu” olarak tanımlanmıştır (Haidt, 2003: 276). Kavram duygusal, motivasyonel ve davranışsal bileşenleri ile Kavramsallaştırılmıştır. Duygusal açıdan bakıldığında bireyleri “çoşkun” hissetmeye teşvik eder, onları “insanlığa karşı daha iyimser görüşlere sahip olma güdüsüne yönlendirir ve bir dizi motivasyonel ve davranışsal çıktılarla sonuçlanmaktadır (Haidt, 2003). Kavramın fikir babası Haidt (2003), bu motivasyonel çıktılarla sırasıyla; daha iyi bir insan olma arzusu, başkalarıyla bütünleşik olma arzusu ve zor koşullar altındaki insanlara yardım etme niyeti olarak tanımlanmıştır. Bu nedenle yüceliğin ahlaki mükemmellik eylemlerinin bir sonucu olduğu ve ahlaki yücelik hisseden bireylerin sergilenen ahlaki güzelliği modellemeye motive olduğu sonucuna varılmaktadır. Dolayısıyla, davranışsal çıktı olarak bireylerin toplum yanlısı davranışlar (yani; prososyal davranışlar) sergilemeleri duygunun sonuçlarından biridir (Algoe ve Haidt, 2009).

Haidt (2003)'in ahlaki duygularla ilgili tanımından yola çıkılarak (yani "bir bütün olarak toplumsal refaha hizmet eden duygular"); bir duygu ne kadar bireysel çıkardan uzak olma eğilimindeyse ve toplum yanlısı davranış sergileme eğilimi ne kadar yüksekse, ahlaki duyguların gereklerini o kadar çok yerine getirmektedir çıkarımı yapılabilir. Bu nedenle, ahlaki yücelik duygusu ahlaki duygular ailesinin en prototip olan duygularından biri olarak kabul edilebilir.

Yapılan araştırmalar yüceliğin; ilham (örneğin; Landis vd., 2009), mutluluk ve neşe (örneğin; Oliver, Hartmann ve Woolley, 2012; Romani ve Grappi, 2014), hayranlık (örneğin; Diessner, Iyer, Smith ve Haidt, 2013) ve eğlence (örneğin; Silvers ve Haidt, 2008) gibi diğer pozitif duygu ve duygusal durumlardan ayrık olduğunu kanıtlamıştır. Ayrıca ahlaki yüceliğin genel pozitif duygulanımdan farklı olduğu bulunmuştur (Vianello vd., 2010) ve bunun üzerine yapılan birçok deneysel araştırmada ahlaki yücelik müdahalesinde bulunan gruba karşılık kontrol gruplarına genel pozitif duygulanım müdahalelerinde bulunulup kıyaslama yapılmıştır (örneğin; Shulman, Halperin, Elron ve Tagar, 2021). Aynı duygu ailesini paylaşıyor olsalar da (yani; başkası odaklı övgü duyguları), mevcut literatür yücelik ile şükran duygularının birbirinden ayrık olduğunu da kanıtlamıştır (Siegel, Thomson ve Navarro, 2014). Tıpkı yücelik gibi, şükran da başkalarının takdire şayan eylemleri ve ahlaki mükemmellikleri tarafından tetiklenmektedir. Ancak, şükran hisseden bireyler velinimetlerinin karşılığını geri ödeme/geri verme ile motive olurlar çünkü kendileri davranışın doğrudan alıcısıdır. Ahlaki yüceliği deneyimleyen bireylerin böyle bir eğilimleri yoktur.

2.3. Örgütsel Çalışmalarda Ahlaki Yücelik Duygusu

Ahlaki yücelik esas olarak insanlığın daha yüksek ve daha iyi doğasının tezahürlerine tanık olmaktan kaynaklanmaktadır (Haidt, 2000). Duygunun öncülleri ve tetikleyicilerini araştıran çok sayıda ampirik ve deneysel çalışma bu iddiayı desteklemiş, ahlaki yüceliğin başka bireylerin olağanüstü ahlaki güzelliğine tanıklık ederek ortaya çıktığı gösterilmiştir (örneğin, Algoe ve Haidt, 2009; Freeman, Aquino ve McFerran, 2009; Aquino, McFerran ve Laven, 2011; Strohminger, Lewis ve Meyer, 2011). Bu nedensellik, yüksek genelleştirme kazandırılmak amacıyla, farklı araştırmacılar tarafından farklı türlerde manipülasyon teknikleri kullanılarak farklı örneklerde yapılan araştırmalarla desteklenmiştir (örneğin, Algoe ve Haidt, 2009; Cox, 2010; Vianello, Galliani ve Haidt, 2010).

