

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÖNETİM VE ORGANİZASYON PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÇALIŞANLARIN ÖZ GÜVEN VE YARATICILIK
DÜZEYLERİNİN MUTLULUKLARI ÜZERİNDEKİ
ETKİSİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ALAN
ARAŞTIRMASI

Ayşe Ece SERT

Danışman
Doç. Dr. Olca SÜRGEVİL DALKILIÇ

İZMİR - 2019

YÜKSEK LİSANS
TEZ ONAY SAYFASI

Üniversite : Dokuz Eylül Üniversitesi
Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü
Adı ve Soyadı : AYŞE ECE SERT
Öğrenci No : 2015800091
Tez Başlığı : Çalışanların Özgüven ve Yaratıcılık Düzeylerinin Mutlulukları Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması

Savunma Tarihi : 24/05/2019

Danışmanı : Doç.Dr.Olca Sürgevil DALKILIÇ

JÜRİ ÜYELERİ

<u>Ünvanı, Adı, Soyadı</u>	<u>Üniversitesi</u>	<u>İmza</u>
Doç.Dr.Olca Sürgevil DALKILIÇ	- Dokuz Eylül Üniversitesi	
Dr.Öğr.Üyesi Ebru TOLAY	- Dokuz Eylül Üniversitesi	
Doç.Dr.Evrin MAYATÜRK AKYOL	- İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	

AYŞE ECE SERT tarafından hazırlanmış ve sunulmuş olan bu tez savunmada başarılı bulunarak oy birliği () / oy çokluğu () ile kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Metin ARIKAN
Müdür

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Çalışanların Öz Güven ve Yaratıcılık Düzeylerinin Mutlulukları Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

24/05/2019

Ayşe Ece SERT

İmza



ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

**Çalışanların Öz Güven ve Yaratıcılık Düzeylerinin Mutlulukları Üzerindeki
Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması**

Ayşe Ece SERT

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

Yönetim ve Organizasyon Programı

Bu çalışma; işletmelerde çalışanların öz güven, yaratıcılık ve mutluluk düzeylerinin belirlenmesi ve bu değişkenler arasındaki ilişkinin ölçülerek bir model geliştirilmesi amacıyla yapılmıştır. Uygulamanın örneklemini, savunma sanayi alanında faaliyet gösteren kamu ve özel sektördeki işletmelerde çalışan beyaz yakalı 212 kişi oluşturmaktadır. Öz güven kavramı; iç ve dış öz güven olarak iki boyutta, yaratıcılık kavramı; öz/günlük yaratıcılık, akademik yaratıcılık, sanatsal yaratıcılık, bilimsel/mechanik yaratıcılık, sanatsal performans yaratıcılığı olarak beş boyutta, mutluluk kavramı ise tek boyutta ele alınmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; öz güvenin alt boyutları olan iç öz güvenin ve dış öz güvenin, öz/günlük yaratıcılık üzerinden dolaylı olarak mutluluğu etkilediği sonucuna ulaşılmakla birlikte, dış öz güvenin ayrıca mutluluk üzerinde doğrudan bir etkisinin de olduğu kanıtlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Öz güven, örgütsel öz güven, yaratıcılık, örgütsel yaratıcılık, mutluluk, iş yeri mutluluğu.

ABSTRACT

Master's Thesis

The Effect of Employees' Self Confidence and Creativity Levels on Their Happiness: A Field Research.

Ayşe Ece SERT

Dokuz Eylul University

Graduate School of Social Sciences

Department of Business Administration

Management and Organization Program

This study was conducted to determine the effect of employees' self-confidence and creativity levels on their happiness and to create a model of the relationship between those variables. The sample of implementation is the 212 white-collar employees in the private and public sector in the defense industry. In this context, two sub-dimensions of the concept of self-confidence (internal, external self-confidence), five sub-dimensions of the concept of creativity (self/daily, scholarly, performance, mechanical/science, artistic creativity) and the concept of happiness are handled like a connection with each other. According to the results obtained, it has been concluded that the sub-dimensions of self-confidence which are internal and external self-confidence affect happiness indirectly through self/daily creativity. In addition to this, external self-confidence affects happiness directly.

Key Words: Self-confidence, organizational self-confidence, creativity, organizational creativity, happiness, workplace happiness.

**ÇALIŞANLARIN ÖZ GÜVEN VE YARATICILIK DÜZEYLERİNİN
MUTLULUKLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK
BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR	xi
TABLOLAR LİSTESİ	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
EKLER LİSTESİ	xiv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

**ÖZ GÜVEN, YARATICILIK VE MUTLULUK KAVRAMLARI VE İLGİLİ
AÇIKLAMALAR**

1.1. ÖZ GÜVEN KAVRAMI VE İLGİLİ AÇIKLAMALAR	4
1.1.1. Birey Düzeyinde Öz Güven	4
1.1.1.1. Öz (Benlik) Kavramı	4
1.1.1.2. Öz Yeterlik Kavramı	5
1.1.1.3. Öz Saygı Kavramı	6
1.1.1.4. Öz Güven Kavramı	8
1.1.1.5. Yaratıcı Öz Güven Kavramı	9
1.1.2. Öz Güven Kavramına İlişkin Yaklaşımlar	10
1.1.2.1. James'e göre Öz Güven	10
1.1.2.2. Cooley'e göre Öz Güven	11

1.1.2.3. Mead’e göre Öz Güven	11
1.1.2.4. Freud’a göre Öz Güven	12
1.1.2.5. Adler’e göre Öz Güven	14
1.1.2.6. Sullivan’a göre Öz Güven	15
1.1.2.7. Horney’e göre Öz Güven	16
1.1.2.8. Erikson’a göre Öz Güven	18
1.1.2.9. Rogers’a göre Öz Güven	21
1.1.2.10. Maslow’a göre Öz Güven	22
1.1.2.11. Rosenberg’e göre Öz Güven	25
1.1.2.12. Coopersmith’e göre Öz Güven	25
1.1.3. Örgüt Düzeyinde Öz Güven	26
1.2. YARATICILIK KAVRAMI VE İLGİLİ AÇIKLAMALAR	27
1.2.1. Yaratıcılık Kavramı	27
1.2.2. Yaratıcılık Kavramına İlişkin Yaklaşımlar	29
1.2.2.1. Mistik Yaklaşımlar	29
1.2.2.2. Pragmatik Yaklaşımlar	29
1.2.2.3. Psikodinamik Yaklaşımlar	30
1.2.2.4. Psikometrik Yaklaşımlar	30
1.2.2.5. Bilişsel Yaklaşımlar	31
1.2.2.6. İzdiham Yaklaşımı	31
1.2.2.7. Evrimsel Yaklaşım	32
1.2.2.8. Sosyal Kişilik Yaklaşımı	32
1.2.3. Birey Düzeyinde Yaratıcılık	33
1.2.3.1. Genetik/Epigenetik Etkiler	34
1.2.3.2. Beyin Karakteristikleri	34
1.2.3.3. Yaratıcılıkta Kişilik Etkileri	35

1.2.3.3.1. Bilişsel Kişilik Özellikleri	35
1.2.3.3.2. Sosyal Kişilik Özellikleri	36
1.2.3.3.3. Motivasyonel/Duygusal Kişilik Özellikleri	37
1.2.3.3.4. Klinik Kişilik Özellikleri	38
1.2.4. Örgüt Düzeyinde Yaratıcılık	39
1.2.4.1. İnovasyon ve Örgüt Düzeyinde Yaratıcılık	43
1.2.4.2. Grup Düzeyinde İnovasyonun Bileşenleri	44
1.2.4.3. Örgüt Düzeyinde İnovasyonun Bileşenleri	45
1.2.4.4. Takım Süreçlerinde İnovasyonun Bileşenleri	48
1.3. MUTLULUK VE İŞ YERİ MUTLULUĞU KAVRAMI VE İLGİLİ AÇIKLAMALAR	50
1.3.1. Mutluluk ve Öznel İyi Oluş Kavramı	50
1.3.2. Mutluluk Anlayışları	52
1.3.2.1. Eudaimonic (Saadetsel) Mutluluk Anlayışı	52
1.3.2.2. Hedonic (Hazzal) Mutluluk Anlayışı	52
1.3.2.3. Faydacı Mutluluk Anlayışı	53
1.3.2.4. Akılcı Mutluluk Anlayışı	54
1.3.3. Mutluluğun Bileşenleri	54
1.3.3.1. Demografik Açıdan	54
1.3.3.2. Refah Düzeyi Açısından	55
1.3.3.3. Kişiler Arası İlişkiler Açısından	57
1.3.3.4. Kişilik Açısından	57
1.3.4. İş Yeri Mutluluğu Kavramı	57
1.3.5. İş Yeri Mutluluğunun Bileşenleri	60
1.3.5.1. İş Tatmini	60
1.3.5.2. Örgütsel Bağlılık	61

1.3.5.3. İşi Benimseme/İşe Katılım	61
1.3.5.4. Adanmışlık	62
1.3.5.5. Zindelik	62
1.3.5.6. Anlık Odaklanma ve İçsel Motivasyon	63
1.3.5.7. İşe Dair Duygular/Duygulanım	63
1.4. ÖZ GÜVEN, YARATICILIK VE MUTLULUK KAVRAMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİLER	64
1.5. ÖZ GÜVEN, YARATICILIK VE MUTLULUK KAVRAMLARINA İLİŞKİN ÖLÇEKLER	67

İKİNCİ BÖLÜM

ÇALIŞANLARIN ÖZ GÜVEN VE YARATICILIK DÜZEYLERİNİN MUTLULUKLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI

2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI	70
2.2. ARAŞTIRMANIN ÖN KABULLERİ VE SINIRLILIKLARI	70
2.2.1. Araştırmanın Ön Kabulleri	70
2.2.2. Araştırmanın Sınırlılıkları	70
2.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	71
2.3.1. Araştırmanın Örneklemi	71
2.3.2. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları	72
2.3.2.1. Demografik Bilgilere İlişkin Sorular	72
2.3.2.2. Öz Güven Kavramına İlişkin Sorular	72
2.3.2.3. Yaratıcılık Kavramına İlişkin Sorular	72
2.3.2.4. Mutluluk Kavramına İlişkin Sorular	73
2.3.3. Verilerin Toplanmasında İzlenen Yol	74
2.3.4. Verilerin Analizi	74

2.4. VERİLER VE BULGULAR	75
2.4.1. Araştırma Örneklemine İlişkin Veriler	75
2.4.2. Hipotezler ve Araştırma Modeli	76
2.4.3. Araştırmanın Bulguları	78
2.4.3.1. Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Bulguları	78
2.4.3.2. Demografik Değişkenlere İlişkin Hipotez Testleri	80
2.4.3.3. Araştırma Modeline İlişkin Hipotez Testleri	85
2.4.4. Araştırmada Kullanılan Öz Güven, Yaratıcılık ve Mutluluk Değişkenlerinin Demografik Değişkenlerle İlişkisi	87
2.4.5. Araştırmada Kullanılan Öz Güven, Yaratıcılık ve Mutluluk Değişkenlerinin Kendi Aralarındaki İlişkiler	89
SONUÇ VE ÖNERİLER	90
KAYNAKÇA	99
EKLER	

KISALTMALAR

Bknz.	Bakınız
s.	Sayfa No
SS.	Standart Sapma
SD.	Serbestlik Derecesi
ORT.	Ortalama
YEM	Yapısal Eşitlik Modeli
APA	Amerikan Psikoloji Derneği
KG	Kendini Gerçekleştiren Yaratıcılık
PEN	Psikotizm, Dışadönüklük, Nevrotizm Modeli
ABD	Amerika Birleşik Devletleri

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1: Örneklemin Demografik Özelliklere Göre Dağılımı	s. 75
Tablo 2: Araştırmanın Değişkenlerine Ait Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Değerleri	s. 79
Tablo 3: Demografik Değişkenlerin, Diğer Değişkenler Üzerindeki Etkisinin Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları	s. 80
Tablo 4: Cinsiyete Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları	s. 83
Tablo 5: Medeni Duruma Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları	s. 84
Tablo 6: Çalışılan Sektöre Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları	s. 84

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Kendine Saygının Temel Unsurları	s. 7
Şekil 2: Benlik Saygısının Denklemi	s. 11
Şekil 3: Yaratıcı Kişiliği Oluşturan Özelliklere İlişkin Bir Model	s. 33
Şekil 4: Yaratıcılığı Kişiliği Oluşturan Genetik Belirleyiciler Üzerine Bir Model	s. 39
Şekil 5: Yaratıcılık Bileşeni Modeli	s. 40
Şekil 6: Örgütsel Çevrenin Yaratıcılık Üzerindeki Etkisi	s. 42
Şekil 7: Çalışma Grubu İnovasyonunun Girdi-Süreç-Çıktı Modeli	s. 43
Şekil 8: İnovasyon İçin Örgütsel İklim Faktörleri	s. 46
Şekil 9: Liderlik-Yaratıcılık Modeli	s. 49
Şekil 10: Kronik Mutluluk Düzeyini Artıran Üç Temel Faktör	s. 51
Şekil 11: İş Yerinde Mutlulukla İlgili Yapılar	s. 59
Şekil 12: Doğrulanmış Yapısal Model, Standart Yol Katsayıları, Açıklanan Varyanslar, Doğrudan Etki Değerleri, Dolaylı Etki Değerleri ve Uyum İyiliği Değerleri	s. 86

EKLER LİSTESİ

Ek 1: Araştırmada Kullanılan Soru Formu

ek s.1



GİRİŞ

İşletmeler, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan, üretim faktörlerini etkin ve verimli bir şekilde kullanarak mal ve hizmetler üreten ve uzun dönemde kar elde etme amacına sahip olan iktisadi birimlerdir. İktisadi açıdan bir işletmede bulunan girdiler; sermaye, doğal kaynaklar, girişimci ve emektir. Bu bağlamda emek, yani çalışanlar; bir işletme için en önemli unsuru oluşturmaktadır. Çalışanlar; bilgiye sahip olan, bilgiyi alıp işleyen ve bu doğrultuda uygun sonuçlar üretilmesine katkı sağlayan en önemli girdilerdir. Rekabetin yoğunlaştığı ve işletmelerin küreselleştiği günümüzde, rekabet yaratmaktaki en önemli unsur olan çalışanların öz-güven, yaratıcılık ve mutluluğunun işletmenin karlılık ve verimliliğini uzun dönemde olumlu yönde etkileyeceği göz ardı edilmemelidir. Çalışanların yaptığı işe dair kendisini yetkin ve yeterli hissetmesi o işe ilişkin öz-güvenlerini oluşturmakta, işiyle ilgili yenilikçi fikirler ve ürünler geliştirmesi yaratıcılıklarını artırmakta ve kendilerini üyesi oldukları örgüte ait hissetmesi ve örgüt ile özdeşleşmesi ise iş yeri mutluluğunu etkilemektedir.

Bu tez çalışmasında, işletmelerde çalışanların mutluluğunu sağlamak; işletmeler açısından ulaşılması hedeflenen bir amaç ve nihai bir sonuçtur. Bu doğrultuda, çalışanların öz-güven ve yaratıcılık düzeylerini arttırmaya yönelik uygulamalara öncelik verilmelidir. Literatürde öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk arasındaki ilişkiyi ölçen araştırmalara rastlanmamış olması, bu çalışmayı özgün kılmaktadır. Dolayısıyla, bu tez çalışmasında; öz-güven, yaratıcılık ve mutluluğa ilişkin literatür taramasının ardından, alan araştırması yapılarak elde edilen bulgulara ilişkin bir model oluşturulmuştur.

Tez çalışmasının birinci bölümünde kavramsal çerçeveye yer verilmiştir. Öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk kavramları literatür ışığında ele alınmıştır. İlk olarak öz-güven kavramı açıklanmış, bu kavramla ilişkili olan diğer alt kavramlara değinilmiş ve literatürdeki öz-güven kuramlarına yer verilmiştir. Birey düzeyinde öz-güven kavramına ilişkin açıklamaların ardından, örgüt düzeyinde öz-güven kavramı açıklanmış ve birey düzeyinde öz-güven ile ilişkilendirilmiştir. İkinci olarak; yaratıcılık kavramına yer verilmiş ve yaratıcılık yaklaşımları açıklanmıştır. Birey

düzeyinde yaratıcılığa etki eden genetik ve çevresel faktörlere değinilmiş ve yaratıcı bir bireyde bulunan karakteristik özellikler açıklanmıştır. Birey düzeyinde yaratıcılığa ilişkin açıklamaların ardından, örgüt düzeyinde yaratıcılıktan bahsedilmiş ve bireyin içinde bulunduğu örgüt ortamının yaratıcılığı üzerindeki etkisine değinilerek, birey ve örgüt düzeyindeki yaratıcılığın birbiriyle olan ilişkisi açıklanmıştır. Ayrıca, örgüt düzeyinde yaratıcılık kavramı içerisinde inovasyonun önemine değinilerek, grup ve örgüt düzeyinde inovasyon hakkında bilgi verilmiştir. Üçüncü olarak; mutluluk kavramı açıklanmış ve mutluluk yaklaşımlarına yer verilmiştir. Mutluluk ile demografik değişkenler arasındaki ilişkiyi ele alan literatürdeki araştırmalardan bahsedilmiştir. Genel anlamda mutluluk kavramına ilişkin açıklamaların ardından, iş yeri mutluluğu kavramına değinilmiştir. İş yeri mutluluğunu oluşturan bileşenler yani iş tatmini, örgütsel bağlılık, işe katılım, adanmışlık, zindelik, içsel motivasyon ve duygulanımdan bahsedilmiş ve bu kavramlara ilişkin açıklamalar yapılmıştır. Dördüncü olarak; öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk arasındaki ilişkiyi ele alan ulusal ve uluslararası literatürde gerçekleştirilmiş araştırmalara yer verilmiştir. Beşinci olarak ise; öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk ile ilgili ulusal ve uluslararası literatürde geliştirilmiş ölçekler hakkında bilgi verilmiştir.

Tez çalışmasının ikinci bölümünde alan araştırmasına yer verilmiştir. Araştırma kapsamında savunma sanayi alanında faaliyet gösteren kamu ve özel sektörlerde işletmelerde çalışan beyaz yakalılara yönelik öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk düzeyinin incelenmesi amacıyla bir anket çalışması yapılmıştır. Öncelikle araştırmanın amacı açıklanmış, ardından araştırmanın ön kabulleri ile sınırlılıkları ifade edilmiştir. Analizin ilk kısmında; demografik değişkenler (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, sektör, çalışma süresi) ile öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk arasındaki ilişki ölçülmüştür. Analizin ikinci kısmında ise; öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk kavramlarının birbirleriyle olan ilişkilerini ölçmek amacıyla bir model geliştirilmiş ve test edilmiştir. Yapılan analizlerin sonucunda elde edilen bulgular ışığında, oluşturulan hipotezlerin ne derece doğrulandığı tablolarla belirtilerek yorumlanmıştır.

Tez çalışmasının sonuç ve öneriler kısmında ise, araştırma bulguları literatür ışığında tartışılmış ve değerlendirilmiştir. İlerde yapılacak çalışmalara ithafen, konuyla ilgili öneriler sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

ÖZ GÜVEN, YARATICILIK VE MUTLULUK KAVRAMLARI VE İLGİLİ AÇIKLAMALAR

Çalışmanın birinci bölümünde; öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk kavramları hakkında literatür ışığında bilgi verilmektedir. Öncelikle öz-güven kavramı ve bu kavrama ilişkin diğer alt kavramlar olan öz(benlik), öz-yeterlik, öz-saygı ve yaratıcı öz-güven kavramları açıklanmaktadır. Öz-güven kavramı, birey ve örgüt düzeyinde ele alınmakta ve birey düzeyinde öz-güveni oluşturan yaklaşımlara yer verilerek, örgüt düzeyinde öz-güven ile ilişkilendirilmektedir.

Öz-güven kavramına ilişkin literatür taramasının ardından, yaratıcılık kavramına değinilmekte ve yaratıcılık yaklaşımları açıklanmaktadır. Yaratıcılık kavramı, birey ve örgüt düzeyinde ele alınmaktadır. Birey düzeyinde yaratıcılığa etki eden genetik faktörlerin neler olduğu ve dış çevre faktörlerinin bireyin yaratıcılığı üzerindeki etkisinden bahsedilmektedir. Yaratıcı bir bireyin sahip olduğu karakteristik özellikler açıklanmaktadır. Ardından örgüt düzeyinde yaratıcılık ele alınarak, bireyin üyesi olduğu örgüt içerisindeki yönetim uygulamalarının örgütsel düzeyde yaratıcılığı ne düzeyde etkilediği açıklanmaktadır. Örgüt düzeyinde yaratıcılık, inovasyon ile ilişkilendirilerek, örgüt içerisindeki inovasyon faaliyetlerinin yaratıcılık üzerindeki etkisine ilişkin bilgi verilmektedir.

Yaratıcılık kavramına ilişkin literatür taramasının ardından, mutluluk ve iş yeri mutluluğu kavramı ele alınmaktadır. Genel anlamda mutluluğa dair felsefi yaklaşımları oluşturan hedonic, eudaimonic, faydacı ve akılcı mutluluk anlayışlarına yer verilmektedir. Mutluluğun bileşenlerini oluşturan demografik faktörlerin mutluluğu ne düzeyde etkilediğine ilişkin literatürdeki araştırmalardan bahsedilmektedir. İş yeri mutluluğuna ilişkin alt kavramları oluşturan iş tatmini, örgütsel bağlılık, işe katılım, adanmışlık, zindelik, içsel motivasyon ve duygulanım kavramları açıklanmakta ve bu kavramların iş yeri mutluluğu üzerindeki etkisine değinilmektedir.

Son kısımda ise, ulusal ve uluslararası literatürde yer alan öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk ile ilgili yapılmış araştırmalar ve geliştirilmiş ölçekler hakkında bilgi verilmektedir.