Bunun yanı sıra Haidt'in kavramsallaştırmasındaki ahlaki yüceliğin duygusal boyutu araştırmacılar tarafından ampirik olarak test edilmiştir. Örneğin Vianello vd. (2010) örgütlerde duygulanım ile yücelik

arasındaki ilişkiyi test etmek için liderin kişilerarası adaleti, fedakârlık davranışları ve çalışanların ahlaki yücelik düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemişler ve liderin algılanan adaletinin ve fedakârlık davranışlarının, pozitif duygulanımı teşvik ederek daha yüksek düzeyde ahlaki yücelik uyandırdığını ortaya koymuşlardır. Yüceliğin etik ve ahlaki doğası göz önünde bulundurulduğunda, ahlaki kimliğin güçlü tetikleyici rolünün sürpriz olmadığını söylemek mümkündür. Ahlaki kimlik, ahlaki karakterin genel benlik kavramlarının merkezi bir parçası olarak deneyimlenmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Blasi, 1984). Blasi (1984)'nin kavramsallaştırmasını takiben Aquino vd. (2011)'nin araştırması, ahlaki kimliği daha yüksek olan bireylerin beklenmedik iyilik davranışlarına ahlaki kimliği düşük olan bireylere göre daha fazla tepki verdiğini göstermiştir. Ahlaki yüceliğin başkalarının ihtiyaçlarına duyarlılık gösteren eğilimi düşünüldüğünde, ahlaki kimliği yüksek olan bireylerin yücelik duygularının da yüksek olacağını söylemek zor olmamaktadır. Ahlaki yüceliği tetiklemede etik bileşenlerin önemi farklı alanlarda (örneğin; pazarlama) çalışan araştırmacılar tarafından da test edilmiştir. Örneğin yapılan bir araştırmada, kuruluşların kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin tüketicilerin hissettiği ahlaki yüceliği arttırdığı ortaya konulmuştur (Romani ve Grappi, 2014). Başka bir araştırmada ahlaki mesajlar veren reklamların da tüketicilerin hissettiği ahlaki yüceliği tetiklediği desteklenmiştir. (Wu ve Dodoo, 2017).

Yapılan araştırmalar istikrarlı bir şekilde ahlaki yüceliğin hedeflenen çalışan davranışlarına ve örgütsel pozitif çıktılara neden olduğunu göstermektedir. Haidt (2003) ahlaki yücelik duygusunun bireyleri insanlığa karşı daha iyimser duygular besleme eğilimine yönlendireceğini belirtmiştir. Diessner vd. (2013) bu iddiayı test etmek amacıyla yaptıkları çalışmanın sonuçları ahlaki yücelik ile sevgi ve insanlığa bağlılık arasında güçlü korelasyonlar göstermiştir. İkincisi kavramın motivasyonel sonuçları da (yani daha iyi bir insan olma, başkalarıyla açılma ve kaynaşma ve başkalarına yardım etme arzusu) literatürde ele alınmış ve ampirik olarak desteklenmiştir. Aquino vd. (2011)'nin bulgularına göre, ahlaki yücelik hisseden bireyler daha iyi bir insan olma eğilimindedirler. Ek olarak Algoe ve Haidt (2009) yücelmiş bireylerin başkalarına açılma/başkalarıyla birleşme eğiliminde olup olmadıklarını test etmek için deneysel bir araştırma tasarlamışlardır. Araştırmada ahlaki yücelik, eğlence ve takdir duygularını yoğun içeren 3 farklı film ayrı katılımcı gruplarına gösterilmiş ve sonuçlar ahlaki yücelik duygusunu tetikleyen filmi izleyen grupta olanların diğer iki gruba kıyasla izlediklerini başkalarına anlatmaya daha yatkın olduklarını göstermiştir. Bu çalışmaların bulguları, ahlaki yüceliğin bireyleri diğer insanları önemsemeye ve gözetmeye yönlendirmek gibi belirli bir karakteristik motivasyonun olduğunu göstermektedir. Ayrıca bu bulgular Genişlet ve Oluştur Teorisi (Frederickson, 1998) ile uyumluluk göstermektedir. Teoriye göre pozitif duygular, bireylerin bakış açılarını genişletip ve onları başkalarına karşı davranışlarında olumlu değişikliklere motive etmektedir. Ahlaki yücelik duygusu bu teoriyle bire bir uyumluluk göstermektedir. Ahlaki güzelliğe tanık olmak vesilesiyle ortaya çıkan bu duygu, eylem repertuarını zenginleştirmekte ve topluma karşı pozitif davranışlar için bireylere cesaret sağlamaktadır.