1.1. ÖZ GÜVEN KAVRAMI VE İLGİLİ AÇIKLAMALAR

1.1.1. Birey Düzeyinde Öz Güven

1.1.1.1.Öz (Benlik) Kavramı

Psikoloji alanında “benlik”, bir kavram olarak ilk defa William James (1890) tarafından ele alınmıştır. James’e (1890) göre benlik; bir insanın özüdür, onun sadece bedeninin ve psişik (ruhani) güçlerinin değil; evinin, ailesinin, arkadaşlarının, atalarının ve kendisi ile bağdaştırabildiği her şeyin toplamıdır. Bunların bireyde bıraktığı itibar, onun benliğini oluşturmaktadır (James, 1890: 183).

Benliğin bileşenleri; “maddi benlik”, “sosyal benlik”, “spiritüel (ruhsal) benlik” ve “saf ego” olmak üzere dörde ayrılmaktadır. Maddi benlik; bireyin ruhu, bedeni, ailesi, işi gibi öğelerden oluşmaktadır. Sosyal benlik; bireyin çevresinden aldığı geri bildirimlerle algılamış olduğu benliktir. Spiritüel (ruhsal) benlik; bireyin içsel veya öznel varlığını ve onun psişik (ruhani) eğilimlerini ele almaktadır. Bu psişik (ruhani) eğilimler; en içten gelen ve olduğu gibi görünen, benliğin en kalıcı ve samimi kısmıdır. Ahlaki duyarlılığımızın ve vicdanımızın bir yansımasıdır. Saf ego ise; birey bu üç benlikten kendisini arındırdığında ortaya çıkmaktadır (James, 1890: 184-185).

Benlik; birey olmanın içeriğini oluşturan, bireyin tutumlarını veya değer yargılarını içeren ve bireyin dünyayı anlamlandırmasını, hedeflerine dikkat çekmesini ve temel değer duygularını korumasını sağlayan bilişsel yapılardır (Oyserman ve diğerleri, 2012: 72). Dolayısıyla, düşünme eylemini gerçekleştirebilecek bir bilince sahip olan her birey, aynı zamanda bir benliğe de sahiptir. Birey, kendisine ait bilince ulaşmadan çok önce, ebeveynlerinden bilgi almakta ve deneyim kazanmaktadır. Buna göre benlik kavramı, doğuştan gelen eğilimlerin ve çevreden edinilen deneyimlerin bir sonucudur (Popper ve Eccles, 1985: 109-111).

Benlik, sosyal etkileşim ile gelişen ve insanın sosyal karakterine dayanan, yansımali bir olgu ve düşünömselliğe (reflexivity) dayanan bir süreçtir. Öte yandan benlik imgesi, bu düşünömsellik sürecinin bir ürünüdür. Bireyin kendisi hakkında sahip olduğu fiziksel, sosyal, manevi ve ahlaki değerleri tanımlayan bir kavramdır (Gecas, 1982: 3). Benlik imgesi aynı zamanda, sosyal davranışları bireysel tatmini sağlamak yoluyla şekillendirmeye de hizmet etmektedir. Çünkü bu davranışlar,

benliğin kısmen kurucuları olan motivasyonel ve davranışsal etkilere sahiptir (Jopling, 2000: 45). Bireylerin kendilerine karşı tutumlarını anlamalarına ve bu tutumların genel bakış açılarını nasıl etkileyebileceğine katkıda bulunmaktadır (Bandura, 1997: 11).

1.1.1.2. Öz Yeterlik Kavramı

Öz (benlik), öz-saygı (benlik saygısı) ve öz-yeterlik kavramları; birbirlerinin yerine kullanılmakla birlikte, aslında tamamen farklı şeylere atıfta bulunmaktadır. Öz yeterlik; bireyin bir eylemin yönetilmesi veya organize edilmesine ilişkin kişisel yetkinlik ve yeteneklerine olan inancıdır (Bandura, 1997: 3). Dolayısıyla, algılanan öz-yeterlik, kişisel yeterlik yargıları ile ilgilenirken; öz-saygı, bireyin kişisel değer yargıları ile ilgilidir (Bandura, 1997: 11). Öz-yeterlik, belirlenen performans seviyelerine ulaşmak için bir eylem planını organize etme ve yürütme becerisine ilişkin bağlamla ilgili bir yargıdır; benlik ise diğer öz tepkileri içeren daha genel bir öz değerlendirmedir. Benlik, belirli bir görevi yerine getirmeye odaklanmak yerine, her türlü öz-biliş ve öz-değerlendirme duygularını birleştirmektedir (Zimmerman, 1995: 218).

Bandura (1997) öz-yeterlik inançlarının dört temel kaynaktan oluştuğunu savunmaktadır. Bunlar; “uzmanlık deneyimleri” (mastery experiences), “aktarılan deneyimler” (vicarious experiences), “sözlü ikna” (verbal persuasion) ve “fizyolojik/duygusal durum”dur (physiological or affective state) (Bandura, 1997: 79). Uzmanlık deneyimi; bireyin ilgi alanlarından biriyle aynı veya benzer durumlarda yaşadığı deneyimleri ifade etmektedir. Bu deneyimler, öz-yeterlik inançlarının en güçlü kaynağını oluşturmaktadır. Aktarılan deneyimler; bir birey ile gözlemlenen rol modeli arasında yapılan sosyal karşılaştırmalara işaret etmektedir. Rol modelleri, başarı kavramını sorgulamada ve ayrıca başarı için gerekli görülen yetenekleri geliştirmede yardımcı olmaktadır. Sözlü ikna; bir gözlemciden gelen yorumlarla birlikte öz-yeterlik inançlarını etkileyebilmektedir. İkna, bireyin ilgi alanındaki geri bildirimi sağlamak yolunda büyük bir etkiye sahiptir. Son olarak bireyin içinde bulunduğu fizyolojik veya duygusal durumda; bireyin öz-yeterlik inançlarını etkileyebilmektedir. Yüksek düzeyde fizyolojik veya duygusal uyarılma seviyeleri performansı zayıflatılabilmekle birlikte, orta düzeyde uyarılma seviyeleri ile bireyin performansı artırılabilir (Hodges ve diğerleri, 2008: 141).

Öz-yeterliği gelişmiş olan bireyler, problemleri tehdit olarak algılamak yerine meydan okuma olarak yorumlama eğilimindedirler. Öz-yeterliğin yüksek olması, bireylerin stresli ortamlarda bile güven içinde olmalarını, fizyolojik uyarılmayla motive olmalarını ve dışsal etmenlerden kaynaklanan olumsuz olayların neden olduğu durumları bile olumlu olarak yargılayabilmelerini sağlamaktadır (Jerusalem ve Mittag, 1995: 178).

1.1.1.3. Öz Saygı Kavramı

Öz-saygı (benlik saygısı); bireyin kendisini genel olarak olumlu değerlendirmesiyle ilgilidir (Gecas, 1982: 5). Bireylerin, kendileriyle ilgili olarak yaptıkları öz değerlendirmelerden ve tanımlamalardan oluşmaktadır. Bu anlamda öz-saygı; insanların kendilerini birey olarak nasıl yansıttıklarına ilişkin kişisel değerlendirmeleridir (Pierce ve Gardner, 2004: 592).

Öz-saygı; “kendini sevmek”, “kendini görme biçimi” ve “kendine güven” olmak üzere üç unsurdan meydana gelmektedir. Kendini sevmek, ilk ve en önemli unsuru oluşturmaktadır. Bireyin kendisine saygı duyması, onun kendisine değer vermesini gerektirmekle birlikte, bireyin kendisini sevmesinin hiçbir ön koşulu bulunmamaktadır. Çünkü birey, kendisini kusurlarına rağmen sevmekte olup, sevgi ve saygıya layık olduğunu düşünmektedir. Kendini görme biçimi, yani bireyin sahip olduğu nitelikleri ile ilgili yapmış olduğu öznel değerlendirme, kendine saygının ikinci önemli unsurunu oluşturmaktadır. Bu noktada önemli olan, bireyin öz değerlendirmesi sonucunda kendisiyle ilgili çıkarımda bulunduğu olumlu ya da olumsuz niteliklerin gerçeklik payından ziyade, bunların kendisinde bulunduğuna inanmasıdır (André ve Lelord, 2016: 16-17). Kendine güven (öz-güven) ise, üçüncü önemli unsuru oluşturmaktadır. Bu kavram öz-saygı ile karıştırılmakla birlikte, özünde eylemlerimizle ilgilidir. Bireyin kendine güvenmesi, önemli durumlarda uygun davranacağını düşünmesidir (André ve Lelord, 2016: 21).

Şekil 1: Kendine Saygının Temel Unsurları

Kendine Saygının Temel Unsurları	Kendini Sevmeye	Kendini Görme Biçimi	Kendine Güven
Kökenler	Çocuğun aldığı “duygusal besinler”in nitelik ve tutarlılığı	Anne babanın çocukla ilgili beklentileri, tasarıları, hayalleri	Eylem kurallarının öğrenilmesi (cesaret etmek, başarısızlıkları kabul etmek)
Yararlar	Duygusal yaşamda istikrarlılık, başkalarıyla olumlu ilişkiler, eleştirilere karşı direnme	Gerçekleştirmek istenen arzular, engellere karşı direnme	Günlük yaşamda çabuk ve pratik olma, başarısızlıklara karşı direnme
Eksiklik Durumunda Ortaya Çıkan Sonuçlar	Başkalarının yeteneklerini değerlendirebileceği konusunda kuşku duyma, yetenekli olduğuna inanmama, başarı durumunda bile kendisi hakkında vasat bir imaja sahip olma	Yaşamsal tercihler konusunda cesaretli olamama, tutuculuk, başkalarının fikirlerine bağımlılık, kişisel tercihlerinde direnç gösterememe	Engellemeler, duraksamalar, vazgeçmeler, sebatlı olamama

Kaynak: André ve Lelord, 2016: 23.

Öz-saygı; “yetkinlik bazlı” ve “değer bazlı” olmak üzere iki boyuttan oluşmaktadır. Yetkinlik boyutu, bireylerin kendilerini yetenekli ve etkili olarak görme derecesini ifade etmektedir. Değer boyutu ise, bireylerin kendilerini değerli hissetme derecelerini ifade etmektedir (Gecas, 1982: 5). Maslow (1954), ihtiyaçlar hiyerarşisinde; bireylerin öz-saygı konusunda tatmin sağladığında, bu durumun öz-güven, güç, yetenek ve yeterlik duygularına yol açtığını savunmaktadır (Maslow, 1954: 45). Bireyin yeteneklerine olan güveni, motivasyonunu artırmakta, bu da bireyin kusurlu iradesini kabulüyle birlikte kendisini değerli bir varlık olarak hissetmesine neden olmaktadır (Benabou ve Tirole, 2002: 871).

Öz-saygı; değişken kişiliğimizin bir boyutu olarak ya çok güçlüdür ya da güçlü değildir. Dolayısıyla düzenli olarak beslenmesi gerekmektedir. Öz-saygı için gerekli olan iki önemli ihtiyaç; sevildiğimizi ve güçlü olduğumuzu hissetmektir. Bu alanlarda doyum sağlayan birey, öz-saygı düzeyini koruyabilmektedir (André ve Lelord, 2016: 28).

1.1.1.4. Öz Güven Kavramı

Öz-güven; bireyin (çevresel zorluklara karşın) herhangi bir duruma uygun ve etkili eylem yapabilme yeteneğidir. Dolayısıyla, üç unsurun birleşimiyle oluşmaktadır. Bunlar; “kendine güvenirlilik”, “başkalarının kabiliyetine olan inanç” ve “bilginin sınırlı tutulmasıdır”. Kendine güvenirlilik; bireyin belirli bir standartta performans gösterme yeteneğine olan güveniyle ilgilidir. Başkalarının kabiliyetine olan inanç; bireyin başkalarının güvenilir veya yetkin bir şekilde nasıl davranmasını beklediğine odaklanmaktadır. Bilgiyi sınırlı tutmak; bireyin güven duygusunu sürdürmekten duyduğu endişeyle alakalı olup, çevresiyle paylaştığı bilgilerde sınırlamaya gitmesidir. Öz-güvenin bireye kazandırdığı yetkinlikler; öz farkındalığın yüksek olması, duygusal açıdan istikrarlılık, gerekli motivasyona ve olumlu bir zihin setine sahip olmak, esnek davranış kabiliyeti, gelişmeye açıklık ve isteklilik, risk almaya açıklık ve bir amaç duygusuna sahip olmaktır (Burton ve Platts, 2006: 10-13).

Öz-güven, psikolojik ve duygusal bir gerekliliktir. İnsanları diğer canlı varlıklardan ayıran en temel özellik, kendisinin yani benliğinin farkında olmasını sağlayan bir bilince sahip olmasıdır. Birey bir kimlik oluşturmakta ve bu kimliğe bir değer kazandırmaktadır. Bu bağlamda, kim olduğunu tanımlama yoluyla oluşturduğu bu kimliği ne derece sevdiği ve kabullendiği konusunda karar verme gücüne sahiptir. Öz-güven, bireyin bu yargı gücü ile ilgili bir kavramdır. Birey; renk, ses, şekil vb. duyuları sevmeyebilir, fakat kendine ait parçaları sevmiyor ve reddediyorsa ruhsal yapısı zarar görmektedir (McKay ve Fanning, 2018: 1).

Öz-güvenin temelini öz-inançlar oluşturmaktadır. Öz inançlar; bireyin içinde bulunduğu dünyada ne derece değerli olduğu konusunda çıkarımlarda bulunduğu kendi öz gerçeklerinin toplamıdır. Bu öz gerçekler; ne ölçüde değerli, güçlü, güvenli, beceri sahibi, kendine yeten ve sevilen biri olduğunu belirlemektedir. Bireyin ait olma duygusunu oluşturmakta ve başkalarının bireye karşı davranışlarının da temelini oluşturmaktadır. Bireyin neyi yapabileceği veya yapamayacağı (kişisel kurallar) ve bireyin çevresindeki olayları iç dünyasında nasıl yorumlayacağı (içe dönük konuşma) birey tarafından belirlensede, çevre faktörü de bunu dolaylı olarak etkilemekte yani yargılar oluşturmaktadır. Öz inançları değiştirmek, çaba ve zaman gerektirmektedir. Ancak bunu başaran bireyin kendisine ve çevresine bakışı temelden değişmektedir (McKay ve Fanning, 2018: 297-298).

Öz-güven bu anlamda, bireyin bir sonuca ulaşmak için belirli bir eylemi gerçekleştirme kabiliyetine olan inancıdır. Öz-saygıdan ayrı olarak, bireyin kişisel değerine (self-worth) ilişkin sahip olduğu duygu temelli genel bir değerlendirmedir. Değer, bireyin kendi kendine yönettiği ve şekillendirdiği bir kavramdır, fakat yargılar çoğu zaman dış etmenler (çevre) tarafından yönlendirilmektedir. Öz-güvenin bu değer yönü öz-saygı ile ilişkilidir, ancak spesifik bir görev ile ilgili deneyimlerin sonucunda o göreve ilişkin yargılar bağımsız olarak geliştirilmektedir. Yani bireyler, bir görevle ilgili karar almayı üstlendiklerinde ve katılım sağladıklarında, yetenekleri hakkında özel geri bildirimler kazanmakta ve böylece öz-güven olarak tanımlayabileceğimiz bu inançlar ile o göreve ilişkin yeteneklerini geliştirebilmektedirler (Greenacre ve diğerleri, 2014: 170). Dolayısıyla bu araştırmanın ilerleyen aşamalarında, öz-güvenin sosyal yönü ele alınacak ve öz-saygı ile ilişkilendirilecektir.

1.1.1.5. Yaratıcı Öz Güven Kavramı

Yaratıcı öz-güven, son yıllarda David ve Tom Kelly tarafından ortaya atılan yeni bir kavramdır. Kelly ve Kelly'e (2013) göre yaratıcı öz-güven; dünyayı yeni yaklaşımlar ve çözümler üretecek şekilde yaşamının bir yoludur (Kelly ve Kelly, 2016: 20). Kavram, Bandura'nın öz-yeterlik ilkesinden esinlenerek ortaya çıkmıştır. Öz-yeterlik ilkesine göre inanç sistemlerimiz; eylemlerimizi, hedeflerimizi ve algılarımızı etkilemektedir. Değişimi etkileyebileceklerine inanan insanların giriştikleri işte başarılı olmaları daha muhtemeldir. Öz-yeterliği yüksek olan insanlar; kendilerine daha büyük hedefler belirlemekte, daha uzun süre azmetmekte ve başarısızlık karşısında daha çok direnç göstermektedirler. Yaratıcı öz-güven, öz-yeterliğin bulgularından hareketle yola çıkmıştır. Dolayısıyla, yaratıcı öz-güvene sahip insanların öz-yeterliği de yüksektir. Çevrelerindeki dünya üzerinde daha büyük bir etki yaratmaktadırlar. Belirsizlikler karşısında sıkıntı yaşamadan eyleme geçebilmektedirler. Statükoyu ya da başkalarının kendileri hakkında söylediklerini kabullenmek yerine, akıllarından geçen düşünceleri özgürce ifade etmekte ve mevcut iş yapma yollarını sorgulamaktadırlar (Kelly ve Kelly, 2016: 23).

Yaratıcı öz-güven anlayışına göre; bireylerin yaratıcı kabiliyetleriyle ilgili öz-güven kazanmalarının yolu, adım adım eylemden geçmektedir. Bu eylemlerden bazıları şu şekilde özetlenmektedir (Kelly ve Kelly, 2016: 271-274):

Büyük Kolayı Aramak: Bireyin kendisine ürkütücü ve zorlu görevler edinmesi, yaratıcı eylemi teşvik etmek yerine engellemektedir. Dolayısıyla, kolay bir galibiyetle başlanarak veya büyük bir görevi yönetilebilir parçalara bölerek hedefe ulaşmaya çalışılmalıdır.

Deneyimler Edinmek: Bireyin daha önce görmediği bir yere seyahat etmesi, okumadığı bir kitabı okuması, diğer şirketlerdeki meslektaşlarıyla bağlantı kurması gibi daha önce deneyimlemeye hiç cesaret edemediği adımlar atmasıdır.

Çevrede Destekleyici Bir Ağ Oluşturmak: Kültür ve ortam, yaratıcı öz-güvenin üzerinde büyük bir etki yaratmaktadır. Bu nedenle bireyin kendisiyle uyuşacağına inandığı gruplara üye olması önem taşımaktadır.

Açık İnovasyon Topluluklarını Keşfetmek: Açık inovasyon grupları, bireyin yaratıcılığının parlayacağı alanları keşfetmesine yarayan özgün fikirlerinin desteklendiği gruplardır. Bireyin bu gruplara katılımı yeni fikirlere açık olmasına katkı sağlarken kendi yaratıcı fikirlerini paylaşmasına da olanak tanımaktadır.

Yaşam Boyu Öğrenme: Bireyin yaşamı boyunca daha çok okuması, öğrenmesi, gezmesi ve bu alanlarda sınır tanınamasıdır.

Yaşamı Tasarlamak: Bireyin yaşamını bir gelecek projesi gibi ele alarak, kendisiyle ilgili saha araştırmaları yaparak, günlük rutininde karşılanmamış ihtiyaçlarını araştırmasıdır. Davranışlarında hangi değişikliklerin elverişli, uygulanabilir ve arzu edilebilir olduğuna dair fikirler üreterek bunları hayata geçirmesidir.

Kelly ve Kelly'e göre, her birey özünde yaratıcı bir potansiyel taşımaktadır. Bu yaratıcılık, öz-güven ile birleştiğinde yaratıcı fikirler eyleme geçebilmektedir. Yaratıcı öz-güven, bu potansiyeli endişe ve şüphe ile gölgelemeden, daha açık bir şekilde göstermenin yoludur (Kelly ve Kelly, 2016: 24).

1.1.2. Öz Güven Kavramına İlişkin Yaklaşımlar

1.1.2.1. James'e göre Öz Güven

James (1890), bireyin sahip olduğu nesnel nitelikleri ile öznel hoşnutluk düzeyi arasında doğru orantı olduğunu savunmuş ve bireyin benlik saygısını ölçen bir denklem geliştirmiştir.

Şekil 2: Benlik Saygısının Denklemi

$$\text{Benlik saygısı} = \frac{\text{başarı}}{\text{iddia}}$$

Kaynak: André ve Lelord, 2016: 190.

Denkleme göre, birey ne kadar çok başarı elde ederse, kendine saygısı o kadar artmaktadır. Dolayısıyla, kendine saygısı artan bireyin özgüveni de artacaktır. Ancak başarı için konulan hedeflerin ulaşılabilirliği burada önem taşımaktadır. Kendisine ulaşamayacağı hedefler koyan bireyin öz-saygısında azalma yaşanabilmekte ve bu durum öz-güveninin düşmesine neden olabilmektedir. Mutluluk, bireysel bir bakış açısı sorunudur ve her zaman öz-saygıya bağlıdır. Bireyin kendisine saygısı arttıkça, hayatıyla ilgili hoşnutluk düzeyi de yükselecektir (André ve Lelord, 2016: 190-191).

1.1.2.2. Cooley’e göre Öz Güven

Cooley (1902), sosyal benlik kavramını kullanarak bireyin içinde bulunduğu çevreden ayrılmasının mümkün olmadığını savunmuştur. Çevrenin birey üzerindeki etkilerinin yansıması olarak ortaya çıkan benliği ise, “ayna benlik” olarak tanımlamıştır. Buna göre ayna benlik; bireyin başkaları tarafından nasıl algılandığına dair edinmiş olduğu görüşü ifade etmekte olup, bu algının bireyde nasıl bir tepki yarattığını ve benliğe dair sahip olunan duyguları içermektedir (Merey, 2010: 7). Dolayısıyla, çevreden olumlu tutum ve yargılar alan bireyler daha yüksek bir öz-güvene sahiptir.

1.1.2.3. Mead’e göre Öz Güven

Mead’e (1972) göre benliğin ortaya çıktığı süreç, bireylerin grup içerisindeki etkileşimini ifade eden bir sosyal süreçtir (Mead, 1972: 164). Mead, James’in benliğin bireyin kendisine yönelik bilişsel değerlendirmeleri sonucu oluştuğu görüşlerine katılmakla birlikte, Cooley gibi toplumsal bir yönü olduğunu da savunmuştur. James’e göre birey, sahip olduğu benliğinin özünü yansıttıcı duygusal deneyimler, yani “kendini hissetme” ile ilgili edindiği deneyimler içerisinde bulmaya çabalamaktadır,

fakat bu teori, benliğin özünü ve gerçek benlik hissini ele almamaktadır. Bireyin kendisi ile ilgili edindiği deneyimler içerisinde başkalarının tutumlarına karşı koyması gerekmemektedir, çünkü bu deneyimler kişiseldir ve bireyin kendisini geliştirmesine bir katkı sağlamamaktadır. Dolayısıyla, benliğin özü hem bilişsel hem de toplumsaldır (Mead, 1972: 173).

Her birey toplumsal bir yapının parçasını oluşturmaktadır. Bireyin benliğine olan saygısı, toplum içindeki diğer bireylerin tavır ve tutumlarına göre artmakta veya azalmaktadır. Bireyler, toplumdaki diğer bireylerden farklı olma çabası içerisinde olup; bunu eğitim, ekonomik durum, sosyal statü gibi alanlarda farklılıklar yaratarak sağlamaya çalışmaktadır. Her birey, diğer bireylerin tavır ve tutumlarına yönelik olarak bir benlik bilinci oluşturmaktadır ve bireyin öz-güveni başkalarının birey hakkındaki değerlendirmeleri ile şekillenmektedir (Mead, 1972: 204-205).

1.1.2.4. Freud’a göre Öz Güven

Freud, benlik kavramına psikanalitik ekolde ego kavramıyla yaklaşmış ve yapısal bir kişilik modeli geliştirmiştir. Modele göre her bireyin kişiliği; id (alt-benlik), ego (benlik) ve süper ego (üst-benlik) kavramlarının birleşiminden oluşmaktadır.

Freud, bireylerin hayata tek bir kişilik yapısıyla yani alt-benlik (id) ile başladığını savunmaktadır. Alt-benlik; bireyin bencil kısmını oluşturmakta olup, sadece bireysel istekleri tatmin etmeye odaklanmaktadır. Alt-benlik, haz alma ilkesi doğrultusunda hareket etmekte ve herhangi bir toplumsal sınırlamayı dikkate almaksızın, sadece bireysel tatmini sağlayacak durumlarla ilgilenmektedir. Bu tepkisel hareket, birey yetişkin olduğunda da kaybolmamaktadır. Ancak psikolojik olarak sağlıklı bir yetişkinin kişiliğinde alt-benlik, diğer bölümler tarafından denetim altında tutulmaktadır. Benlik (ego) ise; gerçeklik ilkesine göre hareket etmektedir. Bu doğrultuda benliğin öncelikli görevi, alt-benliğin dürtülerini tatmin etmeden önce, bireyin mevcut durumunun gerçeklerini de dikkate alarak bazı dürtüleri bilinçaltında tutmaktır. Benliğin, alt-benlikten farkı; insan beyninin bilinç, bilinç öncesi ve bilinçaltı kesimlerinde özgürce hareket edebilme yeteneğine sahip olmasıdır. Üst-benlik ise; toplumun, özellikle de bireyin ebeveynlerinin kendisi hakkındaki değer yargılarını ve standartlarını temsil etmektedir. Birey bu sınırlamalara dayanarak, neyi yapabileceği ve yapamayacağı konusunda kendisine sınırlamalar getirmektedir. Aynı zamanda,

bireyin yapmayı planladığı herhangi bir eylem sonucunda, ahlaklı ve övgüye değer olup olmadığına karar vermek için kullandığı ideal davranış ölçütlerini de belirlemektedir. Birey sahip olduğu alt-benlik ve üst-benliğinin, kişiliği üzerinde kontrol sahibi olmasına izin vermediği takdirde, güçlü bir benliğe sahip olduğu söylenebilmektedir (Burger, 2006: 78-80).

Bireyin sahip olduğu benlik (ego), pşisik (ruhani) çatışmaları çözmek için çeşitli stratejiler kullanmaktadır. Bu stratejiler, savunma mekanizmalarını oluşturmaktadır. Savunma mekanizmaları benliğin, üst-benlik (süper ego) ile çatıştığı veya gerçek dünya için tehlikeli bulunduğu durumlarda ortaya çıkmaktadır (Cloninger, 2004: 45). Bunlar; “tepki oluşturma”, “yansıtma”, “yer değiştirme”, “bastırma”, “yüceltme”, “inkar” ve “akla bürümedir”. Fenichel (1945), savunma mekanizmalarının aslında bireyin benlik saygısını korumak için tasarlandığını savunmuştur (Baumeister ve diğerleri, 1998: 1082).

Tepki oluşturma; toplumsal olarak kabul edilemez bir dürtünün birey tarafından karışıtına dönüştürülmesini içermektedir (Baumeister ve diğerleri, 1998: 1085). Bireyin karışıt tepki oluşturmaktaki amacı, bilinçaltında bulunan tehditkar bir düşünceden kaçınmaktır. Birey bu nedenle bilinçaltı arzularının tam tersi bir şekilde davranmaktadır (Burger, 2006: 84). Birey burada, benlik saygısı tehdidine karışın savunma içgüdüsü ile abartılmış bir tepki göstermektedir. Baumeister (1982) bireyin benlik saygısı ne kadar artarsa, tepki oluşturmalarının da o derece arttığını kanıtlamıştır (Baumeister ve diğerleri, 1998: 1089). Yansıtma; bireyin kendince kabul edemediği dürtülerini başkasına aitmiş gibi yansıtmasıdır (Cloninger, 2004: 46). Yansıtma, benlik algısının kişisel algı üzerindeki bir etkisi olup, öz-saygıyla ilişkilidir (Baumeister ve diğerleri, 1998: 1090). Yer değiştirme; yansıtmadan daha ilkeldir çünkü dürtü doğrudan bireye yönelik olsa da nesne çarpıktır (Baumeister ve diğerleri, 1998: 1093). Freud’a göre, mantığa aykırı olan korkularımızın yani fobilerimizin birçoğu simgesel yer değiştirmelerden oluşmaktadır (Burger, 2006: 83). Bastırma; benliğin, tehditkar düşünceleri bilinç dışında tutma ve bu düşüncelerin bilince ulaşmasına izin vermeme çabasıdır (Burger, 2006: 82). İnkâr; bireyin gerçekliğin kendisine acı veren veya kaygı yaratan bir yönünü kabul etmediği ilkel bir savunma mekanizmasıdır (Cloninger, 2004: 45). Akla bürüme; benliğin tehditkar bir düşünce ile başa çıkmak için, bu düşünceyi bilince ulaşmadan önce duygusal içerikten arındırmasıdır. Bireyin bir

durumu, objektif yönüyle ve duygudan arındırılmış bir biçimde ele alarak, kabul edilmesi güç duyguları, kendisinde kaygı yaratmaksızın bilinç düzeyine çıkarabilmeyi sağlamaktadır (Burger, 2006: 84).

Hjelle'e (1976) göre, Freud'un öz-güven yaklaşımında kişinin kendini değerlendirmesi, yaşamı boyunca deneyimlediği başarı ve başarısızlık olgularının sayısına bağlıdır. İdeal benlik, bireyin çocukluk çağında ebeveynleri tarafından onaylanan ve takdir edilen davranışları sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu davranışlar bireyin öz-güveninin artmasını ve kendisiyle ilgili olumlu yargılar geliştirmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda, ebeveynlerin çocuklarının davranışını onaylama eyleminin sıklığı arttıkça, ideal benliğin çocuğun öz-güveni üzerindeki etkisi de olumlu yönde artmaktadır (Merey, 2010: 9).

1.1.2.5. Adler'e göre Öz Güven

Adler, her bireyin hayata "aşağılık hissi" ile başladığını öne sürmektedir. Bebeklerin dünyaya geldikleri ilk andan itibaren güçsüzlük ve çaresizlik duygularıyla tanışması ve kendisinden daha güçlü yetişkinlere ihtiyaç duyması, bu hissin ilk örneğini oluşturmaktadır. Adler'e göre bu his, hayatımız boyunca aşağılık duygularımız ile başa çıkmak için göstereceğimiz çabanın başlangıç noktasıdır. Kendisi bu çabayı, "üstünlük kurma" olarak adlandırmaktadır. Üstünlük kurma çabası; bireylerin hayatının her alanında önüne çıkan engeller üzerinde üstünlük kurarak aşağılık duygularından kurtulmasını ifade etmektedir. Dolayısıyla, deneyimlediği başarılar ve başarısızlıklar, bireyin öz-güvenine olumlu veya olumsuz olarak katkıda bulunmaktadır (Burger, 2006: 151).

Adler, ebeveynlerin çocuk üzerindeki rolünün de benlik oluşturmada büyük önem taşıdığını savunmuştur. Çocukları, "şımartılmış" ve "ihmal edilmiş çocuklar" olmak üzere iki şekilde ele almıştır. Şımartılmış çocuklar; çocuğun bağımsızlığını elinden almakla birlikte, bazı kişilik sorunlarının da temelini oluşturmaktadır. Şımartılan çocuklar büyüdüklerinde, aile içinde yaşadıkları dünya ile gerçek dünya arasındaki eşitsizliği fark etmekte ve buna uyum sağlamada güçlük çekmektedir. İhmal edilen çocuklar ise; şüpheli olup, başkalarının onları desteklemeyeceğini düşünmektedir. Gerçek dünyadaki görevler onlar için inanılmaz derecede güçtür (Cloninger, 2004: 113).

Adler'e göre, doğum sırası da kişiliğin oluşmasında ayrı bir öneme sahiptir. İlk doğan çocuklar, ebeveynlerin tüm dikkatini alarak hayata başlamakta ve genellikle şımartılmaktadırlar. İkinci çocuğun aileye katılmasıyla, birinci çocuk üzerindeki sevgi ve ilgi paylaşılmak zorunda kalmaktadır. Adler bu durumu "tahttan indirilme" olarak adlandırmıştır. Tahttan indirilen çocuklardaki aşağılık duygusu da güçlenmektedir. Dolayısıyla, sorunlu çocukların genellikle ilk çocuklar olduğunu öne sürmüştür (Cloninger, 2004: 114). Adler ortanca kardeşlerle ilgili nispeten daha olumlu bir değerlendirmede bulunmuştur. Ortanca çocuklar, ailenin en küçük çocuğu oldukları zamanlarda bile, etrafta ebeveynlerinin ilgilenmesi gereken başka kardeşleri daha bulunması sebebiyle asla şımartılma lüksüne sahip olmamışlardır. Ortanca kardeşler çocukluk çağında, ağabeyi veya ablası kadar güçlü, hızlı veya akıllı değildir. Sürekli bir adım geride oldukları duygusu, yetişkinlikte de peşlerini bırakmamakla birlikte, iş hayatında daha başarılı olmaktadır. Bu durum ortanca kardeşlerin ilk çocuklardan daha güçlü bir üstünlük çabasında bulunduğunu göstermektedir. Küçük kardeşler ise, ailenin tüm üyeleri tarafından şımartılmalarından dolayı aşağılık ve bağımlılık duygusu en gelişmiş grubu oluşturmaktadır (Burger, 2006: 154-155).

1.1.2.6. Sullivan'a göre Öz Güven

Sullivan'a (1955) göre kişilik; insan yaşamını karakterize eden ve tekrarlayan kişiler arası durumların nispeten kalıcı bir şeklidir. Bir ihtiyacın karşılanması faaliyetinin gerçekleşebilmesi için, kişiler arası durum kavramı önem taşımaktadır. Bu noktada, annenin rolü çok büyüktür. Bireyin bebekken anneyi "iyi" olarak kişiselleştirmesi, ilerleyen yaşamında ihtiyaçlarında doyuma ulaşmasını ve daha sağlıklı ilişkiler kurmasını sağlamaktadır (Sullivan, 1955: 110-111).

Sullivan'a göre bireyleri anlamamanın en iyi yolu, onların diğer bireylerle olan sosyal ilişkilerinde nasıl davrandıklarını gözlemlemektir. Dolayısıyla benlik, sadece kişiler arası ilişkilerde anlam kazanmaktadır. Toplumsal ilişkilerdeki zayıflık, güvensizlik duygusuna ve kaygıya neden olabilmektedir. Bazı bireylerde bu duygu, hayata geldikleri ilk aylarda bile başlayabilmektedir. Annelerin bebekleriyle iletişim kurarken gerginlik yaşaması, bu kaygıyı çocuklarına da yansıtmaktadır. Başlangıçta çocukların, bu duygularla başa çıkmak için kullandığı bir yöntem olmasada, zamanla kaygılarını azaltacak teknikleri öğrenmeye başlamaktadırlar. Bu tekniklerden biri,

“seçici dikkatsizliktir”. Seçici dikkatsizlik stratejisine başvuran bireyler, bir süre sonra sahip olduğu kimliğe ilişkin yanlış bir anlayış geliştirerek, kimlik karmaşası yaşamaktadırlar. Bu süreç, kişileştirmeler (yani kendimiz ve diğer insanlar için oluşturduğumuz zihinsel imgeler) açısından önem taşımaktadır (Burger, 2006: 177).

Bireylerin kendileri ile ilgili imgeleri üç başlıkta ele alınmaktadır. Bunlardan ilki olan “iyi-ben” kişileştirmesi; bireylere kendilerini iyi hissettiren, geçmişte onaylanmış olan davranışlarından oluşmaktadır. Bu davranışlar, bireylerde güvende olma ve kaygıdan uzaklaşma duygusu uyandırmaktadır. İkinci olarak “kötü-ben” kişileştirmesi; bireylere kendilerini kötü hissettiren, geçmişte onaylanmayan davranışlarından oluşmaktadır. Bu davranışlar, bireylerde güvensizlik ve kaygı duygusu uyandırmaktadır. “İyi-ben” ve “kötü-ben” kişileştirmeleri, bireyin bilinç düzeyinde yer almakla birlikte, üçüncü kişileştirme olan “ben-değil” ise bilinç düzeyinde yer almamaktadır. “Ben-değil” kişileştirmesi; bireylerin tehditkar bulduğu için benlik sisteminden ayırtırdığı ve bilinç altında sakladığı yönlerini yansıtmaktadır. Bireyler, “ben-değil” kişileştirmelerini sadece uyurken ya da şizofren olduklarında fark etmekte ve deneyimlemektedir (Burger, 2006: 179).

1.1.2.7. Horney’e göre Öz Güven

Horney, bebeklerin ve çocukların ebeveynlerine sadece fiziksel olarak değil, psikolojik olarak da bağımlı olduğunu savunmuştur. Çocuk, ebeveynlerinden sevgi ve ilgi gördüğünde kendine güven duygusu (öz-güven) gelişecek, tersi durumda ise savunmasız hissedecektir. Bu çaresizlik duygusu, çocukta kaygının temelini oluşturmaktadır. Horney’e göre kaygı bozukluğu, bir çocuğun potansiyel olarak dünyada yalnız ve çaresiz kaldığı hissini duyumsamasıdır. Ebeveynlerin ihmali veya reddi ise, çocuğu kızdırmaktadır, bu da çocuğun düşmanlık duygusunun temelini oluşturmaktadır. Ancak çocuk, cezalandırılmaya veya sevginin kaybına yol açacağı için düşmanlığını ifade edememektedir. Böylece bu bastırılmış düşmanlık, kaygısını artırmaktadır (Cloninger, 2004: 158).

Horney'e göre çocukların kaygı yaratan ortamlarda büyümesi, tehditkar bulunduğu kişilerle başa çıkmak için çeşitli stratejiler geliştirmesine neden olmaktadır. Olumlu açıdan ele alındığında, bu stratejiler bireyin kaygısını kısa vadede hafifletmektedir. Öte yandan bu bireyler, yakın çevresi dışındaki kişilerle etkileşim

kurarken de aynı stratejileri kullanmaya devam etmektedirler. Yetişkin bir birey olduklarında ise, çocukluk dönemlerindeki kaygıları onları rahat bırakmamaktadır. Böylelikle bireyler, sosyal ilişkilerin aslında bir kaygı kaynağı olduğunu öğrenmiştir. Kaygılarından kurtulmak için ise nevrotik etkileşim tarzları geliştirmektedirler. Horney, bireylerin geliştirdiği stratejileri; “insanlara doğru yönelmek”, “insanlara karşı hareket etmek” ve “insanlardan uzaklaşmak” olmak üzere üçe ayırmaktadır (Burger, 2006: 174).

İnsanlara Doğru Yönelmek: Bazı bireyler yaşamlarının erken dönemlerinde eksikliğini duyduğu sevgi ve koruma için başkalarına yönelmektedir. Bu bağımlılık nedeniyle, başkalarını kendilerine yabancılaştırmamak için yanlış hiçbir şey yapmamaya dikkat etmektedirler. Yaşam görüşleri, “beni seversen, bana zarar vermezsin.” şeklindedir (Cloninger, 2004: 159). Bu bireyler yetişkinliğe eriştiklerinde, aşkı buldukları an, her şeyin hallolacağını zannetmektedirler. Herhangi bir ilişkinin yalnız kalmaktan daha iyi olduğunu düşünerek, bağımlı kişilik davranışı geliştirmektedirler. İlişkilerinde, karşısındakini sevmek veya sevgiyi paylaşmak yerine sadece talep etmektedirler. Nevrotik tarzlarından dolayı, uzun süreli ilişkiler kurabilmeleri mümkün değildir (Burger, 2006: 175).

İnsanlara Karşı Hareket Etmek: Bu bireyler, erken yaşlardaki gereksinimlerinin eksikliğinden duydukları çatışmayı çözmek için güçlerini başkaları üzerinde vurgulama yoluna gitmektedirler. Yaşam görüşleri, “eğer güce sahipsem, kimse beni incitemez.” şeklindedir (Cloninger, 2004: 160-161). Bu bireyler yetişkinliğe eriştiklerinde, herkesin temelde kötü olduğunu ve başkalarından çıkar sağlamaya çalıştığını düşünmektedir. Bu algılamalarından dolayı, birisi onlara bir kötülük yapmadan, onlar kötülük yapmaya çalışmaktadırlar. Başkalarıyla, ancak bir kazanç elde edeceklerse ilişkiye girmelerinden dolayı, bu kişilerle yaşanan ilişkiler sık ve insanı tatmin etmeyen şekildedir (Burger, 2006: 175).

İnsanlardan Uzaklaşmak: Bu bireyler, başka insanlar olmadan, temel kaygı sorununu sevgi ya da güç yoluyla çözmekten kaçınmaktadırlar. Horney, bu kişileri “bağımsız kişilik” olarak tanımlamaktadır. Yaşam görüşleri, “Eğer uzak durursam, hiçbir şey beni incitemez.” şeklindedir (Cloninger, 2004: 161). Bu bireyler, yetişkinliğe eriştiklerinde, diğer kişilerle minimum düzeyde iletişime girecekleri işleri tercih etmekte ve başkalarıyla sevgi, ilgi ve arkadaşlıktan kaçınmaktadırlar. Duygusal

bağıllık, çocukluklarında yaşadıkları acıya benzer acılara neden olabileceği için, duygusal deneyimlere karşı bir duvar örmektedirler. Onlara göre, kaygıdan kurtulmanın en iyi yolu, insanlardan uzaklaşmaktır (Burger, 2006: 175).

1.1.2.8. Erikson’a göre Öz Güven

Erikson (1968), benliğin pek çok yapıcı işlevi olduğunu ve kişiliğin güçlü ve bağımsız bir bölümünü oluşturduğunu savunmuştur. Bu doğrultuda benliğin birinci görevi; bir kimlik oluşturmak ve bu kimliği korumaktır. Erikson’a göre kimlik; bireysellik ve biriciklik duyguları ile geçmiş ve gelecekteki bütünlük ve süreklilik duygusunu da içeren, karmaşık içsel bir durum olarak tanımlanmaktadır (Burger, 2006: 164). Erikson, bireylerin sadece biyolojik özellikleriyle değil, aynı zamanda içinde bulunduğu çevredeki kişiler arası ilişkilere göre de bir benlik oluşturmalarını “psiko-sosyal kuram” olarak adlandırmıştır (Cloninger, 2004: 129). Kurama göre, ego-kimlik (ego-identity); bireyin çocukluğundaki psiko-sosyal krizlerden elde ettiği öz-imgeleri sınamak, seçmek ve bütünleştirmek yoluyla sosyal gerçekliğe uygun bir kimlik oluşturmaktır (Erikson, 1968: 210). Sosyal gerçeklik ise, birbirini takip eden çocukluk krizleri sırasında çocuğa aktarılan çevredir (Erikson, 1968: 211).

Erikson’a göre; her bireyin kişilik gelişimi yaşam boyunca devam etmekte ve etkilendiği sekiz dönüm noktası bulunmaktadır.

Güvene karşı Güvensizlik: Bebekler yaşamlarının ilk yılında temel güven ve temel güvensizlik duygularını öğrenmektedirler. Temel güven, başkalarının güvenilir olduğu ve ihtiyaç duyulan şeyi bireye sağlamasının yanı sıra bireyin kendisine güven duymasıdır (Erikson, 1968: 96). Temel güvensizlik ise, kendileriyle ve başkalarıyla çelişen bireyleri karakterize ederek diğerlerine karşı yabancılaşma biçimidir (Erikson, 1968: 97). Dolayısıyla, bireylerin bebeklik çağında ihtiyaç duyduğu ilginin karşılanması veya karşılanmaması, kişilik gelişimlerinin dönüm noktasını oluşturmakta olup, öz-güven düzeylerini etkilemektedir (Burger, 2006: 165).

Özerkliğe karşı Şüphe ve Utanç: Bebekler yaşamlarının ikinci yılında özerklik duygusunu geliştirmektedirler. Bu aşamada, kişiler arası iletişim de devreye girmektedir. Özerklik duygusunun gelişiminde bebekler, ebeveynlerinin desteğine ihtiyaç duymaktadır. Destek göremeyen bebeklerde şüphe ve utanç duygusu oluşmaktadır (Cloninger, 2004: 134-135).