Son olarak motivasyonel faktörlerin ötesinde, araştırmacılar davranışsal sonuçların altında yatan güdüleri de anlamaya çalışmışlardır (örneğin, Freeman vd., 2009). Ahlaki yüceliğin en göze çarpan davranışsal çıktısı toplum yanlısı (yani; prososyal davranışlar) davranışlardır. Deney ve kontrol gruplarına rastgele atanan denekler ile yapılan iki deneysel çalışma, yüceliğin toplum yanlısı davranış üzerindeki etkisini ortaya koymuştur. (Algoe ve Haidt, 2009; Aquino vd., 2011). Başka bir deneysel çalışmada (Schnall, Roper ve Fessler, 2010), katılımcılar ahlaki yücelik yoğun bir video, duygusal açıdan nötr bir video ve eğlence yoğun bir video izlemeleri için üç farklı gruba ayrılmış, video manipülasyonunun hemen ardından zorlu bir görevi olan bir kişiye yardım etmek etme niyetleri ölçülmüştür. Sonuçlar, ahlaki yücelik indüksiyonu alan gruptaki katılımcıların diğer gruplara göre iki kat daha fazla yardım etme çabası gösterdiğini ortaya koymaktadır. Farklı bir araştırmanın sonuçları ahlaki yücelik hisseden bireylerin hayır işleri için bağış yapmaya daha eğilimli olduklarını kanıtlamıştır (Thomson ve Siegel, 2013). Sonuç olarak tüm bu çalışmaların sonuçları, Haidt'in kavramsallaştırmasını desteklemekte ve yüceliğin toplum yanlısı davranışların önemli bir öncülü olduğunu kanıtlamaktadır. Bunların yanı sıra, ahlaki yücelik; örgütsel vatandaşlık davranışı (Aquino vd., 2011), ırksal önyargıda azalma (Freeman vd., 2009), duygusal bağlılık (Vianello vd., 2010) ve gönüllülük (Cox, 2010) gibi örgütler için oldukça önemli olan çıktılara etki etmektedir.

3. Tartışma ve Sonuç

Son yıllarda örgütsel çalışmalarda ahlak, etik (örneğin; Treviño, den Nieuwenboer ve Kish-Gephart, 2014) ve duygulara (Barsade, Brief ve Spataro, 2003) olan akademik ilginin artmasıyla birlikte, yönetim alanında da ahlaki duygular üzerine düzenli bir araştırma akışı geliştirmiştir. Mevcut literatür incelendiğinde ahlaki yücelik duygusunun diğer ahlaki duygulara oranla çok daha az araştırıldığı açıkça görülmektedir. Bu durum Thomson ve Siegel (2017) ile Greenbaum vd. (2020)'nin derleme makalelerinde özellikle vurgulanmış, ahlaki yücelik duygusu ile ilgili farklı bağlamlarda daha çok çalışma ihtiyacı olduğu önemle belirtilmiştir. Ulusal yazında ise kavramın henüz tanıtılmamış olması dikkat çekmektedir. Buradan yola çıkarak, araştırmamız; ahlaki yücelik duygusunun kapsamlı bir kavramsal incelemesini sunarak Türkiye'deki örgütsel davranış ve örgütsel psikoloji çalışmalarına katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Ayrıca kavramın yerel yazında tanıtılmasının sonraki çalışmalar için araştırmacılara yol gösterici olması beklenmektedir.

Ahlaki yücelik yazınında yer alan bulgular, kavramın Genişlet ve Oluştur Teorisi ile (Frederickson, 1998) uyumlu olarak ilerlediğini göstermektedir. Ahlaki yücelik, bireylerin daha yüksek ahlaki kimlik düzeylerine ulaşmalarına ve çeşitli ahlaki davranışları sergileme eğilimlerine yol açmak suretiyle bireylerin yeni kaynak ve yetenekler geliştirmesine yardımcı olmaktadır. Bireylerde ortaya çıkan yeni yetenekler, örgütler için pozitif çıktılara dönüşmesi muhtemel kaynaklardır (Waters vd., 2021). Bu bağlamda araştırmamız mevcut yazındaki çalışmalar ve bulguları derlemiş olup, araştırmacılar ve uygulayıcılara yönelik tavsiyeleri içermektedir.