Girişkenliğe karşı Suçluluk: Bebekler 4-5 yaşına geldiklerinde, üçüncü psiko-sosyal kriz olan girişkenlik ve suçluluk duygularıyla karşılaşmaktadır. Kısmen ebeveynleriyle özdeşleşmeye dayalı olarak, ne tür bir birey olacağı konusunda seçim yapabilmektedirler (Cloninger, 2004: 135). Bebekler bu aşamada, yaşlılarıyla iletişim kurmaya başlamakta ve sosyal ilişkilere ilişkin ilk zorlukları deneyimlemektedirler. Dolayısıyla, yaşlılarıyla nasıl oynayacakları ve anlaşmazlıkları nasıl çözümleyecekleri konusunda ebeveynlerinden yardım almaya ihtiyaç duymaktadırlar. Ebeveynlerinden bu konuda destek alan ve sağlıklı sosyal ilişkiler kurmayı öğrenen bebeklerde girişkenlik duygusu gelişmektedir. Yetişkin bir birey olduklarında, kendilerine hedef belirleyerek, karşılarına çıkan zorluklar ile başa çıkmayı öğrenmekte, başarıma isteği ve amaç duygusunu oluşturmaktadırlar. Girişkenlik duygusunu geliştiremeyen bebeklerde ise, suçluluk ve geri çekilme duyguları oluşmaktadır. Yetişkin bir birey olduklarında, kendilerine hedef belirleyemedikleri gibi, zorluklarla başa çıkmakta sıkıntı yaşamakta ve sosyal ilişkilerinde de girişkenlik gösterememektedirler (Burger, 2006: 166).

Hamaratlığa karşı Aşağılık Duygusu: Çocuklar ilkokula başlamalarıyla birlikte, becerilerini ve yeteneklerini karşılaştırmak için diğer yaşlılarıyla rekabete girmektedirler. Bu karşılaştırmaların sonucunda, başarılı olan çocukların öz-yeterlik duyguları gelişmekte ve ilerleyen yıllarda toplum içerisinde aktif ve başarılı olma ihtimalleri artmaktadır. Başarısız olan çocuklarda ise, yetersizlik duygusu oluşmakta ve bu duygu ilerleyen yıllarda yaratıcı, yetenekli ve mutlu olma olasılıklarını azaltmaktadır (Burger, 2006: 135).

Kimliğe karşı Kimlik/Rol Karmaşası: Bireylerin ergenlik döneminde görülen bu duygu Erikson'a göre; ergenliğin endokrinolojik (hormonel) devrimini psiko-sosyal konuları da kapsayacak şekilde genişleterek, sosyal olarak onaylanmış rollerde "gerçeklik duygusu" bulmaktadır. Erikson sadakatin, kimliğin özü olduğunu öne sürmüştür. Bazı ideolojik dünya görüşlerine sadık ve bağlı olmak, bu aşamanın görevidir; bunun sonucunda bireyin kimliği, arzu ettiği bir sosyal düzen tarafından onaylanacaktır (Kroger, 2001: 27).

Yakınlığa/Samimiyete karşı Soyutlanma: Samimiyet, bireyin kimliğini kaybetme korkusu olmaksızın bir başkasıyla kaynaştırma yeteneğidir. Kişisel bir fedakarlık veya uzlaşma çağrısında bulunma ve bir ilişkiye kendini verme arzusunu

içermektedir. Erikson'a göre, kimlik sorunları makul ölçüde iyi bir şekilde çözülene kadar gerçek bir samimiyet mümkün değildir. Erken ergenlik ilişkileri, genellikle mahremiyetten ziyade öz-tanımlama amacına hizmet etmektedir (Kroger, 2001: 27-28). Soyutlanma ise, samimiyete karşı çatışma yaratan psiko-sosyal bir alternatiftir. Eğer bireyin karşısındaki kişi ile gerçek anlamda kaynaşması zor ise, kendini soyutlamakta ve en iyi ihtimalle sadece kalıplaşmış ve biçimsel kişiler arası ilişkilere girebilmektedir. Ayrıca, tekrarlanan girişimlerde ve kötü başarısızlıklarda, en elverişsiz partnerlerle yakınlık kurabilmesi de mümkün olmaktadır (Erikson, 1968: 167). Bu aşamada yakınlık kurmayı başaramayan bireyler, duygusal soyutlanma yaşamaktadırlar. Bu durum ilerleyen yıllarda, bireylerin mutluluğunu büyük ölçüde olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Burger, 2006: 167-169).

Üretkenliğe karşı Durgunluk: Bireyler orta yaşlarına geldiklerinde, kendilerinden sonraki kuşağa deneyimlerini aktarma ihtiyacı hissetmektedirler. Çocuk sahibi olan bireyler kendi çocukları ile, çocuk sahibi olmayan bireyler ise, çevrelerinde bulunan gençlerle etkileşime girerek bu ihtiyacı karşılamaktadırlar. (Burger, 2006: 169). Bu aşamada, diğer yaşam döngülerinin şimdiki ve gelecekteki refahına katkıda bulunacak “biz” kavramının parçalarından biri olarak özerk bir “ben” arzusu da bulunmaktadır. Bu tür bireyler, toplumun genç üyeleri tarafından tanışma ve tanımlama için gerekli modelleri sağlamaktadır (Kroger, 2001: 29). Bu ihtiyacı karşılayamayan ve üretkenlik duygusunu geliştiremeyen bireyler, yaşamdaki amaçlarını sorguladıkları bir durgunluğa girerek, boşluk duygusunu deneyimleyebilmektedir (Burger, 2006: 169).

Bütünlüğe karşı Umutsuzluk/Bilgelik: Yaşamın son eylemi olan bu aşama, bütünlüğün umutsuzlukla dengelenmemesi için gelişimsel görev ile karşı karşıya kalmayı gerektirmektedir. Önceki aşamalara göre tanımlanması daha zor olan bütünlük; “kişinin bir ve tek yaşam döngüsünün, olması gereken bir olgu olarak kabul edilmesi ve zorunlu olarak, hiçbir ikameye izin verilmemesidir.” Bütünlük göstergesi, bireyin kendi ölümünü kabul etme yeteneğidir. Birey, rehberlik ederek yeteneklerini gelecek nesillere aktardığı bir hayat için pişmanlık duymayacaktır. Bütünlüğü destekleyen yaşlılık, olgun yargının bilgeliği ve olayların tarihsel düzeninde “kazara” kendi yerinin yansıtıcı bir anlayışla karakterize edilmesidir. Öte yandan, yaşlılıkta umutsuzluk potansiyeli, bütünlüğü tersine çevirmek için vardır. Umutsuzlukla

sonuçlanan bir hayat, daha rahat ve tatmin edici bir sonuca doğru farklı bir yol bulmak için kalan süreyi çok kısa sürede bulmaktadır (Kroger, 2001: 30).

1.1.2.9. Rogers’a göre Öz Güven

Rogers’a (1961) göre iyi yaşam bir süreçtir, bir durum hali değildir. Ulaşılabilecek bir hedef değil, bir yöndür. Bu bağlamda iyi bir yaşam, insan organizmasının, herhangi bir yönde hareket etmek için içsel olarak özgür hissettiği zaman seçtiği bir hareket sürecidir. Rogers’a göre kişiliğin oluşması dört aşamadan meydana gelmektedir. Bunlar; “deneyime açıklık”, “artan varoluşsal yaşam”, “bireyin organizmasına artan güveni” ve “tam işleyiş süreci”dir (Rogers, 1961: 186-187).

Deneyime açıklık; bireyin savunmaya karşıt bir davranış geliştirmesidir. Bireyin tehdit olarak algıladığı deneyimlere verdiği yanıttır. Bu tehdit edici deneyimler, bilinçten ya da farkındalıktan yoksun bırakılarak geçici olarak işlenmektedir. Birey bu deneyimlere karşı savunmacı bir tutum içerisine girmekten kaçındığında, benliğinin farkına varması kolaylaşmaktadır (Rogers, 1961: 186-187). Artan varoluşsal yaşam; bireyin kendisinin ve kişiliğinin, deneyimlerinden yola çıkarak, benlik sürecinin bir gözlemcisi haline gelmesi anlamına gelmektedir. Bireyin organizmasına artan güveni; bireyin her varoluşsal durumda, en tatmin edici davranışa ulaşmasının bir aracı olarak organizmasında giderek artan bir güven göstermesidir. Bireyler genellikle karşılaştıkları sorunlara karşı çevresindeki bireylerin tutumlarını gözlemleyerek bunu taklit etme yoluna giderken; güvenli bir birey, sorunlar karşısında kendi savunma mekanizmalarını geliştirme kabiliyetine sahiptir (Rogers, 1961: 189). Tam işleyiş süreci ise; bireyin tüm duygularını deneyimleyebildiği ve duygularından daha az korktuğu bir süreci ifade etmektedir. Birey bu aşamada, kendisinin reel bir sosyal varlık olduğunu keşfetmekte ve daha işlevsel bir organizma haline gelerek, kendi deneyimiyle özgür bilincinden dolayı daha işlevsel bir insana dönüşmektedir (Rogers, 1961: 191-192).

Rogers'ın kişilik teorisi temel olarak benlik kavramını esas almaktadır. Bireyin kendini gerçekleştiren, farklılaşmasına ve deneyimine yol açan bir şekilde davranma eğilimi, benlik kavramı içerisinde geniş bir biçimde tanımlanmaktadır. Rogers'a göre, benlik kavramı kendi içerisinde “gerçek benlik” (öz-imağ) ve “ideal benlik” olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Gerçek benlik; bireyin kendini ne şekilde gördüğüdür.

Başka bir deyişle, kendisini güzel ya da çirkin, iyi ya da kötü bir insan olarak algılamasıdır. Rogers (1954), “gerçek benliğin” gerçekleşen eğilim tarafından başlatıldığını, organizma değerliliğini izlediğini, ihtiyaç duyduğu öz-saygıyı kabul ettiğini tespit etmiştir. Bütün bireyler gerçek benliğe sahiptir, bu benlik mükemmel olmayabilir ancak bireyin gerçekliğine dair bir parçasıdır. İdeal benlik ise, bireyin ulaşmak istediği hedeflerine ilişkin gösterdiği çabaların sonucu ortaya çıkmaktadır (Ahmad ve Tekke, 2015: 30). Gerçek benlik ile ideal benlik arasındaki uyum veya ayrışmalar, öz-güveni olumlu ya da olumsuz yönde etkilemektedir. Kişinin öz-güveni gerçek benliğin, ideal benliğe yaklaştığı ölçüde artmaktadır (Merey, 2010: 16).

1.1.2.10. Maslow’a göre Öz Güven

Maslow (1954) ihtiyaçlar hiyerarşisinde; bireylerin, hayvanların motivasyonundan ayrım gözetilemeyecek kadar farklı olmayan temel ihtiyaçları ile gelişmeye başladıklarını varsaymaktadır. Olgunlaştıkça ve düşük düzeydeki ihtiyaçları karşılandıkça, bu bireyler motivasyonlarını daha fazla geliştirmektedirler. Dolayısıyla, ihtiyaçlar veya güdülerin hiyerarşisi ile yukarı doğru ilerledikçe bireyin motivasyonu değişmektedir. Bu hiyerarşi beş seviyeden oluşmaktadır. Bunlar; dört motivasyon eksikliği seviyesi ve motivasyon/kendini gerçekleştirme olarak adlandırılan son, yüksek düzeyde gelişmiş bir düzeyden oluşmaktadır (Cloninger, 2004: 445).

Maslow’a göre bu bireylerden sadece birkaçı en yüksek gelişme düzeyine ulaşmakta ve kendini gerçekleştirmektedir. Bununla birlikte birçoğu, uygun bir şekilde yerine getirilemeyen ihtiyaçlarda kalmakta ve motivasyonları yol boyunca daha düşük bir seviyede durmaktadır (Cloninger, 2004: 442).

Fizyolojik İhtiyaçlar: Hiyerarşinin ilk katmanını oluşturan, bireyin hayatta kalabilmesi için en temel ihtiyaç olan yiyecek, su ve barınmayı içeren fizyolojik düzeydir. Fizyolojik ihtiyaçlar ve bunlarla ilgili tüketim davranışı, diğer her türlü ihtiyaç için de kanal görevi görmektedir. Yani acıktığını düşünen birey, aslında vitaminler veya proteinler için olduğundan daha fazla rahatlık veya bağımlılık arayışında da olabilmektedir. Tersine, açlık ihtiyacını kısmen içme suyu veya sigara içme gibi diğer faaliyetlerle karşılama yoluna da gidebilmektedir. Başka bir deyişle, bu fizyolojik ihtiyaçlar göreceli olarak izole edilebilse de tamamen ortadan

kaldırılmamaktadır (Maslow, 1954: 36). Fizyolojik ihtiyaçlar, tüm ihtiyaçların içerisinde en çok tercih edilenidir. Bunun anlamı, hayattaki her şeyi uçsuz bucaksız bir biçimde özleyen insanlarda, en büyük motivasyonun, diğerklerinden ziyade fizyolojik ihtiyaçların olmasıdır. Gıda, güvenlik, sevgi ve saygıdan yoksun olan bir birey, muhtemelen diğerk şeylerden daha güçlü bir şekilde yiyecek için açlık duyacaktır. Tüm ihtiyaçların tatmin olmadığı ve organizmanın fizyolojik ihtiyaçlar tarafından ynetildiğı durumlarda, diğerk ihtiyaçlar arka plana itilebilmektedir. Bu durumda tüm organizmayı, acıktığını söyleyerek adil hale getirmek daha doğru bir harekettir, çünkü bilinç neredeyse tamamen açlık tarafından engellenmektedir. Tüm kapasitelerin organizasyonu, tamamen açlığın giderilmesi amacıyla belirlenmeye başlamaktadır. Bu amaç için yararlı olmayan kapasiteler ise uykuda ya da günlük yaşamda arka plana itilmektedir. şiir yazma isteği, bir otomobil alma arzusu, yeni bir çift ayakkabı arzusu vb. gibi arzular, unutulmuş veya ikincil bir öneme sahip hale getirilmektedir (Maslow, 1954: 36-37).

Güvenlik İhtiyacı: Bireyin fizyolojik ihtiyaçları nispeten iyi bir şekilde karşılandığında, güvenlik ihtiyaçları olarak adlandırılan yeni bir ihtiyaçlar seti ortaya çıkmaktadır (Maslow, 1954: 39). Bu aşamada, yetişkinlerin ihtiyaçlarıyla birlikte, bu ihtiyaçların çok daha basit ve açık olduğu bebekler ve çocukların gözlemlenmesiyle güvenlik ihtiyaçlarını daha etkin bir şekilde anlamak mümkündür. Bebeklerde tehdidin veya tehlike reaksiyonunun daha açık bir şekilde görülmesinin nedeni, bu reaksiyonu engelleyememeleridir, oysa toplumumuzdaki yetişkinler karşılaştıkları tehlikeleri engellemeyi öğrenmişlerdir. Böylelikle, yetişkinler güvenliklerini tehdit altında hissettirdiklerinde bile, bunu dışarıdan bakıldığında görememek mümkündür (Maslow, 1954: 40). Bu ihtiyaçlar; emniyet, istikrar, korunma, yapı ve düzen, korku ve karmaşadan kurtulma gereksiniminden oluşmaktadır. Bireyler, politik ve toplumsal istikrarın tehdit altında olduğu bir ortamda gelecekleriyle ilgili olumlu öngörüler geliştiremediklerinde güvenlik ihtiyacını sorgulamaktadırlar. Bireyin kişisel gelişimi güven ihtiyacı düzeyinde kaldığında, içinde bulunduğu konum kendisine güven sağladığı sürece diktatörlük rejimine bile katlanabilmektedirler (Burger, 2006: 432-433).

Ait Olma ve Sevgi İhtiyacı: Bireyin hem fizyolojik hem de güvenlik ihtiyaçları oldukça iyi bir şekilde karşılandığında, sevgi ve aidiyet ihtiyaçları ortaya çıkmaktadır.

Bu noktada birey, genel olarak insanlarla yani grubundaki veya ailesindeki birileriyle olan sevgi ilişkilerine açlık duymakta ve bu hedefe ulaşmak için çok yoğun bir çaba göstermektedir. (Maslow, 1954: 43). Söz konusu sevgi, iki şekilde ele alınmaktadır. Bunlardan ilki, yetersizlik sevgisidir. Bu sevgi bencil olup, sevgiyi vermek yerine talep etmektedir. Ancak ikinci tür sevginin gelişiminde gerekli bir basamaktır. İkincisi ise, varlık sevgisidir. Bu sevgi bencil olmayan, giderek büyüyen bir sevgidir. Sadece sevdiğimiz insanların yanındayken değil, dünyada var olan her insana karşı duyulan, hümanistik bir sevgidir (Burger, 2006: 433).

Saygı İhtiyacı: Toplumumuzdaki tüm insanların, öz-saygı ve başkalarının saygısı için bir duruşa sıkı sıkıya bağlı olup, genellikle yüksek bir değerlendirmeye ihtiyacı vardır. Bu ihtiyaçlar bu nedenle iki alt kümeye ayrılmaktadır. Bunlar; öncelikle güç, arzu, yeterlilik, uzmanlık, arkadaşlık, dünyaya karşı güven, bağımsızlık ve özgürlük için duyulan arzulardır. İkinci olarak; itibar, statü, şöhret, hakimiyet, tanınma, dikkat çekme, önemli hissetme ve takdir edilmeye karşı duyulan arzulardır (Maslow, 1954: 45). Çok az sayıda birey, bu basamağı atlayarak kendi potansiyelini gerçekleştirme noktasına ulaşabilmektedir.

Öz Gerçekleştirme: Bütün ihtiyaç basamakları karşılanırsa bile bireyde yeni bir hoşnutsuzluk ve huzursuzluk gelişebilmektedir. Her bireyin hayatında gerçekleştirmek istediği bir amaç vardır. Dolayısıyla, bu ihtiyaç kendini harekete geçirme olarak da adlandırılabilir. Bu ihtiyaçların alacağı özel form elbette kişiden kişiye değişmektedir. Bu, bir bireyde ideal bir anne olma arzusu biçiminde, diğerinde başarılı bir atlet olarak ve yine başka bir bireyde resim ya da icatlar ortaya koyma şeklinde ifade edilebilmektedir. Bu seviyede bireysel farklılıklar çok fazladır. Bu ihtiyaçların net olarak ortaya çıkması, genellikle fizyolojik, güvenlik, sevgi ve saygınlık gereksinimlerinin memnuniyetine dayanmaktadır (Maslow, 1954: 46-47).

Bu doğrultuda bireyin, bu hiyerarşideki tüm ihtiyaçlarının karşılanması sonucunda öz-saygı ve öz-güveninin oluştuğu söylenebilir. Öz gerçekleştirmesini tamamlamış bir birey, kendini olduğu gibi kabul etmekte ve sahip olduğu eksikliklere rağmen kendini sevmeyi başarabilmektedir. Çünkü bu bireyler, insanın mükemmel bir varlık olmadığı ve her zaman hata yapabilme potansiyelinin olduğunu farkındadırlar. Önemli olan, bireyin kendi benliğini olduğu gibi kabul ederek kendini sevmesi ve toplumda kendini bu şekilde kabul ettirebilmesidir.

1.1.2.11. Rosenberg’e göre Öz Güven

Rosenberg’e göre benlik kavramı, bireyin kendisini bir nesne olarak ele aldığı düşüncelerinin ve hislerinin bütünüdür. Bu kavramın içerisinde, üç ana bölge tanımlanmaktadır: Bunlar; “mevcut öz-kavram” (neye benzediğimiz), “arzu edilen benlik kavramı” (nasıl olmak istediğimiz) ve “kendini tanıtmak”tır (kendimizi başkalarına nasıl gösterdiğimiz). Öz-saygı ise, “Benliğe karşı olumlu ya da olumsuz bir tutum” olarak tanımlanmıştır. Olumlu benlik saygısı, kendine saygı ve değerlilik duyguları ile karakterize olup, bireyin güçlü ve zayıf yönlerini tanımasına olanak sağlamaktadır. Öte yandan, benlik saygısı düşük olan kişi, kendisine karşı saygı duymamakla birlikte; kendini değersiz, yetersiz veya eksik bir birey olarak görmektedir (Emil, 2003: 24).

1.1.2.12. Coopersmith’e göre Öz Güven

Coopersmith’e (1967) göre öz-güven; bireyin tutum ve davranışlarını belirleyen kişisel değerlendirmeleridir. Kişisel değerlendirmeler; kişinin kendini algılaması ve tanımlamasını içeren öznel tutum ile kişinin öz-güvenini dışa yansıtan davranışsal tutumu içermektedir (Merey, 2010: 16).

Coopersmith’e göre birey, benlik saygısını belirlerken dört kritik etkenden yararlanmaktadır. Bunlardan ilki; bireyin hayatında yer alan ve bireyi kabul eden, saygı ve ilgi gösteren “önemli kişilerin” miktarıdır. İkincisi; bireyin başarısının tarihte ve toplumda sahip olduğu statüdür. Üçüncü olarak; deneyimlerin bireyin değerleri ve arzuları çerçevesinde yorumlanması ve değiştirilmesidir. Son olarak ise, bireyin bu değerlendirmelere verdiği tepkinin boyutudur (Emil, 2003: 26).

Coopersmith, öz-güveni iki boyut olarak ele almaktadır. Bunlar, bireyin kendisini değerli ve saygın hissettiği “yüksek öz-güven” ile bireyin kendisini değersiz hissettiği ve tehdit algısına karşın savunma yöntemlerine başvurduğu “savunmacı öz-güven”dir. Bireyin yaşamındaki önemli insanlar tarafından saygı ile benimsenerek ilgi görmesi, öz-güvenin oluşumunda rol oynayan en önemli etmendir. Başarı, değer yargıları ve beklentiler de öz-güvenin oluşumundaki etken faktörleri oluşturmaktadır (Merey, 2010: 17).

1.1.3. Örgüt Düzeyinde Öz Güven

Örgüt düzeyinde öz-güven; bir örgütün üyesi konumunda bulunan bir bireyin, örgüt içerisinde kendisini yetenekli, değerli ve önemli görerek, bunu hissetmesidir. Örgüt temelli öz-güvenin yüksek olduğu yapılarda üyeler, “ben burada sayılıyorum” düşüncesine sahiptirler (Pierce ve Gardner, 2004: 593). Bu tür yapılarda çalışanların güçlü bir öz-yeterlik duygusuna sahip olma olasılığı da yüksektir, çünkü görev performansı için gerekli olan davranışları yürütebilecekleri yönünde güçlü beklentileri bulunmaktadır. Böylelikle, örgütsel durumların içerisinde kendi etkinliklerine dair inançlar geliştiren bireyler, aynı zamanda güçlü bir benlik saygısı da geliştirmektedirler (Pierce ve diğerleri, 1989: 625).

Örgüt temelli benlik saygısı ise; genel benlik saygısının bir bileşenini oluşturmakta olup, duruma özgüdür yani çevresel faktörlere karşı duyarlıdır. Coopersmith’in (1967) benlik teorisine göre genel benlik saygısı ve benlik; büyük ölçüde erken çocukluk ve sosyalleşme deneyimlerine dayanmasına karşın; örgüt temelli benlik saygısı, bireyin üyesi olduğu örgütte belirli bir görev tanımı içerisindeki deneyimlerine dayanarak zaman içinde gelişmektedir (Gardner ve diğerleri, 2004: 310).

Korman (1970, 1971, 1976) yaptığı çalışmalarda, bir çalışanın örgütsel bağlamdaki benlik saygısının en az üç büyük belirleyicisi olduğunu ortaya koymuştur. Bu belirleyiciler; (a) çalışanların yetkinliklerini ve güvenilirliklerini değerlendiren çalışma ortamının sinyallerinden, (b) kayda değer çalışanlardan gelen örgütsel önemi ileten mesajlardan ve (c) başarının (ya da başarısızlığın) sebebi olarak yapılan içsel atıfların benliğe eşlik etmesi ile sonuçlanan deneyimlerden oluşmaktadır (Gardner ve Pierce, 2015: 2).

Korman (1971) yaptığı çalışmada, mekanik olarak tasarlanmış sosyal sistemlerde çalışanların, düşük benlik saygısı düzeylerine sahip olduğunu ortaya koymuştur. Bu örgütler; iş bölümü, katı hiyerarşi, merkezileşme, standardizasyon ve resmileştirme yoluyla yüksek düzeyde kontrol elde etmektedirler. Mekanik çalışma gruplarında, çalışma grubunu etkileyen kararların tümü veya birçoğu kontrol grubu yöneticileri tarafından yönetilmektedir. Bu yöneticiler, çalışan uyumunu sağlamak için pozisyona dayalı meşrutiyet, ödüllendirme ve zorlayıcı güç kullanmaktadırlar. Dolayısıyla bu kontrol gücü, çalışanların kendi başlarına, başkalarının yönlendirme ve

kontrolleri olmadan kendi görevlerini tamamlamalarına yönelik yetenek ve isteklerine karşı güvensizlik oluşturmaktadır. Bireysel anlamda temel güvensizliğin yanı sıra, örgütsel yeterlilikleri ile ilgili zayıf bir inanç sistemi de geliştirmektedirler (Gardner ve Pierce, 2015: 2).

Buna karşılık organik çalışma grupları, grup üyelerinin yüksek düzeyde katılımı ile tanımlanmaktadır. Üyeler, kendilerini ve takımı etkileyen kararlara katılmaktadırlar. İşin hızını belirleme, yeni üyeler yetiştirme ve takım çalışmasının kalitesini değerlendirme gibi faaliyetlere katkıda bulunmaktadırlar. Bu faaliyetler doğası gereği, üyelerin grubun devam eden başarısını sağlamak için birbirleriyle sürekli iş birliğine girmelerini gerektirmektedir. Resmi yöneticiler, takımda kolaylaştırıcı rolünü üstlenerek, ekibin çalışmalarını gerçekleştirmek için ihtiyaç duydukları kaynaklara sahip olmalarını sağlamaktadır. Bu bağlamda, daha birey bazlı ve demokratik olan, hiyerarşi, prosedürler ve kontrol ile daha az ilgilenen organik sosyal sistemler, iş bağlamında daha yüksek düzeyde öz-saygıya yol açmaktadır. Çünkü bu sistemlerde çalışanlar, motive edilmiş olup, kendilerini değerli hissetmekte ve öz-güven duymaktadırlar (Gardner ve Pierce, 2015: 3). Daha yüksek bir özgüven ise, bireyin motivasyonunu arttırmakta, onun benlik saygısını inşa etme ve sürdürmeye teşvik etmektedir (Bénabou ve Tirole, 2002: 873).

Öz-güven değerlidir çünkü bireyin projelerini yürütmek için motivasyonunu geliştirme ve kendi iradesini düzenli olarak test eden gerileme ve zorlamalara rağmen, hedeflerinin peşinde koşma perspektifini geliştirmesine yardımcı olmaktadır (Bénabou ve Tirole, 2002: 877). Örgüt temelli öz-güven, bir kurum içindeki yetkinlikten farklıdır ve öz-yeterlik, kendini algılayan yetkinliğin başarılı bir performansla sonuçlanacak eylemlere dönüştürülebileceği inancını yansıtmaktadır (Pierce ve diğerleri, 1989: 625).

1.2. YARATICILIK KAVRAMI VE İLGİLİ AÇIKLAMALAR

1.2.1. Yaratıcılık Kavramı

Yaratıcılık alanındaki araştırmalara olan ilgi 1950'lerde biraz artmaya başlamış ve yaratıcılıkla ilgili birkaç araştırma enstitüsü kurulmuştur. Guilford, APA (Amerikan Psikoloji Derneği) Başkanlık Konuşması'nda psikologların ihmal ettiği fakat son

derece önemli bir özelliğin, yani yaratıcılık kavramının var olduğuna dikkat çekmiştir (Sternberg ve Lubart, 1999: 3).

Guilford'a (1950) göre yaratıcılık; yaratıcı insanların en karakteristik özelliklerini ifade etmektedir. Yaratıcı yetenekler, bireyin yaratıcı davranışını kayda değer derecede sergileme gücüne sahip olup olmadığını belirlemektedir. Gerekli becerilere sahip olan bireyin, aslında yaratıcı bir yapının sonuçlarını üretip üretemeyeceği, onun motivasyon ve mizaç özelliklerine bağlıdır (Guilford, 1950: 444).

Maslow'a (1962) göre ise, yaratıcılık iki boyutta ele alınmaktadır. Bu boyutlar, doğrudan kişilik ve genetik faktörlerden (deha) kaynaklanan "özel yetenek yaratıcılığı" ve yaşamın sıradan olaylarında ortaya çıkan "kendini gerçekleştiren yaratıcılık (KG)" olarak tanımlanmaktadır (Maslow, 2017: 146-147). Maslow yaptığı araştırmalarda, kendini gerçekleştiren yaratıcılık üzerinde odaklanmış ve ortalama kapasiteye sahip her bireyin yaratıcılık potansiyeline sahip olduğunu savunmuştur. KG yaratıcılığına sahip olan insanları, ortalama insanlardan ayıran en önemli özellik; davranışlarında daha doğal ve dışadönük bir yapıya sahip olmalarıdır. Bu insanlar bilinmeyenden, gizemden ve karmaşadan daha az korkmakta ve bu tip durumlar onlara çekici gelmektedir. Karmaşık durumları seçici bir yaklaşımla ele almakta, düşünmekte ve özümsemektedirler (Maslow, 2017: 148-149). Ortalama insanın yaşadığı içsel çatışmalar ve bölünmüşlük, yaratıcı insanlarda daha azdır. Bu sayede, benliklerini tatmin edici ve yaratıcı amaçlara ulaşma konusunda daha fazla kullanabilme yeteneği kazanmışlardır. Kendilerini benliklerinden korumak için daha fazla zaman ve enerji yitirmemektedirler (Maslow, 2017: 151).

Amabile'e (1997) göre yaratıcılık; bilimden sanata, eğitime, işe, gündelik yaşama, insan aktivitesinin her alanında yeni, uygun fikirler üretmektir. Fikirler, özgün ve sunulan sorun veya fırsat için uygun olmalıdır (Amabile, 1997: 40).

Sternberg'e (1999) göre yaratıcılık; yeni, kaliteli ve uygun iş üretme yeteneğidir. Yaratıcılık, çok çeşitli görev alanları için hem bireysel hem de toplumsal düzeyde önemli olan geniş kapsamlı bir konudur. Bireysel düzeydeki önemi, işteki ve gündelik hayattaki problemleri çözerek sağladığı pratik düşüncedir. Toplumsal düzeydeki önemi ise, yeni bilimsel bulgulara, sanattaki yeni hareketlere, yeni icatlara ve yeni sosyal programlara olanak sağlamasıdır (Sternberg ve diğerleri, 2005: 351).

Shalley ve Zhou'ya (2008) göre yaratıcılık hem sonuç hem de süreç olarak tanımlanabilmektedir. Yaratıcı sonuçlar üretmek için, bireylerin öncelikle daha yaratıcı olmalarına yardımcı olabilecek belirli süreçlere katılmaları gerekmektedir. Bir süreç olarak yaratıcılık ise, problemleri sürekli olarak bulmak, çözmek ve yeni çözümler uygulamak anlamına gelmektedir. Buna ek olarak, sadece alışkanlık ya da otomatik davranışa dayanmanın dışında, bir şeyler yapmanın yeni yollarını tartışmak, deney yapmak ve eyleme geçmeyi içeren yinelemeli bir süreçtir (Shalley ve Zhou, 2008: 4).

1.2.2. Yaratıcılık Kavramına İlişkin Yaklaşımlar

Yaratıcılığın tarihine bakıldığında altı farklı yaklaşım mevcuttur. Bunlar; “mistik yaklaşımlar”, “pragmatik yaklaşımlar”, “psikodinamik yaklaşımlar”, “psikometrik yaklaşımlar”, “bilişsel yaklaşımlar” ve “izdiham yaklaşımı”dır (Sternberg ve Lubart, 1999: 4). Sternberg (2003) daha sonra yaptığı çalışmalarda, bu yaklaşımlara “evrimsel” ve “sosyal kişilik yaklaşımı”nı da eklemiştir (Sternberg, 2003: 99).

1.2.2.1. Mistik Yaklaşımlar

Yaratıcılığın en eski hesapları ilahi müdahaleye dayanmaktadır. Yaratıcı kişi, ilahi bir varlığın ilham ile dolduracağı boş bir kap olarak görülmüştür. Birey, daha sonra bu ilham fikirlerini bulunduğu dünyada somutlaştıracak ve katkı sağlayacaktır. Plato, bir şairin ancak ilham perisinin ona dikte ettiği şeyleri yaratabileceğini öne sürmüştür. Günümüzde bile bu yaklaşıma sahip bireyler, yaratıcı düşünce ve davranışları uygulamaya koymadan önce ilham gelmesini beklemektedir. Bu yaklaşıma sahip bireyler, yaratıcılığın yalnızca bilimsel araştırmaya dayanan bir süreç değil aynı zamanda ruhsal bir süreç de olduğuna inanmaktadır (Sternberg ve Lubart, 1999: 5).

1.2.2.2. Pragmatik Yaklaşımlar

Bu yaklaşım, yaratıcılığı geliştirmek üzerine odaklanmıştır. Yaklaşımı benimseyen kişiler, yaratıcı düşünce ve davranışları geliştirme üzerine odaklanmış fakat geliştirdiği fikirlerin geçerliliğini test etmekle ilgilenmemişlerdir. Edward De

Bono, yanal düşünce tekniği ve altı şapkalı düşünce tekniğinde geliştirdiği model ile yaratıcı düşüncelere farklı açılardan bakmaya olanak sağlamış fakat kaygısı teoride değil pratikte olmuştur. Yani bu modellerin oluşturulmasının esas amacı; işletmelerdeki ticari kaygıyı azaltmaktır. Pragmatik yaklaşımın dezavantajı; geliştirilen fikirlerin psikoloji açısından empirik (deneycilik) bir temele dayandırılmamasıdır (Sternberg ve Lubart, 1999: 5).

1.2.2.3. Psikodinamik Yaklaşımlar

Freud, yaratıcılığın bilinçli gerçeklik ile bilinçdışı güdüler arasındaki gerilimden kaynaklandığı düşüncesine dayanarak, yazarların ve sanatçıların bilinçsiz isteklerini kamuya açık bir şekilde ifade etmenin bir yolu olarak yaratıcı işler üretmelerini önermiştir. Bu bilinçdışı istekler; güç, zenginlik, şöhret, saygınlık ya da sevgi ile bağlantılı olabilmektedir. Psikodinamik yaklaşım, yaratıcılığa yönelik bazı anlayışlar geliştirmiş olsa da bilimsel psikolojinin temelinde yer alamamış ve önerilen teorik yapıların ölçülmesinin zorluğu ve bir vaka çalışmasında ortaya çıkabilecek seçim ve yorumlama miktarı nedeniyle eleştirilmiştir (Sternberg ve Lubart, 1999: 6).

1.2.2.4. Psikometrik Yaklaşımlar

Yaratıcılık kavramından söz edildiğinde aklımıza gelen ilk isimler, Michelangelo veya Einstein gibi dâhilerdir. Guilford, 1950 yılında gerçekleştirmiş olduğu APA konuşmasında bu bireylerin toplum içinde nadir bulunmasının yaratıcılık konusunda sınırlı bir araştırmaya sebep olduğunu belirtmiştir. Guilford, yaratıcılığın günlük yaşamda kağıt-kalem testleri kullanılarak psikometrik yaklaşımla ölçülebileceğini öne sürmüştür. Bu testlerden biride; “Unusual Uses Test”’dir. Birçok araştırmacı Guilford’un bu önerisini kabul etmiş ve farklı düşünme görevleri (divergent-thinking tasks), yaratıcı düşünmeyi ölçmeyi sağlayan ana enstrüman haline gelmiştir.

Guilford’un bu başarısı üzerine, Torrance 1974 yılında ‘‘Torrance Tests of Creative Thinking’’ adında yeni bir test geliştirmiştir. Bu testler, farklı düşünme ve diğer problem çözme becerilerini içeren nispeten basit sözel ve biçimsel görevlerden oluşmaktadır. Yaratıcılığın psikometrik testlerle ölçülmesinin olumlu ve olumsuz yanları bulunmaktadır. Olumlu yönleri; kısa, kolay yönetilebilir, nesnel olarak

değerlendirilebilir olması sebebiyle araştırmayı kolaylaştırmasıdır. Olumsuz yönleri ise; bazı araştırmacıların yapılan kağıt-kalem testleri ile yaratıcılığın ölçülmesini yetersiz bulması; akıcılık, esneklik, özgünlük ve ayrıntılandırma puanlarının yaratıcılık kavramını yakalayamadığını ileri sürmesidir. Son olarak, bazı araştırmacılar, seçkin olmayan örneklerin (ortalama insan), yaratıcılık ile ilgili pek çok çalışmanın nihai hedefi olan seçkin örneklerle (dahi) ışık tutabileceği varsayımını reddetmektedir (Sternberg ve Lubart, 1999: 7).

1.2.2.5. Bilişsel Yaklaşımlar

Yaratıcılığın bilişsel yaklaşımı, yaratıcı düşüncenin altında yatan zihinsel temsilleri ve süreçleri anlamaya çalışmaktadır. Bu bağlamda hem insan denekleri hem de yaratıcı düşünce üzerine bilgisayar simülasyonları ile ilgili çalışmalar yapılmıştır. İnsan deneklerinin çalışmasına dayanan yaklaşımlar Finke, Ward ve Smith'in çalışmaları ile örneklendirilmiştir. Finke ve meslektaşları, yaratıcı düşüncede iki ana işlem evresinin bulunduğu “Geneplore Modeli”ni önermişlerdir. Bunlar; üretken evre ve keşif evresidir. Üretken evrede, önleyici yapılar olarak adlandırılan zihinsel temsiller oluşturulur. Bu yapılar, açıklayıcı aşamada yaratıcı amaçlar için kullanılan çeşitli acil özelliklere sahiptir. Ortaya çıkan yaratıcı bilişler, ön yapıcı yapıları modifiye ederek ve tekrarlayarak görev gereksinimlerine veya bireysel gereksinimlere göre odaklanabilir veya genişletilebilir. Nihai ürün üzerindeki kısıtlamalar, üretken veya keşif aşaması sırasında herhangi bir zamanda uygulanabilmektedir (Finke ve diğerleri, 1996: 240).

1.2.2.6. İzdiham Yaklaşımı

Yaratıcılığa dair yakın zamanda yapılmış pek çok araştırma, yaratıcılığın ortaya çıkması için birden fazla bileşenin bir araya gelmesi gerektiğini varsaymaktadır. Bu alandaki yaklaşımlar; Sternberg, Lubart ve Amabile'in çalışmaları ile örneklendirilmiştir. Bu yaklaşım, yaratıcılığın farklı yönlerinin ortaya çıkmasına olanak tanımaktadır (Sternberg ve Lubart, 1999: 10).

1.2.2.7. Evrimsel Yaklaşım

Bu yaklaşımın temelinde, yaratıcı fikirlerin üretilmesinde ve yayılmasında iki temel adım bulunmaktadır. Bunlardan ilki “kör varyasyon” yani yaratıcının, fikrin başarılı olup olmayacağına dair herhangi bir öngörüsü olmadan binlerce fikir içerisinde birini seçip, o fikri üretmesiyle oluşmaktadır.

Simonton (1996) yaptığı çalışmada, yaratıcıların fikirlerinden hangisinin başarılı olacağına dair en ufak bir fikre sahip olmadığını savunmaktadır. Kalıcı fikirler üretmenin en iyi yolu, büyük miktarda fikre sahip olmaktır. Bunun nedeni, fikirlerin isabet oranlarının profesyonel yaşam süreleri boyunca nispeten sabit kalmasıdır. Başka bir deyişle, başarılı olacak fikirlerin bir oranı vardır. Ne kadar çok fikre sahip olunursa, fikirlerin başarıya ulaşma potansiyelinin o kadar yüksek olduğunu savunmaktadır. İkinci adım, “seçici alıkoyma”dır. Bu adımda, yaratıcının çalıştığı alana göre seçtiği fikirlerin ya geleceğini düşünmekte ya da ölmesine izin vermektedir. Seçici olarak tutulan bu fikirler, yaratıcı ve değerli olan, yani yaratıcı olduğuna karar verilenlerdir. Sternberg, evrimsel yaklaşımın yaratıcılığı gerçekten betimleyip betimlemediği konusunda şüphelidir. Yine de bu konuda tartışmalar devam etmektedir. Bu yaklaşım yaratıcılığı, bireyin hayatta kalma şansını ve dolayısıyla yeniden üretim şansını arttıran bir uyum olarak görmektedir (Sternberg, 2003: 101).

1.2.2.8. Sosyal Kişilik Yaklaşımı

Bu yaklaşım bilişsel yaklaşıma paralel olarak ortaya çıkmış; kişilik, motivasyon ve sosyo-kültürel çevreye odaklanmıştır. Amabile (1983), Barron (1968, 1969), Eysenck (1993), Gough (1979), MacKinnon (1965) ve diğerleri gibi araştırmacılar, bazı kişilik özelliklerinin genellikle yaratıcı insanları karakterize ettiğini savunmuşlardır. Bu kişilik özellikleri; yargının bağımsızlığı, öz-güven, karmaşıklığa karşı çekicilik, estetik yönelim ve risk almadır. Öz-gerçekleştirme ve yaratıcılığa dair öneriler de kişilik bağlamında düşünülebilmektedir (Sternberg, 2003: 99).

Maslow'a (1968) göre; cesurluk, cesaret, özgürlük, doğallık, öz-kabullenme ve diğer özellikler bir kişinin potansiyelini gerçekleştirmesini sağlamaktadır. Bu yaklaşıma göre yaratıcılığı, diğer insanların ve kişilik özelliklerinin getirdiği rollerin

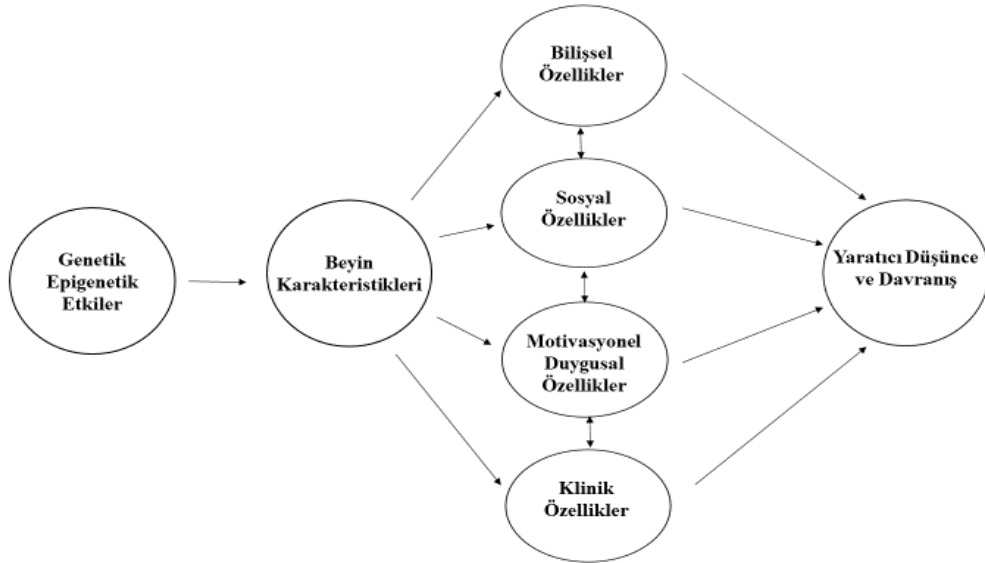
yanı sıra, motivasyon faktörünün de etkilediği savunulmaktadır (Sternberg, 2003: 100).

1.2.3. Birey Düzeyinde Yaratıcılık

Feist'e (1999) göre, bireyin kişiliğinin yaratıcılığı üzerindeki etkisi büyüktür. Yani bireyin sahip olduğu genetik farklılıklar hem beyin yapısını hem de mizaç farklılıklarını etkileyerek kişilik değişkenine öncülük etmekte, dolayısıyla yaratıcı düşünce ve davranışları etkilemektedir. Feist'e göre yaratıcı kişiliğin modeli, nedensel önceliğe göre altı ana gizli değişken içermektedir. Bunlar; "kişiliğe ilişkin genetik ve epigenetik etkiler", "beyin karakteristikleri", "bilişsel kişilik özellikleri", "sosyal kişilik özellikleri", "motivasyonel-duygusal kişilik özellikleri" ve "klinik kişilik özellikleri"dir (Feist, 2010: 114).