Teorik olarak yazındaki araştırmaların, Haidt (2000, 2003)'in ahlaki yücelik ile ilgili kavramsallaştırmalarını desteklediği aşikardır. Araştırmacılar özellikle bir ahlaki güzelliğe tanık olmanın fizyolojik, duygusal ve davranışsal sonuçlara nasıl yol açtığını farkı örneklem ve farklı yöntemlerle tanımlamışlardır (örneğin: Algoe ve Haidt, 2009; Freeman vd., 2009; Aquino vd., 2011; Diessner vd., 2013). Ancak Haidt'in ahlaki yüceliğin açılma ve başkalarıyla birleşme arzusunu tetiklediğini ifade eden önermesi nispeten daha sınırlı ampirik incelemeye tabi olmuştur. Dolayısıyla, ahlaki yüceliğin bu yönünü test edecek daha fazla çalışma ihtiyacı ahlaki yücelik ile ilgili motivasyonel eğilimlere önemli bir bakış açısı kazandırabilir.

Kavramın dış geçerliliğini güçlendirecek araştırmalara da ihtiyaç olduğu görülmektedir. Farklı bağlam ve kültürlerde, farklı örneklem kullanılarak yapılacak araştırmalar mevcut bulguların genellenebilirliğini güçlendirecektir. Ahlaki yücelik yazınındaki mevcut çalışmalar büyük çoğunlukla Kuzey Amerika (örneğin: Landis vd., 2009; Aquino vd., 2011; Navarro vd., 2016) ve Avrupa (örneğin: Van Capellen vd., 2013; Romani ve Grappi, 2014) örneklemine ampirik olarak incelenmiştir. Ahlaki yüceliğin farklı bağlam ve kültürlerde batı örneklemine göre benzerlik ve farklılıklarını açıklayacak kültürlerarası araştırmalar yazına önemli katkılar sunacaktır. Yine demografik olarak, kuşaklar arası ahlaki yücelik deneyimlerinin benzerlik ve farklılıklarını ortaya koyacak çalışmalar yazının genişlemesine katkı sağlayacaktır.

Tüm bunlara ek olarak, son iki yıldır yaşanan salgın döneminin getirdiği şartlar bireylerin hem günlük hayatta hem iş hayatında önemli psikolojik zorluklar çekmelerine neden olmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü tarafından hazırlanan salgınlara yönelik kılavuzlar, "salgının psikolojik etkilerini ele alma" ihtiyacını açıkça belirtmektedir (2017: 39). Salgının ortaya çıkardığı bu belirsizlik durumu bireylerin günlük yaşamlarında ve iş hayatlarında psikolojik zorluklar çekmelerin, ruh sağlıklarında düşüslere sebep olmaktadır. Nitekim bu husus araştırmacıların gözünden kaçmamış olup, bu konuda çeşitli psikolojik yaklaşımlar yazında önerilmiştir (örneğin; Holmes vd., 2020). Bu durumun örgütler açısından göz ardı edilmemesi gereken önemli potansiyel sonuçları bulunmaktadır. Örneğin takım bazlı çalışan örgütlerde (yani; yeni ürün geliştirme takımları veya arge takımları vb.) bireylerin psikolojik durumları örgütsel çıktıları (örneğin; örgütsel yaratıcılık, performans, örgütsel çeviklik, örgütsel dayanıklılık) olumsuz yönde etkilemesi muhtemel unsurlardandır. Bu bağlamda bireyleri psikolojik olarak daha iyi hissettirebilecek bir duygunun varlığının takım çıktıları olumlu yönde etkilemesi olasıdır. Bu alanda yapılacak çalışmalar yazının genişlemesine katkı sağlayacaktır. Ayrıca mevcut yazın incelendiğinde, ahlaki yücelik kavramının bireysel analiz düzeyinde kavramsallaştırıldığı, işlevselleştirildiği ve ölçüldüğü görülmektedir. Makro analiz düzeyinde kavramın ne ifade ettiği soru işaretidir. Kolektif ahlaki yüceliğin kavramsallaştırılmasına ve işlevselleştirmesine ihtiyaç olduğu görülmektedir. Bu husus üzerine yapılacak çalışmalar kavramın örgütsel anlamda ne ifade ettiğini açıklamada iç görü