Şekilde; bireyin biyolojik ve kişilik özelliklerinin argümanlarını bir araya getirerek, yaratıcı düşünce ve davranışa giden yollar için güncellenmiş bir model sunulmaktadır. Beyin temelli etkiler; bilişsel, sosyal, motivasyonel ve klinik özellikler ile birlikte nedensel olarak karar vermeyi etkilemektedir. Bu özellikler, bireysel veya kolektif olarak yaratıcı düşünce ve davranış için daha düşük eşikleri olası kılmaktadır. (Feist, 2010: 115).

Şekil 3: Yaratıcı Kişiliği Oluşturan Özelliklere İlişkin Bir Model



Kaynak: Feist, 2010: 115.

1.2.3.1. Genetik / Epigenetik Etkiler

Genetik bilimi, nesiller boyunca kalıtsal olarak aktarılan genleri incelemektedir. Epigenetik ise, bireyin genetik kodunu yani DNA baz dizilimini değiştirmeksizin, uzun dönemde meydana gelen değişiklikleri ifade etmektedir (Koçak Eren ve Ertuğrul, 2012: 131).

Genlerin kalıtsal olarak bireylere aktarımı ve değiştirilemez oluşu, uzun yıllar boyunca kişiliğin genetik açıklamalarının deterministik olduğu yönündeki çalışmalara odaklanılmasını sağlamıştır. Ancak genetikten davranışa doğru giden basit bir yol yoktur. Genetikten kişiliğe giden yol davranışlarımızı oluşturmaktadır. Örneğin; “dışadönüklük” (extrovert) geni diye bir şey yoktur, fakat dışadönük bireyleri etkileyen hormon ve nörotransmitterlerin üretimine katılan birçok gen vardır. Bu sebeple, yaratıcılığa dair sadece genetik etkilerin kanıtı biraz dolaylıdır (Feist, 2010: 115-116).

Az sayıda araştırmacı, yaratıcı başarılar üzerindeki genetik etkileri doğrudan araştırmıştır. Bu konudaki en kapsamlı çalışma, Simonton’a aittir. Simonton (2008), yaratıcı başarıların üzerindeki genetik etkileri doğrudan araştıran bir çalışma yapmış ve nicel bir yetenek modeli geliştirmiştir. Modele göre bilimsel yeteneğin hem genetik hem de eğitim ve deneyim tarafından üretildiğini ileri sürmektedir. Yaratıcılık için en uygun kanıtlar, zeka üzerine epigenetik etkilerden kaynaklanmaktadır. Orta seviyedeki zeka düzeyleri, uygun eğitim ve deneyim kazanıldığında yaratıcı düşünce ve davranış için yeterli altyapıyı oluşturmaktadır (Simonton, 2008: 41-42).

1.2.3.2. Beyin Karakteristikleri

Nörobilimciler son on yılda yaptıkları çalışmalarda, problem çözme ve yaratıcı düşünme eylemi sırasında beynin en aktif olan bölgelerini ortaya çıkarmışlardır. Bu çalışmalara göre, yaratıcı düşünce ve problem çözme sırasında beynin ön lobları ile sağ yarıküre merkezi olarak bağlıdır. Diğer bir sonuç ise, yaratıcı düşüncenin beynin belirli bölgeleri içindeki aktivitelerle değil, beynin ana bölgeleri arasındaki daha karmaşık ve yoğun sinirsel bağlantı merkezleri ile meydana geldiği fikrini desteklemektedir (Feist, 2010: 117).

Fuster (2013) ise yaratıcı zekanın, beyindeki içsel güdüyü harekete geçiren bir sürücüye dayandığını savunmaktadır. İç sürücü, beynin derinliklerinden özellikle

limbik sistemden gelmektedir. Beynin iç kısmından gelen sinirsel etkiler, yaratıcılığın duygusal anlamda güçlenmesini, dehalerin kıvılcımını ve yaratıcı sürücünün kaynağını oluşturmaktadır. Bu sürücü; buluş, şiir, senfoni, bilimsel tez vb. elde etmek için tümüyle çaba sarf eden bir harekettir. Uykuya, yorgunluğa ve zaman zaman aşılmaz engellere meydan okuyan bir sürücüdür. Bu yaratıcı sürücü olmadan, orijinal anlamda yaratıcı eylem asla gerçekleşmemektedir (Fuster, 2013: 145).

Yaratıcı sürücü altındaki yaratma süreci, önceden var olan, birbirine bağlı bilişlerin bir araya gelmesiyle başlamaktadır. Bunlar, önceki deneyimlere dayanarak, değişen güçte sinaptik bağlantılar yoluyla birbirleriyle ilişkilendirilmiş olan hafıza ve bilgi unsurlarını temsil etmektedir. Yaratıcı girişim, içsel veya dışsal uyaranlarla veya her ikisinin aktivasyonlarıyla başlamaktadır. Tüm yaratımın biyofiziksel kökü, bilişler içinde ve arasında, serebral kortekste sinaptik bağlantıların oluşturulması ve güçlendirilmesidir. Dolayısıyla, bireyin beyinde bulunan bu iç sürücü, deneyimlerle (epigenetik faktörler) etkileşime girmekte ve bireyi yaratıcı sonuca ulaştırmaktadır (Fuster, 2013: 146).

1.2.3.3. Yaratıcılıkta Kişilik Etkileri

Beynin nedensel doğası gereği, bireylerdeki beyin farklılıkları yaratıcı özellikleri daha fazla veya daha az olası kılmak için işlev görmekte ve bu da yaratıcı düşünce ve davranış üzerinde etkili olmaktadır. Dolayısıyla kişilik özellikleri; beyin, yaratıcı düşünce ve davranış arasındaki ilişkilere aracılık etmektedir. Kişilik ve zekâ yaratıcı başarının temel belirleyicileri olsada; bazı yeni kanıtlar kişiliğin, zekâyı yaşam boyu yaratıcı bir başarının göstergesi olarak etkileyebileceğini ileri sürmektedir. Kişilik ve yaratıcılığın niteliksel ve niceliksel incelemelerine dayanarak, yaratıcılığa en çok bağlı olan kişilik özellikler; “bilişsel”, “sosyal”, “motivasyonel” ve “klinik” olmak üzere dört gruba ayrılmaktadır (Feist, 2010: 120).

1.2.3.3.1. Bilişsel Kişilik Özellikleri

Bilişsel özellikler; insanların alışkanlıklarını, bilgiyi nasıl alıp işlediğini, sorunları nasıl çözdüğünü ve yeni durumlara nasıl tepki verdiğini ele almaktadır. Bilişsel kişilik özellikleri arasındaki en temel nitelik “deneyime açıklık”dır. Açık

insanlar, hayali ve meraklı olma eğilimindedir ve bu sebeple daha yaratıcı olmaları da şaşırtıcı değildir (Feist, 2010: 120).

Belirsizliğe karşı tolerans gösterebilme ve büyümeye istekli olmanın yanı sıra bilişsel esneklik, açık fikirlilik ve geniş ilgi alanlarına sahip olma konusundaki bireysel farklılıklar, deneyime açıklığın unsurlarını oluşturmaktadır. Bu kişilik özelliği; genişlik, derinlik ve bilincin esnekliği ile karakteristik çeşitliliği, entelektüel merakı, bilgi ve uzmanlığı genişletmek için yeni ve kalıcı fikirleri üretmektedir. Risk alma davranışı ve farklı dışsal uyaranlara yönelim ise, dışadönüklük unsurlarını oluşturmaktadır. Bu kişilik özelliği, uyarılmaya yönelik genel eğilimi, dış uyaranlara dikkat çekmeyi ve sosyal etkileşimi kapsamaktadır. Deneyime açıklık ve dışadönüklük, yenilikçi fikirlerin ve yaratıcı etkinliklerin (örneğin, müzik bestelenmesi, resim veya modelleme sanatları; şarkı yazma, şiir veya öykü yazma; pazarlama veya eğitim programları tasarlama) miktarı ve çeşitliliğine katkıda bulunabilmektedir (Kandler ve diğerleri, 2016: 231).

Farklı kültürel ortamlarda yaratıcı insanların halk anlayışları üzerine çok sayıda araştırma yapılmıştır. Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, Brezilya, Arjantin, Küba, Çin, Kore, Singapur, Hindistan, Romanya ve diğer yerlerde incelenen yaratıcı kişilerde temel olarak aynı bilişsel becerinin yani bağlantı kurma yeteneğinin bulunduğu görülmektedir. Buna ek olarak; sorular sormak, hayal gücü kullanmak ve farklı düşünmek de bilişsel kişilik özelliklerini oluşturmaktadır (Lubart, 2010: 270).

George ve Zhou (2001), açıklık ve yaratıcılık arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Bu araştırmaya göre, katılımcılara ucu açık ve biraz farklı görevler verildiğinde yaratıcı davranışlarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Başka bir deyişle, son derece açık insanlar, bulundukları her çalışma ortamında yaratıcı olamayıp, durum veya görev belirsiz ve iyi tanımlanmadığında en yaratıcı davranışları göstermektedirler. Deneyime açık insanlar, yapılandırılmamış ortamlarda daha yaratıcı çalışmakla kalmamakta, aynı zamanda daha yaratıcı hobilere sahip olma eğilimi de göstermektedirler (Feist, 2010: 121).

1.2.3.3.2. Sosyal Kişilik Özellikleri

Kişiliğin sosyal nitelikleri, bireyin otoriteyi sorgulama ya da kabul etme, yabancılar veya büyük insan grupları karşısında rahat ya da rahatsız olma, başkalarına

karşı sıcak ya da düşman olma gibi diğer insanlarla olan ilişkilerini inceleyen davranışları ve tutumları içermektedir. Bu eğilimleri özetleyen özellikler; şüphecilik, uyumsuzluk, bağımsızlık, dışadönüklük, içedönüklük, düşmanlık, soğukluk, öz-yeterlik ve kibirdir. Yaratıcı insanlar, kendi uzmanlık alanlarında kesin ve güçlü bir öz-yeterlik duygusuna sahiptirler. Normları, gelenekleri ve muhafazakar ideolojiyi şüpheyile sorgulamakta ve sıklıkla reddetmektedirler (Feist, 2010: 121-122).

Simonton (2000) belirli politik ortamların, ilgili nüfusun yarattığı sosyal yaratıcılık derecesini etkilediğini savunmaktadır. Politik dünyada yaşanan suikastler, darbeler ve askeri isyanlar, yaratıcı gelişime karşıt olma eğilimindedir. Bir uygarlıktaki yaratıcı etkinlik; göç yoluyla, yurtdışına yapılan seyahatlerle ya da yabancı öğretmenlerle çalışarak yani kültürel çevreyi zenginleştirerek artma eğilimi göstermektedir (Simonton, 2000: 155).

1.2.3.3.3. Motivasyonel-Duygusal Kişilik Özellikleri

Motivasyonel özellikler, bir kişinin etkinliklere devam etme ve kendi faaliyetlerinde başarılı olma arzusuyla tanımlanmaktadır. Motivasyonun karakteristik özellikleri; sürekli, yönlendirici, hırslı ve dürtüsel niteliktedir (Feist, 2010: 122).

Amabile (1999) yaratıcılığı; içsel motivasyon alanıyla ilgili bilgi ve yeteneklerin bir araya gelmesi olarak tanımlamış ve yaratıcılık ile ilgili becerileri şöyle tanımlamıştır (Collins ve Amabile, 1999: 297).

- Karmaşıklıkla baş etme ve problem çözme sırasında kişinin zihin setini kırmayı içeren bilişsel bir tarz,
- Yeni fikirler üretmek için sezgisel bilgi birikimi,
- Yoğun çaba ile karakterize edilen yüksek enerjili bir çalışma tarzı ve sorunları bir kenara bırakma yeteneği.

Amabile'in (1997) motivasyon ve yaratıcılık üzerine yapılan klasik çalışması, dışsal motivasyonun (ödül, gözetleme veya tanıma) çoğu zaman yaratıcı başarıyı artırmak yerine zarar verebileceğini savunmaktadır. Deneysel olarak bu etki, insanlara “yaratıcı bir görev karşılığında ödüller sunmak” ve “görev karşılığında ödüllendirilmemek” şeklinde karşılaştırılmak suretiyle kanıtlanmıştır. Tipik durum, ödüllendirilmemiş grup üyelerinin, ödüllendirilen gruba göre daha yaratıcı oldukları düşünülen ürünler ürettikleridir (Amabile, 1997: 41).

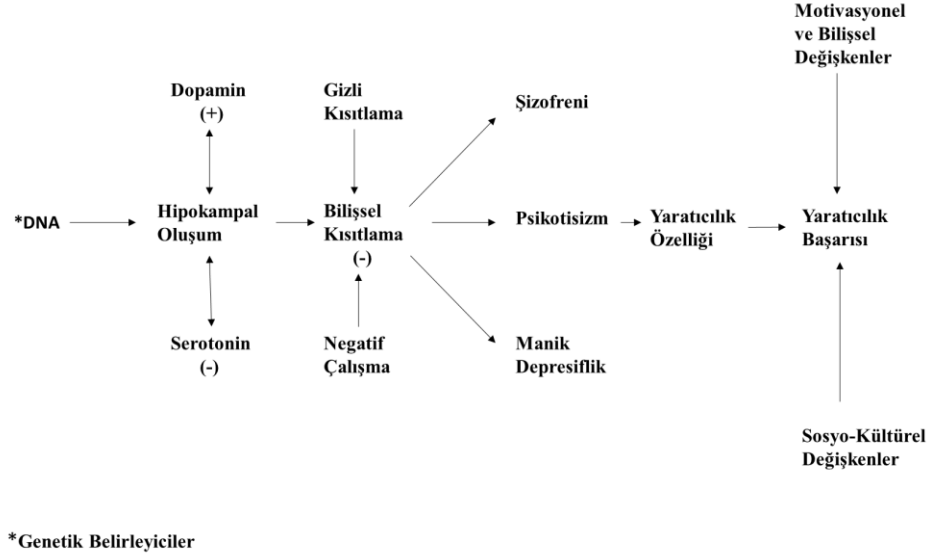
Bu çalışmada, üniversite öğrencilerine basit bir sanatsal yaratıcılık görevi sunulmuş ve standart bir materyal seti ile bir kağıt kolajı oluşturmaları istenmiştir. Öğrencilerin yarısı rastgele bir şekilde, kolaj yapmak için bir ödülün (para) sunulduğu bir gruba dahil edilmiş ve diğer yarısına ise sadece yapılacak kolaj aktivitesi verilmiştir. Ek olarak, her grubun diğer yarısına bir seçenek sunulmuş; parayı almak için kolaj yapmayı kabul edip etmeyecekleri sorulmuştur (seçim / ödüllendirme koşulunda), ya da basitçe kolaj yapmayı mı istedikleri sorulmuştur (seçim / ödüllendirmeme koşulunda). Seçim-dışı koşuldaki öğrencilere ise konuyla ilgili herhangi bir seçenek sunulmamıştır. Sonuçlar, oldukça açık ve çarpıcı çıkmıştır. Seçim/ Ödüllendirme koşulundaki öğrenciler diğer üç gruba göre, kolajlarında çarpıcı bir şekilde daha düşük yaratıcılık düzeyleri sergilemişlerdir. Dolayısıyla, "Bu görevi bu ödülü almanın bir yolu olarak yapın" algısı, yaratıcılıklarını zayıflatmıştır. Buna karşın ödülünü bonus olarak alan öğrenciler, yaratıcılıklarında bir azalma olmadığını göstermişlerdir. Aslında, yaratıcılıkları diğer gruplarınkinden daha da yüksektir (Amabile, 1997: 41).

1.2.3.3.4. Klinik Kişilik Özellikleri

Son on yılda kişilik ve yaratıcılık alanında, yaratıcı düşünce ile kişilik bozuklukları ve akıl sağlığı üzerine yapılan araştırmalar önem kazanmıştır. Ruhsal sağlığın yaratıcı düşünce ve davranış üzerindeki etkileri oldukça sağlamdır. Bu sebeple, yaratıcılıkta psikotizm kavramı da yeni bir boyut olarak eklenmektedir (Feist, 2010: 123).

Eysenck (1982) PEN (Psychoticism, Extraversion, Neuroticism) kişilik modelinde, kişiliğin üç faktörünün üçüncüsü olarak psikotizmi önermiştir. Psikotik insanların; soğuk, uzak, eksantrik, dürtüsel ve ego-merkezli olduğunu savunmuştur. Bu insanların yaratıcı düşüncenin ve davranışın en üst düzeyine çıkmış kişilik boyutuna sahip olduğunu savunmuştur (Feist, 2010: 123). Eysenck, 1995 yılında bu kişilik modelini genişletmiş ve genetik faktörlerin psikotizm ve yaratıcılıkla olan ilişkisini içeren yeni bir model oluşturmuştur.

Şekil 4: Yaratıcı Kişiliği Oluşturan Genetik Belirleyiciler Üzerine Bir Model



Kaynak: Eysenck, 1995: 280.

Birey, DNA'sında somutlaşan kalıtımla yaşam döngüsüne başlamaktadır. Pratik olarak dehalıkla ilgili bulunan tüm değişkenler genetik bir bileşene sahiptir. Yaratıcılık ise, hipokampal oluşumuyla fizyolojik olarak ilişkili olup, vücuttaki dopamin ve serotonin hormonunun yükselip azalmasıyla birlikte yaratıcılık düzeyine etki etmektedir. Hipokampal alan, beyin bilişsel kısmını oluşturmaktadır. Bireyin yaratıcı olabilmesi için, bu hipokampal alanının bir denge içerisinde olması gerekmektedir. Bu dengeyi de dopamin ve serotonin hormonları sağlamaktadır.

Dopamin düzeyi fazla arttığında, bu şizofreniye yol açmakta; serotonin düzeyi fazla azaldığında ise, manik depresifliğe neden olmaktadır. Bu hormon düzeylerinin orantılı olduğu durumda, birey teknik açıdan dahi sayılabilmekte fakat hipokampal alan halen yaratıcı düşünce fonksiyonunu yerine getirememektedir. Çünkü yaratıcılık, sadece genetik faktörlerin etkisiyle değil, dış çevre faktörlerinin (motivasyonel-bilişsel ve sosyo-kültürel değişkenler) etkisiyle davranışa dönüşmektedir. Dolayısıyla, epigenetik ve deneyim faktörünün yaratıcılık üzerindeki etkisi kaçınılmazdır (Eysenck, 1995: 279).

1.2.4. Örgüt Düzeyinde Yaratıcılık

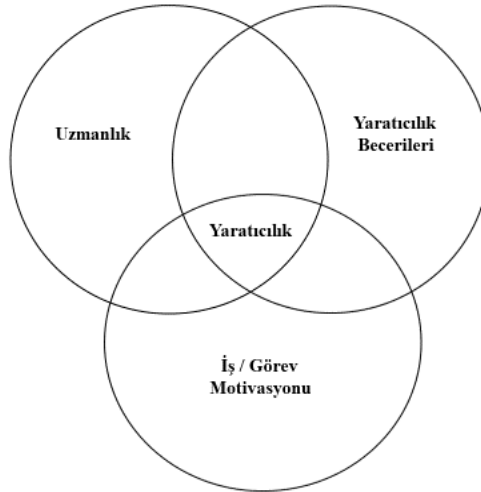
Örgütsel yaratıcılık kavramı, örgütsel değişim ve yenilikte nispeten yeni bir alan olarak tanımlanabilmektedir. Karmaşık bir sosyal sistem içerisinde çalışan

bireyler tarafından değer taşıyan ve fayda yaratan yeni bir ürün, fikir, hizmet ya da süreç yaratılmasıdır (Woodman ve diğerleri, 1993: 293).

Yaratıcılık, örgütsel hayatta kalma ve başarı için anahtar olarak ilan edilmektedir. Küresel ekonomik modeller norm haline geldikçe ve rekabet gücü uluslararası bir karakter aldıkça, liderler son derece zorlu bir ortamda başarılı olmak için şirketlerin yenilik yapması gerektiğinin farkındadırlar. Bu bağlamda, örgütsel inovasyonun kaynağını tartışılmaz bir şekilde bireyler ve ekipler tarafından üretilen fikirler oluşturmaktadır (West ve Sacramento, 2012: 359).

Amabile'in Bireysel Yaratıcılık Bileşeni Teorisi'ne (1997) göre, normal kapasiteye sahip tüm bireyler veya bu bireylerin oluşturduğu küçük gruplar, uygun sosyal ortam oluşturulduğunda, en az orta derecede yaratıcı bir çalışma üretebilmektedir. Yaratıcılık Bileşeni Modeli; bu teoriye dayandırılmış olup, birey veya küçük gruplar düzeyinde yaratıcı davranışları oluşturan bileşenleri (uzmanlık, yaratıcılık becerileri, iş/görev motivasyonu) açıklamaktadır. Model; yaratıcılığın, bireylerin yaratıcılık becerilerinin en güçlü içsel ilgi alanları (uzmanlıkları) ile örtüştüğü zaman ortaya çıkacağını ve dolayısıyla yaratıcılıklarının da daha yüksek olacağını savunmaktadır (Amabile, 1997: 40).

Şekil 5: Yaratıcılık Bileşeni Modeli



Kaynak: Amabile, 1997: 43.