sağlayacaktır. Ayrıca, mevcut yazında yapılan çalışmaların batı bağlamında ve yöntemsel olarak genellikle nicel analiz yöntemleriyle çalışıldığı görülmektedir. Kavramın daha toplulukçu kültüre sahip Türkiye bağlamında, anlamını derinlemesine inceleyecek ve bilişsel olarak neleri ifade ettiğini ortaya çıkararak nitel araştırmalara ihtiyaç olduğu da görülmektedir.

Yöneticiler ve örgütler için ahlaki yücelik, bireysel gelişimi dolayısıyla pozitif örgütsel çıktıları teşvik etmek için önemli bir araç olarak görülmektedir (Thomson ve Siegel, 2017). Öncelikle ahlaki yücelik, bireylerin duygusal ve zihinsel bozukluklarının neden olduğu ıstırapın üstesinden gelmeye yardımcı olabilecek duygusal bir kaynak olarak görülmelidir. Dolayısıyla ahlaki yüceliği teşvik etmek ve hissedilir yaygınlığını arttırmak için oluşturulacak stratejiler, pozitif psikoterapi müdahaleleri olarak kullanılabilir. İkincisi, ahlaki yüceliği teşvik edecek stratejiler, davranışlar ve tutumlar pozitif değişimi başlatmak amacıyla örgütsel müdahaleler haline gelebilir (Schnall ve Cannon, 2012). Örneğin yapılan bir araştırmada, liderlerin örgüt için gösterdikleri özveri ile örgüt içerisindeki adil davranışlarının takipçilerinde ahlaki yücelik duygularına yol açtığı ve bunun da çalışanlarda daha fazla duygusal bağlılığa yol açtığı desteklenmiştir (Vianello vd., 2010). Bu bağlamda insan kaynakları uygulayıcıları ve yöneticiler açısından, ahlaki yüceliği teşvik edecek çalışmalar ve eğitimler örgütsel bağlılığı arttırmak suretiyle bireylerin işten ayrılma niyetlerini azaltmada önemli bir katkı sunabilir.

Bu araştırmanın kavramsal olarak yazın incelenmesi ile yapılması çalışmanın kısıtı olarak görülmektedir. Mevcut yazın üzerinde kapsamlı bir inceleme yapılarak teorik ve ampirik bulgular doğrultusunda kavram yazına tanıtılmış ve incelenmiştir. Çalışmada teorik olarak önerilen hususların ampirik olarak incelenmesi yazına katkı sağlayacaktır.

Beyan ve Açıklamalar (Declarations and Disclosures)

Yazarların Etik Sorumlulukları (Ethical Responsibilities of Authors): Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler.

Etik Kurul Onayı (Ethical Approval): Bu çalışma etik kurul onayı gerektirmemektedir.

Çıkar Çatışması (Conflicts of Interest): Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir.

Finansal Destek (Funding): Yazarlar, çalışmanın hazırlanması ve/veya yayınlanması sürecinde herhangi bir finansal destek almamışlardır.

Yazar Katkı Oranı (Author Contributions): Yazarlar, çalışmaya olan katkılarını şu şekilde beyan etmişlerdir: Kavramlaştırma ve çalışma dizaynı, F. Maraşlı, A. E. Akgün ve B. Müceldili; literatür taraması ve analizi F. Maraşlı ve A. E. Akgün; çalışmanın ilk/taslak halinin yazılması, F. Maraşlı ve B. Müceldili; çalışmanın gözden geçirilmesi ve düzenlenmesi/düzeltilmesi, F. Maraşlı ve B. Müceldili. Çalışmanın ilk ve son hali tüm yazarlar tarafından okunmuş ve onaylanmış olup, yazarlar çalışmalarıyla ilgili sorumluluğu kabul etmektedirler.

İntihal Denetimi (Plagiarism Checking): Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir.