Uzmanlık; belirli bir problemi çözmek veya belirli bir görevi yerine getirmek için izlenebilecek bilişsel yollar dizisidir. Uzmanlık bileşeni; gerçek bilgi, teknik uzmanlık ve hedef çalışma alanındaki özel yetenekleri içermektedir. Bir kişinin bir faaliyeti yerine getirme konusunda gerekli uzmanlığı söz konusu olduğunda, performansı “teknik olarak iyi” veya “yeterli” veya “kabul edilebilir” olacaktır. Bununla birlikte, olağanüstü derecede yüksek bir seviyede uzmanlıkla bile, yaratıcı düşünme becerileri eksikse, birey yaratıcı çalışma üretemeyecektir. Bu beceriler, problemlere karşı yeni bakış açıları geliştirmeyi, yeni bilişsel yolların araştırılmasına yönelik tekniklerin uygulanmasını ve bireyin işinin kalıcı ve enerjik bir çalışma tarzına sahip olmasını amaçlayan bilişsel bir tarz içermektedir. Yaratıcı düşünme, bir dereceye kadar bağımsızlık, öz disiplin, risk alma yönelimi, belirsizlik toleransı, hayal kırıklığı karşısında azim ve sosyal onay için kaygı eksikliği gibi kişilik özelliklerine bağlıdır (Amabile, 1997: 42-43).

Sözü edilen bileşenler, bir kişinin belirli bir alanda neyi yapabildiğini belirlesede, kişinin gerçekte o işin ne kadarını yapabileceğini belirleyen iş/görev motivasyonu bileşenidir. Motivasyon, içsel (derin ilgiden, meraktan, zevkten veya kişisel bir kavrayış duygusundan kaynaklanıyor olabilir) ve dışsal (ister işin kendisinden isterse başka bir hedefe ulaşma arzusundan yola çıkarak vaat edilen bir ödül ya da bir son tarihin karşılanması ya da bir yarışma kazanılması) olarak ikiye ayrılmaktadır. Bireyin yaratıcı düşünme becerileri ve uzmanlığı bir dereceye kadar sosyal çevreden etkilensede, en güçlü ve en doğrudan etkisi motivasyona bağlıdır (Amabile, 1997: 44).

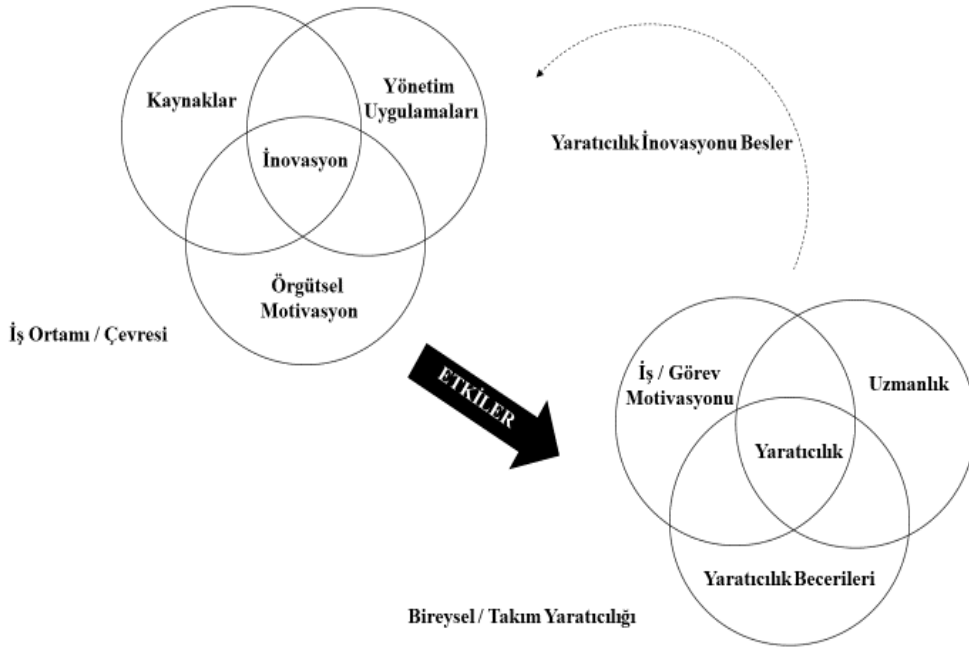
Yaratıcılığı yönetmeye çalışan örgütlerin karşı karşıya kaldığı sorun, üç ana kaynaktan kaynaklanmaktadır. Birinci kaynak; yaratıcılık ve inovasyon olarak adlandırılan fenomenin karmaşıklığıdır. İkinci kaynak; yaratıcılık ve inovasyonun birey, grup, örgüt ve çevresel düzeylerde çalışan değişkenlerden etkilenen çok seviyeli fenomenler olduğu gerçeğine atfedilmektedir. Üçüncü kaynak ise; bu değişkenlerin iyi hizalanmadığı gerçeğinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle, bireysel düzeyde yaratıcılığı etkileyen değişkenler, genellikle gruptaki ve örgütsel düzeylerdeki değişkenlerle çakışmaktadır (Mumford ve diğerleri, 2012: 8).

Yaratıcılık ve inovasyon arasındaki karmaşıklığa dikkat çekilecek olduğunda, yaratıcılık; yeni ürün veya fikirlerin üretilmesi anlamına gelmektedir. Yaratıcılık,

alternatiflerin göz önünde bulundurulduğu bir keşif süreci olarak görülürken; inovasyon, bir fikri etkili bir şekilde uygulamaya çalışan bir süreçtir (Paulus ve diğerleri, 2012: 328). Tüm yenilikler, yaratıcı bir fikirle süslenmektedir. Yeni programların, ürün tanıtımlarının veya hizmetlerin başarılı bir şekilde uygulanması, iyi bir fikir sahibi olan bir kişi veya bir takımın durumuna bağlıdır (Amabile ve diğerleri, 1996: 1154). Dolayısıyla, yaratıcı fikirlerin bulunmadığı bir ortamda inovasyona giden bir süreçten bahsedilemez.

Amabile (1997), High Tech International ile gerçekleştirmiş olduğu çalışmanın sonucunda; bireysel yaratıcılık ile örgütsel çalışma ortamını bütünleştiren ve bileşen teorisinin ana unsurlarını gösteren basitleştirilmiş bir şematik diyagram ortaya koymuştur. Şekilde bulunan üstteki üç daire, inovasyon için gerekli görülen organizasyonel bileşenleri (çalışma ortamının özelliklerini) göstermektedir. Altta bulunan üç daire ise, bireysel yaratıcılığın bileşenlerini göstermektedir (Amabile, 1997: 52).

Şekil 6: Örgütsel Çevrenin Yaratıcılık Üzerindeki Etkisi



Kaynak: Amabile, 1997: 53.

Teoriye göre; çalışma ortamının sağladığı unsurlar, bireylerin yaratıcılığını etkilemektedir. Teori ayrıca, bireyler ve bireylerin oluşturduğu gruplar tarafından

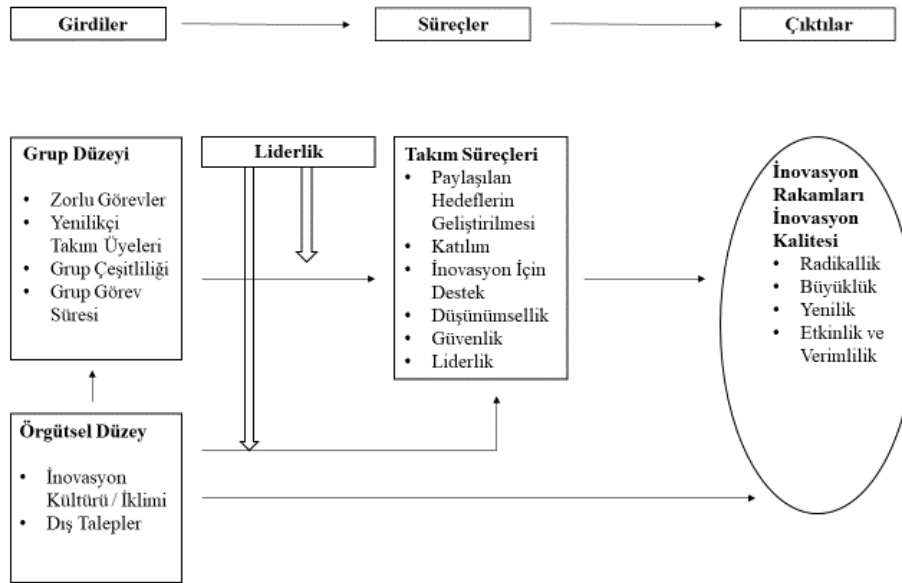
üretilen yaratıcılığın, organizasyon içindeki inovasyon için temel bir kaynak olduğunu öne sürmektedir. Sosyal çevre (çalışma ortamı), bireysel bileşenleri etkileyerek yaratıcılığı doğrudan etkilemektedir (Amabile, 1997: 52).

1.2.4.1. İnovasyon ve Örgüt Düzeyinde Yaratıcılık

İnovasyon; yeni ve gelişmiş şeylerin yapılma yollarının tanıtımıdır. Daha açık bir ifade ile inovasyon; “Bir işin içindeki işe yarar giriş ve uygulama veya bu işe, iş takımına ya da organizasyona yeni olan, işe yarar olarak tasarlanmış fikirlerin, süreçlerin, ürünlerin ya da prosedürlerin düzenlenmesidir.” (West, 2003: 246).

West (2003), inovasyonun bir çalışma ortamında uygulanması sürecine etki eden faktörleri tanımlayan bir girdi-çıkı modeli oluşturmuştur (bknz. Şekil 7).

Şekil 7: Çalışma Grubu İnovasyonunun Girdi-Süreç-Çıkı Modeli



Kaynak: West, 2003: 246.

Modele göre grup süreçleri, girdiler ve çıktılar arasındaki ilişkilere aracılık etmekte ve katılım seviyelerine, inovasyona, liderliğe ve çatışmanın yönetimine desteği içermektedir. Bu süreçlerin grup içerisinde çatışma, endişe, güvenlik tehdidi gibi örgütsel iklimde sorunlar yaratması kaçınılmazdır. Takımdaki liderlik faktörü, örgütsel süreçler üzerine etki etmekte ve dolayısıyla inovasyon çıktılarını etkilemede çok önemli bir rol oynamaktadır. Çıktılar arasında ise; inovasyonların sayısı,

büyükluğu, kalitesi, radikallik (statükoda değişiklikler) ve istenen sonuca ulaşmada inovasyonun etkinlik ve verimliliği bulunmaktadır (West, 2003: 246).

1.2.4.2. Grup Düzeyinde İnovasyonun Bileşenleri

Görev Karakteristikleri: Yaratıcılık, bir tür görevde üstün performansı gerektirmektedir. Çalışma ekipleri genellikle yeni prosedürler veya ürünler geliştirmeye çalışmaktadırlar. Yaratıcılık, bu ürünlerin bir dereceye kadar yenilik ve nihayetinde bazı uygulanabilirliğe sahip olmasını gerektirmektedir. Takım yaratıcılığı hem bireysel hem de işbirlikçi etkinlikleri içermektedir. Birçok görev alt bölüme ayrılabilmekte ve bireysel grup üyelerine görevin farklı bileşenleri için sorumluluk yüklenebilmektedir (Paulus ve diğerleri, 2012: 342).

Çalışma grupları aşağıdaki özelliklere sahip olduğunda, ortak optimizasyonu sağlamak daha olasıdır (West, 2003: 248-249);

- Ekip, tüm görevlerden sorumlu olan nispeten bağımsız bir organizasyon birimi olmalıdır.
- Üyelerin görevleri içerikle ilgilidir, böylece ortak bir görev bilincinin uyarılması ve sürdürülmesi ve üyelerin bağımsız olarak çalışması istenmektedir.
- “Bir ürün ve organizasyon birliği” vardır; yani grubun gerçekleştirmek için tam bir görevi vardır ve grup üyeleri kendi ürünlerini tanımlayabilmektedir.

Grup Üyeleri Karakteristikleri: Takımlar genellikle uzun vadeli bir ilişkiye sahip olan, bir organizasyona yerleştirilmiş ve ortak bir proje veya hedef üzerinde birlikte çalışan gruplardır. Bu gruplar büyüklük, bileşim veya yapı bakımından önemli ölçüde değişebilmektedir. Grubun üyeleri tipik olarak bir üst tarafından takıma atanmakta, bu nedenle farklı grupların farklı karakteristiklere sahip olmaları söz konusu olmaktadır (Paulus ve diğerleri, 2012: 328). Bir grup görevi verildiğinde, inovasyon süreci bireylerin yaratıcılığıyla başlamaktadır. Yeni bir düşüncenin oluşturulması, ekipler arası etkileşim süreçleri tarafından teşvik edilse de aslında bireyler içinde yer alan bilişsel bir süreçtir. Grup üyelerinin yenilikçi olma özelliği taşıyan bireylerden seçilmesi bu noktada önem taşımaktadır. Yenilikçi bireyler aynı zamanda disiplinli olma eğilimindedirler; yüksek düzeyde bir güdü, motivasyon ve mükemmelliğe ulaşma endişesi taşımaktadırlar. Yenilikçi insanlar kendi çalışmalarına yönelme ve çalışmalarında özgür olma eğilimindedirler (West, 2003: 250-251).

Grup Üyeleri Çeşitliliği: Grup üyelerinin çeşitliliği ve fikirlere karşılıklı açık olması, bireyleri çok çeşitli alışılmadık fikirlere maruz bırakarak yaratıcılık üzerinde çalıştırabilmekte, bu tür bir maruz kalmanın yaratıcı düşünmeyi olumlu yönde etkilediği savunulmaktadır (Amabile ve diğerleri, 1996: 1160). Bununla birlikte grup üyelerinin çeşitliliğinin yaratıcılığa etkisi; yaş, belli bir pozisyondaki deneyim ve kültürel tarihe bağlı olarak da değişebilmektedir. Bazı durumlarda, kişiler arası farklılıklar etkileşimi zorlaştırabilmekte ve üyelerin birbirlerinin katkılarına daha az değer katmasına neden olabilmektedir. Grup üyelerinin bilgi tabanlarında çok fazla çeşitlilik olması durumunda, bu çeşitlilikten faydalanmak için birbirlerini yeterince iyi anlamayabilmekte ve grup içi iletişimde sıkıntılar yaşanabilmektedir. Bu noktada, grup liderinin etkisi önemli rol oynamaktadır (Paulus, 2008: 168). Farklı bakış açılarını etkili bir şekilde bütünleştiren ve çatışmayı etkili bir şekilde yöneten liderler, takımlarda inovasyon uygulamalarındaki çeşitliliğin etkisini artırabilmektedirler. Farklı perspektiflerin entegrasyonunu engelleyen liderlik süreçleri (örneğin, ekip üyeleri arasındaki çatışmaları daha da şiddetlendirerek) ise, çeşitliliğin grup süreçleri üzerindeki etkisini ve dolayısıyla grup inovasyonunu azaltacak veya geçersiz kılacaktır (West, 2003: 254).

Grup Görev Süresi: İnovasyonu teşvik etmek için, iş gruplarının zaman içerisinde üyelik değişimi sağlanmalı ve çeşitliliği korunmalıdır. Uzun süre bir arada olan gruplarda, grup içi iletişim ve geri bildirimde yaşanan sıkıntılar, bu grupların izole olmasına yol açmakta ve bu durum yaratıcı düşüncelerin ortaya çıkmasını ve dolayısıyla inovasyonu engellemektedir. Gruba yeni gelen üyeler ise mevcut yöntem ve bilgiyi geliştirebilecekleri için grubun yaratıcılığını artıracaklardır (West, 2003: 254).

1.2.4.3. Örgüt Düzeyinde İnovasyonun Bileşenleri

Örgütsel İklim: “Kültür” ve “iklim” çoğu kez birbirlerinin yerine kullanılmakla birlikte, bazı araştırmacılar bu iki kavramın kendine özgü yönleri olduğunu iddia etmektedir. Ekvall (1991) iklimi; kurumdaki yaşamı oluşturan, gözlemlenen ve yinelenen davranış, tutum ve duygu modelleri olarak tanımlamıştır. Buna göre iklim; örgüt üyelerinin deneyimledikleri, yaşamı bir organizasyondan ayıran davranışlar, duygular ve tutumlardan oluşmaktadır. Kültür ise; örgütün daha derin temellerini

içeren değerler, inançlar, tarih, gelenekler, semboller, ritüellerden oluşmaktadır. Diğer birçok değişkenle birlikte gözlenen bu davranış modelleri, kurum içindeki iklimi oluşturmaya yardımcı olmaktadır (Isaksen ve Akkermans, 2011: 165). Kültür, temel olarak üç kaynaktan kaynaklanmaktadır: (1) örgüt kurucularının benimsediği inançlar, değerler ve varsayımlar; (2) grup üyelerinin örgüt gelişimi sürecindeki öğrenme deneyimleri ve (3) örgüte katılan yeni üyeler ve liderler vasıtasıyla benimsenen yeni inançlar, değerler ve varsayımlardır (Schein, 2010: 219).

Mumford ve Gustafson (1988), bireylerin inovasyon yeteneğine sahip olduklarında bile, bunu yapma isteklerinin örgütsel iklime bağlı olduğunu iddia etmiştir. Bireyler inovasyon kapasitesini geliştirdiklerinde bile, üretken çabalarını üstlenme istekleri, belirli bir çevrede bu tür eylemlerin sonuçlarına ilişkin inançlarla şartlandırılabilir (Mumford ve Gustafson, 1988: 37).

West ve Anderson (1998), inovasyon için dört faktörlü örgüt iklimi modeli geliştirmiş; West (2003) daha sonra yaptığı çalışmalarda, bu örgüt iklimi modeline üç faktör daha eklemiştir (West ve Richter, 2008: 219; West ve Sacramento, 2012: 367).

Şekil 8: İnovasyon İçin Örgütsel İklım Faktörleri

-
- Grup Vizyonuna Açıklık Getirilmesi ve Bağlılığın Sağlanması
 - Katılımcı Güveni ve Güvenliği
 - Görev Oryantasyonu
 - İnovasyon için Destek
 - Karar Verme Sürecine Katılım
 - Çatışmayı ve Azınlığı Yapısal Olarak Yönetmek
 - Düşünümsellik
-

Kaynak: West ve Sacramento, 2012: 367.

Grup inovasyonu bağlamında, grup hedeflerinin netliğini sağlamak, yeni fikirlere odaklanmayı sağlayarak inovasyonu kolaylaştırmakta, bu da grup hedeflerinin belirsiz olduğu durumlarda daha fazla hassasiyetle filtrelenmektedir. Grup içi güvenlik; grup üyelerinin, özellikle tüm grup etkileşimleri sırasında, diğer grup üyeleri arasında hissettikleri psikolojik veya psiko-sosyal güven duygusunu ifade

etmektedir. Grup içi güvenliği sürekli olarak geliştiren gruplar, olumlu grup duygularını teşvik ederek, çatışmanın yapıcı yönetiminin ve öğrenmenin güvenli olduğu bir iklimi yaratarak hem daha yaratıcı hem de daha yenilikçi olmaktadır (West ve Sacramento, 2012: 367-368).

Görev oryantasyonu; paylaşılan vizyon ya da sonuçlarla ilgili olarak görev performansının mükemmelliğini ifade eden bir kavramdır. Görev oryantasyonu faktörü, grup içerisinde bireysel ve takım sorumluluğu üzerine performansın değerlendirilmesi ve değiştirilmesi için kontrol sistemleri, ekip içi danışmanlık, geri bildirim ve iş birliği, karşılıklı izleme, performans ve fikirlerin değerlendirilmesi, net sonuç ölçütleri, karşıt görüşlerin araştırılması, yapıcı tartışma ve görev performansının en üst düzeye çıkarılması için bir endişeyi vurgulamaktadır (West ve Sacramento, 2012: 369).

İnovasyona destek; iş ortamında yeni ve iyileştirilmiş yolların ortaya konulmasına yönelik girişimlerin sonucunda beklenen pratik ve onay desteğidir. Gruplar içinde yeni fikirlerin rutin olarak reddedildiği veya görmezden gelindiği durumlarda, sözlü veya pratik destek almak yoluyla bireysel ve grup davranışları güçlü bir şekilde şekillendirilmekte ve grup üyelerini yenilikleri tanıtmaya teşvik ederek cesaretlendirmektedir (West ve Richter, 2008: 222). Karar verme sürecine katılım sırasında fikirlerin gruplar halinde paylaşılması, grup üyelerinin benzersiz bilgi veya ilişki yapıları arasında etkileşim sağlayabilmelerine neden olmaktadır (Paulus, 2000: 246).

Görev çatışması; grubun performansına yönelik olarak yapılan değerlendirmelerin ve güçlüklerin yapıcı bir şekilde yer almasını içermektedir. Bir işbirlikçi grup bağlamında tartışma; karar verme ve yaratıcılığın kalitesini artırmaktadır. Yapıcı tartışma, karşıt görüşlerin tam olarak araştırılması ve görevle ilgili konuların açık analizleri ile karakterize edilmektedir. Karar vericilerin, rekabetçi bir bağlamda değil, karşılıklı olarak yararlı hedeflerin vurgulandığı, iş birliği içinde olan bir grup bağlamında olduklarına inandığı noktada, yaratıcılık ve inovasyon ortaya çıkmaktadır (West, 2003: 261-262).

Düşünümsellik; takım üyelerinin, takımın hedeflerini, stratejilerini ve süreçlerini daha geniş organizasyonlar ve ortamlar üzerinde toplu olarak ne ölçüde yansıttıkları ve bunları ne ölçüde uyarladıklarıdır (West, 1996: 559). Düşünümsellik;

“yansıma”, “planlama” ve “adaptasyon” olmak üzere üç ana unsurdan oluşmaktadır. Yüksek düşünömsellik; takım planlamasının detaylı olması, potansiyel sorunların kapsayıcılığı, planların hiyerarşik sıralaması ve uzun dönemli planlama ile oluşmaktadır. Uygulama planları ne kadar ayrıntılı olursa, yeniliklerin ortaya çıkma olasılığı da o kadar büyük olmaktadır (West ve Sacramento, 2012: 372).

Dış Talepler: Bireyler, gruplar ve organizasyonlar dış taleplere bağılı olarak inovasyon çalışmalarını gerçekleştirmektedirler. Örgüt iklimi, destek sistemleri, pazar ortamı veya çevresel belirsizlik gibi grubun çalışmasının dışsal bağlamı hem yaratıcılık hem de inovasyon uygulaması üzerinde oldukça önemli bir etkiye sahiptir. Gruplar üzerindeki dış talepler, etkili grup süreçlerine sahip ekiplerde inovasyon uygulamasını teşvik etmektedir (West, 2003: 259-260).