Kaynaklar

- Algoe, S. B., & Haidt, J. (2009). Witnessing excellence in action: The 'other praising' emotions of elevation, gratitude, and admiration. *The Journal of Positive Psychology*, 4(2), 105-127.
- Amabile, T. M., Barsade, S. G., Mueller, J. S., & Staw, B. M. (2005). Affect and creativity at work. *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 367-403.
- Aquino, K., McFerran, B., & Laven, M. (2011). Moral identity and the experience of moral elevation in response to acts of uncommon goodness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(4), 703.
- Barsade, S. G., & Gibson, D. E. (2007). Why does affect matter in organizations? *Academy of Management Perspectives*, 21(1), 36-59.
- Bartlett, M. Y., & DeSteno, D. (2006). Gratitude and prosocial behavior: Helping when it costs you. *Psychological Science*, 17(4), 319-325.

- Blasi, A. (1984). Moral identity: Its role in moral functioning. In W. Kurtines & J. Gewirtz (Eds.), *Morality, moral behavior and moral development* (pp. 128-139). New York: Wiley
- Cohen, S., & Pressman, S. D. (2006). Positive affect and health. *Current Directions in Psychological Science*, 15(3), 122-125.
- Cox, K. S. (2010). Elevation predicts domain-specific volunteerism 3 months later. *The Journal of Positive Psychology*, 5(5), 333-341.
- Cropanzano, R., & Wright, T. A. (2001). When a "happy" worker is really a "productive" worker: A review and further refinement of the happy-productive worker thesis. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 53(3), 182.
- De Waal, F. B. M. (2005). *Homo homini lupus? Morality, the social instincts, and our fellow primates*. In *Neurobiology of human values* (pp. 17-35). Berlin, Heidelberg: Springer.
- Diener, E., Thapa, S., & Tay, L. (2020). Positive emotions at work. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 7, 451-477.
- Diessner, R., Iyer, R., Smith, M. M., & Haidt, J. (2013). Who engages with moral beauty? *Journal of Moral Education*, 42(2), 139-163.
- Dimotakis, N., Scott, B. A., & Koopman, J. (2011). An experience sampling investigation of workplace interactions, affective states, and employee well-being. *Journal of Organizational Behavior*, 32, 572-588.
- Ekman, P. (1992). An argument for basic emotions. *Cognition & Emotion*, 6(3-4), 169-200.
- Folger, R., & Cropanzano, R. (2001). Fairness theory: Justice as accountability. *Advances in Organizational Justice*, 1(1-55), 12.
- Fredrickson, B. L. (1998). What good are positive emotions? *Review of General Psychology*, 2(3), 300-319.
- Fredrickson, B. L. (2013). Positive emotions broaden and build. In P. Devine & A. Plant (Eds.), *Advances in experimental social psychology* (pp. 1-53). Academic Press
- Fredrickson, B. L., & Losada, M. F. (2005). Positive affect and the complex dynamics of human flourishing. *American Psychologist*, 60(7), 678.
- Freeman, D., Aquino, K., & McFerran, B. (2009). Overcoming beneficiary race as an impediment to charitable donations: Social dominance orientation, the experience of moral elevation, and donation behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35(1), 72-84.
- Frijda, N. C. (1987). Emotion, cognitive structure, and action tendency. *Cognition and Emotion*, 1(2), 115-143.
- Greenbaum, R., Bonner, J., Gray, T., & Mawritz, M. (2020). Moral emotions: A review and research agenda for management scholarship. *Journal of Organizational Behavior*, 41(2), 95-114.
- Haidt, J. (2003). The moral emotions. In R. J. Davison, K. R. Scherer, & H. H. Goldsmith (Eds.), *Handbook of affective sciences* (pp. 852-870). Oxford.
- Holmes, E. A., O'Connor, R. C., Perry, V. H., Tracey, I., Wessely, S., Arseneault, L., Ballard, C., Christensen, H., Cohen Silver, R., Everall, I., Ford, T., John, A., Kabir, T., King, K., Madan, I., Michie, S., Przybylski, A., Shafran, R., Sweeney, A., & Bullmore, E. (2020). Multidisciplinary research priorities for the COVID-19 pandemic: A call for action for mental health science. *Lancet Psychiatry*, 7(6), 547-560.
- Isen, A. M., & Baron, R. A. (1991). Positive affect as a factor in organizational-behavior. *Research in Organizational Behavior*, 13, 1-53.
- Kaplan, S., Bradley, J. C., Luchman, J. N., & Haynes, D. (2009). On the role of positive and negative affectivity in job performance: A meta-analytic investigation. *Journal of Applied Psychology*, 94(1), 162.
- Kuykendall, L., Tay, L., & Ng, V. (2015). Leisure engagement and subjective well-being: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 141(2), 364.
- Landis, S. K., Sherman, M. F., Piedmont, R. L., Kirkhart, M. W., Rapp, E. M., & Bike, D. H. (2009). The relation between elevation and self-reported prosocial behavior: Incremental validity over the five-factor model of personality. *The Journal of Positive Psychology*, 4(1), 71-84.
- Lyubomirsky, S., King, L., & Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect: Does happiness lead to success? *Psychological Bulletin*, 131(6), 803.
- Morris, M. W., & Keltner, D. (2000). How emotions work: The social functions of emotional expression in negotiations. *Research in Organizational Behavior*, 22, 1-50.

- Oliver, M. B., Hartmann, T., & Woolley, J. K. (2012). Elevation in response to entertainment portrayals of moral virtue. *Human Communication Research*, 38(3), 360-378.
- Pillay, N., Park, G., Kim, Y. K., & Lee, S. (2020). Thanks for your ideas: Gratitude and team creativity. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 156, 69-81.
- Romani, S., & Grappi, S. (2014). How companies' good deeds encourage consumers to adopt pro-social behavior. *European Journal of Marketing*, 48, 943-963.
- Rousseau, D. M., & McLean Parks, J. (1993). The contracts of individuals and organizations. *Research in Organizational Behavior*, 15, 1-1.
- Sagi, A., & Hoffman, M. L. (1976). Empathic distress in the newborn. *Developmental Psychology*, 12(2), 175-176.
- Schnall, S., Roper, J., & Fessler, D. M. (2010). Elevation leads to altruistic behavior. *Psychological Science*, 21(3), 315-320.
- Shulman, D., Halperin, E., Elron, Z., & Tagar, M. R. (2021). Moral elevation increases support for humanitarian policies, but not political concessions, in intractable conflict. *Journal of Experimental Social Psychology*, 94, 104-113.
- Siegel, J. T., Thomson, A. L., & Navarro, M. A. (2014). Experimentally distinguishing elevation from gratitude: Oh, the morality. *The Journal of Positive Psychology*, 9(5), 414-427.
- Silvers, J. A., & Haidt, J. (2008). Moral elevation can induce nursing. *Emotion*, 8(2), 291.
- Strohming, N., Lewis, R. L., & Meyer, D. E. (2011). Divergent effects of different positive emotions on moral judgment. *Cognition*, 119(2), 295-300.
- Suddaby, R. (Ed.). (2010). Editor's comments: Construct clarity in theories of management and organization.
- Tangney, J. P., Stuewig, J., & Mashek, D. J. (2007). Moral emotions and moral behavior. *Annual Review of Psychology*, 58, 345-372.
- Thomson, A. L., & Siegel, J. T. (2017). Elevation: A review of scholarship on a moral and other-praising emotion. *The Journal of Positive Psychology*, 12(6), 628-638.
- Treviño, L. K., Weaver, G. R., & Reynolds, S. J. (2006). Behavioral ethics in organizations: A review. *Journal of Management*, 32(6), 951-990.
- Vianello, M., Galliani, E. M., & Haidt, J. (2010). Elevation at work: The effects of leaders' moral excellence. *The Journal of Positive Psychology*, 5(5), 390-411.
- Waters, L., Algoe, S. B., Dutton, J., Emmons, R., Fredrickson, B. L., Heaphy, E., & Steger, M. (2021). Positive psychology in a pandemic: buffering, bolstering, and building mental health. *The Journal of Positive Psychology*, 3(2) 1-21.
- Weiss, H. M., & Cropanzano, R. (1996). Affective events theory: A theoretical discussion of the structure, causes and consequences of affective experiences at work. *Research in Organizational Behaviour*, 18(1), 1-74.
- World Health Organization (WHO). (2017). Pandemic influenza risk management: A WHO guide to inform and harmonize national and international pandemic preparedness and response.
- Wright, T. A., Cropanzano, R., & Meyer, D. G. (2004). State and trait correlates of job performance: A tale of two perspectives. *Journal of Business and Psychology*, 18(3), 365-383.
- Wu, L., & Dadoo, N. A. (2017). Reaching goals and doing good: exploring consumer responses to meaningful advertisements. *Journal of Promotion Management*, 23(4), 592-613.