1.2.4.4. Takım Süreçlerinde İnovasyonun Bileşenleri

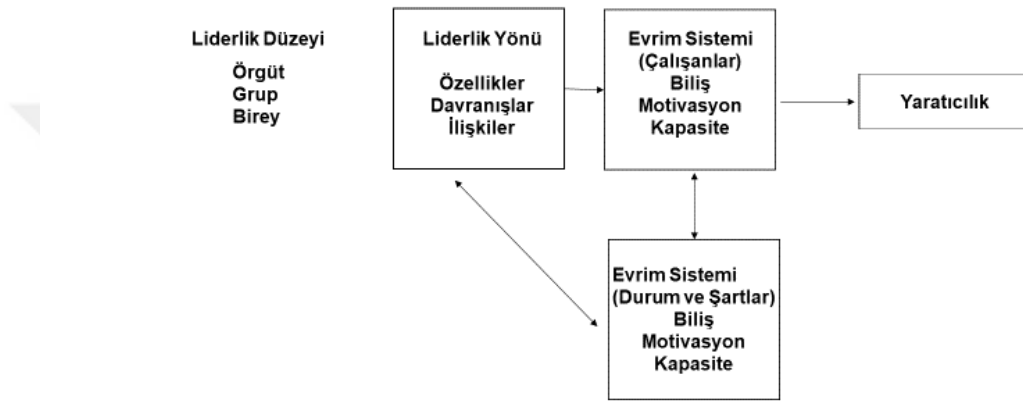
Grubun Psiko-Sosyal Güvenliği: Grup içi güvenlik; grup üyelerinin diğere grup üyeleri ve özellikle tüm grup etkileşimleri sırasında hissettikleri psikolojik veya psiko-sosyal güven duygusunu ifade etmektedir (West ve Richter, 2008: 222). Edmonson’a (1999) göre grubun psikolojik güvenliği; grubun kişilerarası risk almak için güvenli olduğu konusunda ortak bir inanç olarak tanımlanmaktadır (Edmonson, 1999: 354). Yaratıcı fikirler bireysel bilişsel süreçlerden kaynaklanmakta olup; bireylerin baskı olmayan, güvende hissettikleri ve nispeten olumlu bir etki yaşadıkları zaman yaratıcı bilişlerinin ortaya çıktığı görölmektedir (West, 2003: 264). Grubun psikolojik güvenliği, gruptaki utanç ve tehdit potansiyeline sahip olan bireylerin tepkilerini hafifletmesi sebebiyle çalışma ekiplerinde öğrenme davranışını kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda psikolojik güvenlik, grubun müşteri ihtiyaçlarını tatmin etmesine ve performansına doğrudan etki eden bir rol oynamamakta; daha ziyade, grubun çalışmalarını gerçekleştirmek için uygun eylemleri gerçekleştirmesini kolaylaştırmaktadır. Bu nedenle öğrenme davranışı, grubun psikolojik güvenliğinin performans sonuçları üzerindeki etkilerine aracılık etmelidir (Edmonson, 1999: 355).

Liderlik: Liderler, grup içerisinde yaratıcılığı yönetmek, inovasyonun gelişebileceğı örgötsel bir ortam sağlamak, ürün, hizmet, sistemler için fikirleri teşvik etmek ve bunları amaçlara götürmek için çeşitli teknikler kullanmaktadırlar (Thomas, 2004: 63). Bu bağlamda, grup veya takım üzerinde güçlü sosyal etkiler yaratmakta ve

takım performansını etkilemektedirler. Çoğu iş takımında, tek ve açıkça tanımlanmış bir takım lideri veya yöneticisi vardır ve onun tarzı ile davranışları, girdiler ve süreçler arasındaki ilişkileri idare etmede önemli bir etkiye sahiptir. (West, 2003: 265)

Tierney (2008), iş yerinde yaratıcılık konusunda liderliğin rolünü incelemek için bir model önermektedir (bknz. Şekil 9).

Şekil 9: Liderlik-Yaratıcılık Modeli



Kaynak: Tierney, 2008: 96.

Model; liderin özelliklerinin, örgütsel bağlamda ve örgüt durum/şartlarında etkin olan biliş, motivasyon ve kapasite bileşenlerinin oluşturduğu evrim sistemini etkilediğini ve dolayısıyla yaratıcılığa etkide bulunduğunu savunmaktadır. Aynı zamanda, örgüt içindeki durum ve şartların oluşturduğu evrim sistemide, liderin davranışları ve çalışanlar ile karşılıklı etkileşim halindedir (Tierney, 2008: 96). Yaratıcı liderliğin bilişsel kapasite yönü, yaratıcı problem çözme becerileridir. Bu beceriye sahip olan liderin, çalışanların yaratıcılığını yeterince değerlendirmesini, çalışanların fikirleri ve problem çözümleriyle ilgili geri bildirim sağlamasını, liderin yaratıcılık için bir rol model olarak hizmet etmesini ve takım üyelerinin gözünde yaratıcılık güvenilirliğinin temelini oluşturmasını sağlamaktadır (Tierney, 2008: 101).

Liderler, yaratıcı düşünme yeteneğinin yanı sıra planlama yeteneğine de sahip olmalıdırlar (Marta ve diğerleri, 2005: 116). Planlama becerisinin içerisinde; yargı, algısal öngörü, kavramsal öngörü, sıralama, ayrıntılandırma ve uyarlanabilir esneklik

gibi alt beceriler de söz konusudur (Marta ve diğ erleri, 2005: 100). Planlama becerisine sahip liderler; çevreyi okumak, problemin nedenlerini belirlemek, problemin     mlerinin potansiyel kısıtlamalarını ve takip eden sonuçlarını belirlemek ve belirsizlik dönemlerinde yaratıcılık için yeterli altyapıyı sağlamayı kolayla tırmaktadırlar (Tierney, 2008: 101).

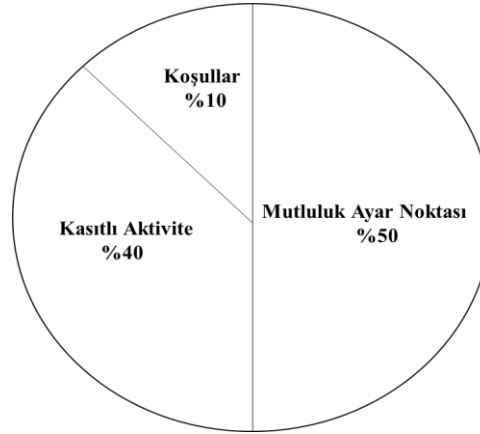
Örgütsel yaratıcılığın kaynağı bireyde ba lamakta ve göreve uygun bireylerin seçilmesi vasıtasıyla gruplar oluşturularak örgütteki inovasyon süreçlerini etkilemektedir. Bireylerin uygun görevlere seçilmesi ve grupların oluşturulması sürecindeki etkin rolü ise liderler oynamaktadır. İ  takımlarındaki yeniliği gerçekleştirmek için, liderlerin inovasyon sürecinde grup üzerindeki girdileri nasıl etkilediğini veya engellediğini incelemek önem taşımaktadır. Uygun liderlik türü seçildiği takdirde; örgüt ve grup kültürünün oluşturulması, örgüt içi ileti imdeki aksaklıkların önlenmesi, üyelerin motivasyonlarının artması ve dolayısıyla yaratıcı çalışmaların ortaya çıkması kaçınılmazdır.

1.3. MUTLULUK VE İ  YERİ MUTLULUğU KAVRAMI VE İLGİLİ AÇIKLAMALAR

1.3.1. Mutluluk ve  znel İyi Olu  Kavramı

Mutluluk fikri, bireyin öznel olarak iyi oluşuyla ilgilidir. Bireyin yaşamını bilişsel ve duygusal olarak olumlu değerlendirmesinin bir sonucudur (Diener ve Diener, 1996: 181). Bir başka deyişle mutluluk; bireyde olumlu etkinin nispeten fazla görülmesi ve olumsuz etkinin ise seyrek görülmesidir (Diener ve diğ erleri, 1991: 123). Olumlu ve olumsuz duyguların dengesi, bireyin refahı yönünden kendisini iyi hissettirirken; bireyin yaşamı hakkındaki değerlendirmesi ise, bilişsel açıdan iyi olu unu oluşturmaktadır (Miao ve diğ erleri, 2013:174).

Şekil 10: Kronik Mutluluk Düzeyini Artıran Üç Temel Faktör



Kaynak: Lyubomirsky ve diğerleri, 2005: 116.

Şekle göre bireylerin taşıdığı genetik özellikler, mutluluk varyansının %50'sini oluşturmaktadır (Lyubomirsky ve diğerleri, 2005: 116). Bu durum, genetik ayar noktası teorisiyle açıklanmaktadır. Teoriye göre bazı bireyler, genetik olarak belirlenmiş sabit bir mutluluk ayar noktasına sahiptirler. Bu nedenle, yaşadıkları içsel ve dışsal olayların neden olduğu kısa süreli duygusal dalgalanmalar (olumlu/olumsuz etki), onları düzenleyen telafi edici mekanizmalar yoluyla zaman içerisinde tipik durumlarına geri döndürmektedir. Örneğin; gelir, başarı gibi kazanımların bu bireyler üzerindeki mutluluk etkisi, diğer bireylere göre daha az ve geçici düzeydedir. Çünkü bu bireyler, genetik yapıları gereği ellerindeki sınırlı kaynaklar ile mutlu olabilmek potansiyeline zaten sahiptirler (Ormel ve diğerleri, 2017: 120).

Bireylerin içerisinde bulunduğu ortamın koşulları ise, mutluluk varyansının %10'unu oluşturmaktadır. Kasıtlı aktiviteler ise, varyansın %40'ını oluşturmaktadır; bu durum bireylerin gönüllü çabalarının mutluluk düzeylerinde artışa neden olduğu anlamına gelmektedir. Yani bireyin faaliyetlerini kasıtlı olarak değiştirmek, koşullarını değiştirmekten daha fazla mutluluğa neden olmaktadır (Lyubomirsky ve diğerleri, 2005: 116).

Fisher'a (2010) göre ise; bireyleri mutlu eden ve bazı bireylerin neden diğerlerinden daha mutlu olduğuyla ilgili yapılan araştırmaların sonucunda elde edilen genel cevaplar şunlardır: (1) çevrede bulunan bir şey veya bireyin şartları mutluluk sağlar, (2) bireyin içindeki bir şey onları az ya da çok mutlu olmaya yatkın kılar, (3) bireyin ve durumun etkileşimi mutluluk yaratır ve (4) istemli davranışlar mutluluğu etkiler (Fisher, 2010: 392).

1.3.2. Mutluluk Anlayışları

1.3.2.1. Eudaimonic (Saadetsel) Muttuluk Anlayışı

Eudaimonizm, insan mükemmelliğini temsil edecek şekilde yaşamının önemini vurgulayan etik bir felsefedir (Niemic ve Ryan, 2013: 216). Eudamonia terimi ilk defa Aristoteles tarafından Antik Yunan’da kullanılmıştır. Aristoteles’e göre eudamonia; mükemmellik kavramıyla özdeşleşmekte olup, adalet, nezaket, cesaret ve dürüstlük gibi ahlaki erdemlerin yanı sıra bireyin mesleği gibi herhangi bir faaliyetteki entelektüel seviyesi ve yüksek performansını da içermektedir. Bu kavramı kullanan filozoflar arasında Plato ve Zeno’da bulunmakla birlikte, bu filozoflar kavramı daha çok ahlaki erdem ve akıl yönüyle daha dar bir bakış açısıyla ele almışlardır (Huta, 2013: 202).

Ryff (1989) eudaimonia kavramını; bireyin kendisini iyi hissetmesinin, varoluşsal zorluklar karşısında nesnel olarak iyi hissetmesinden ziyade, potansiyelini ve nesnelerini objektif olarak gerçekleştirmesiyle açıklamaktadır. Ona göre bu kavram; psikolojik iyi olma olarak adlandırılmakta olup, kişisel gelişim, yaşamdaki amaç, özerklik, çevresel ustalık, diğerleriyle pozitif ilişkiler ve kendini kabul etme unsurlarından oluşmaktadır (Huta, 2013: 204). Eudaimonik yaklaşım, anlam arama ve kendini gerçekleştirme üzerine odaklanmaktadır. Bireyin yaşam amacına sahip olma ve potansiyelini gerçekleştirme durumu, diğer bireyler ile olan sosyal ilişkilerinin niteliğini belirlemekte ve yaşamı hakkında sorumluluklar alma duygusunu geliştirmektedir (Telef ve diğerleri, 2013: 1298).

1.3.2.2. Hedonic (Hazzal) Muttuluk Anlayışı

Etik felsefede hedonizm; hazzı en üst düzeye çıkarmaya ve mutluluğa giden yol olarak acıyı en aza indirmeye odaklanmaktadır. Bu yaklaşımın “iyi yaşam”a dayanan kökleri, kaynağı ne olursa olsun zevk deneyiminin tek yararlı unsur olduğunu savunan Yunan filozof Aristippos'un yazılarına dayanmaktadır (Niemic ve Ryan, 2013: 216). Sokrates’in öğrencilerinden biri olan Aristippos, kaynağının ne olduğuna bakılmaksızın, hazzın tek iyilik ve acının ise tek kötülük olduğunu savunmuş ve hedonizm kavramını haz alma olarak tanımlamıştır. Hobbes’a göre hedonizm ise; iyi

bir yaşamın, kişisel hazzı maksimuma çıkarmayı ve acıyı en aza indirmeyi gerektirmesidir (Huta, 2013: 202).

Hedonizm terimi ahlak felsefesinde, iyi bir yaşamın haz dolu deneyimlerden meydana geldiğini savunmaktadır. Psikolojide ise, haz aramanın insan davranışının ana itici gücü olduğu teorisini ifade etmektedir (Veenhoven, 2003: 437). Bireyin kendisine haz veren eylemlerde bulunması, mutluluk hissine yol açmaktadır. Dolayısıyla hedonizm, iyi oluşa ve mutluluğa katkıda bulunmaktadır. Önemli olan, bireyin deneyimlediği zevk ve acı veren eylemler arasında bir denge sağlayarak, yaşam doyumunu ve mutluluğunu yüksek düzeyde koruyabilmesidir (Veenhoven, 2003: 440).

1.3.2.3. Faydacı Mutluluk Anlayışı

Felsefe alanında faydacılık yaklaşımının öncüsü olan Jeremy Bentham, ekonomistler arasında ise rasyonel seçim teorisinin öncüsü olarak tanınmaktadır. Bentham'a göre duygular basit bir şekilde ölçülebilmekte, acı ve zevk arasındaki homojenlik ve simetri, her iki duygunun kolayca ikame edilebilirliğini sağlamakta ve faydaların kişiler arası karşılaştırmasını yaparak ek sosyal refah fonksiyonunu yerine getirmektedir (Guidi, 2007: 68).

Bentham'ın yaklaşımına göre zevkler ve acılar arasındaki denge “iyi oluş” kavramına dayanmaktadır. Bu dengeyi sağlayan bireyler ise mutluluğa ulaşmaktadırlar. Mutluluğun ölçülebilir bir kavram olduğunu öne sürerek, “iyi oluş” (well-being) ile “kötü oluş” (ill-being) adını verdiği boyutlar altında tüm bireylerin fayda düzeyini ölçen bir ölçek geliştirmiştir. Ekonomik açıdan ise, faydanın kardinal (sayısal) olarak ölçülebileceğini savunmuş ve azalan marjinal fayda kavramına değinmiştir (Guidi, 2007: 71-72).

Faydacılık yaklaşımı, bireylerin yapmayı öngördükleri eylemlerin seçiminde faydayı amaçlaması esasına dayanmaktadır. Bir eylemin ahlaki açıdan uygunluğu, o eylemden etkilenecek bireylerin, söz konusu diğer alternatif eylemlerden daha fazla fayda sağlamasına dayanmaktadır (Aydın, 2013: 144). Faydacılık anlayışına göre, fayda mutluluğa eşittir. Bireye fayda sağlayan eylemler, aynı zamanda mutluluk da sağlamakta ve iyi olarak nitelendirilmektedir. Fayda sağlamayan eylemler ise mutluluk da sağlamayacağından kötü olarak değerlendirilecektir (Ege, 2018: 40).

1.3.2.4. Akılcı Mutluluk Anlayışı

Akılcılık yaklaşımının öncülerinden olan John Locke, insan bilincini bireyin ve toplumun merkezine koyarak, mutluluk kavramını zaman, haz, akıl ve özgürlük bağlamında ele almıştır. Bireyler sahip oldukları bilinç sayesinde dünyada var olduklarının farkındadır ve eylemlerini bilinçli olarak gerçekleştirmektedirler (Brunner, 2007: 291-292)

Locke'un geliştirdiği bilgi kuramı "tabula rasa"ya göre; bireylerin zihni, bir metafor tarafından biçimlendirme veya yapılandırma olmaksızın boş bir şekilde dünyaya gelmektedir. Dolayısıyla bireyler, doğuştan ahlaki önermelere sahip değildirler. Hayata önceden yüklü bir bilgi ile başlamadıkları gibi, içsel zihinsel işlemler ve dışsal duyuşal deneyimlerin bir araya gelmesiyle zihinsel bir içerik oluşturmaktadırlar. Bu sayede, hangi eylemlerin "kötü ve acı verici" veya "iyi ve haz verici" olduğunu muhakeme edebilmektedirler. Dolayısıyla, doğuştan iyi veya kötü bir insan yoktur. Bireyler hayattaki deneyimleri doğrultusunda, şu anda sahip oldukları benliği kendileri yaratmışlardır (Duschinsky, 2012: 515-516).

Locke'a göre gerçek mutluluğun arayışı, "entelektüel doğanın en yüksek mükemmelliği" ile eşittir. Bu gerçek mutluluğa sahip olmak, "gerçek içgüdüsel iyiyi" arzularımızla eşleştirmekten geçmektedir (<https://www.iep.utm.edu/locke-et/>) Bu anlayışa göre mutluluk, tesadüfen ulaşılabilecek bir amaç değildir. Mutluluğu elde edebilmek için bir takım akli ve iradi çaba göstermek gerekmektedir. Bireyler, bilinçli eylemleri sonucunda mutluluğa ulaşmaktadırlar (Ege, 2018: 41).

1.3.3. Mutluluğun Bileşenleri

Bu kısımda bireylerin mutluluğu; demografik açıdan, refah düzeyi açısından, kişiler arası ilişkiler açısından ve kişilik açısından ele alınmaktadır. Ardından, sözü edilen başlıklara ilişkin literatürde yapılmış araştırmalar hakkında bilgi verilmektedir.

1.3.3.1. Demografik Açıdan

Yaş: Araştırmalara göre; bireylerin yaşı küçüldükçe, bu durum daha fazla olumlu etki ve daha az olumsuz etki ile ilişkilendirilsede, bu etki küçük ve karmaşıktır. Diener ve diğerlerine (1999) göre; yaş ve pozitif etki arasındaki ilişki erkeklerde

doğrusal, ancak kadınlarda eğriseldir (Miao ve diğerleri, 2013: 176). Mcgue, Bacon ve Lykken (1993), 20'li ve 30'lu yaşlardan oluşan iki grup ve 254 denek üzerinde yaptığı araştırmada; yaşın mutluluk üzerinde önemli dalgalanmalara sebep olduğunu kanıtlamışlardır. Bireylerin, özellikle 20'li yaşlardan 30'lu yaşlara geçerken yaşadıkları bireysel değişimler (gelir, eğitim başarısı, medeni durum vb.) ilerleyen yaşlarındaki mutluluk derecesini etkilemektedir (Lyken ve Tellegen, 1996: 188). Diener ve Suh (1998), toplamda 40 ülkeden 60.000 katılımcı üzerinde yaptıkları araştırmada; öznel iyi olma ile yaş arasındaki ilişkinin ölçülmesinde iyi olma halinin yaş arttıkça azalma gösterdiğini, yaşam doyumunun ise yaşa bağlı olarak artış gösterdiğini kanıtlamışlardır (Diener ve Suh, 1998: 304).

Cinsiyet: Meisenberg ve Woodley (2015), 95 ülkede 355.298 katılımcı üzerinde Dünya Değerler Anketi'ni (WVS) uygulayarak yaptıkları araştırmada; genel yaşam memnuniyeti ile cinsiyet arasında küçük farklılıklar tespit etmişlerdir. Örneklemde bulunan 95 ülke arasındaki 50 ülkede kadınlar için mutluluk, 45 ülkede ise erkekler için mutluluk düzeyi daha yüksek çıkmıştır. Yaşam doyumu ise; 49 ülkede kadınlar için, 46 ülkede erkekler için daha yüksektir. Kadınlar 27 ülke içerisinde erkeklerden anlamlı olarak daha mutlu ve 21 ülke içerisinde yaşam doyumu daha yüksek iken; erkekler ise 16 ülke içerisinde kadınlardan anlamlı olarak daha mutlu ve 12 ülke içerisinde yaşam doyumu daha yüksektir. Bu bağlamda, cinsiyet ile mutluluk arasındaki ilişki incelendiğinde, kadınların erkeklerden daha mutlu olduğu kanıtlanmıştır (Meisenberg ve Woodley, 2015: 1545-1546).

Medeni Durum: 42 ülke üzerinde 59.169 kişiden oluşan bir örneklemde, medeni durum ile mutluluk arasındaki ilişki incelendiğinde, dünya genelinde çok benzer olduğu ve anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Her ne kadar ülkelerin sahip olduğu kültürel yapı, medeni durum ile öznel iyi oluş arasındaki belirli ilişkilerin boyutunu değiştirse de, etki büyüklüğünün çok küçük olduğu tespit edilmiştir (Diener ve diğerleri, 2000: 435). Diener ve diğerlerinin (2003) sonraki yıllarda yaptıkları diğer büyük ölçekli başka bir çalışmaya göre ise; evliliğin yaşam doyumu üzerindeki olumlu etkisinin de kısa ömürlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Miao ve diğerleri, 2013: 176).

1.3.3.2. Refah Düzeyi Açısından

Gelir Düzeyi: Mutluluk ile gelir ilişkisine göre, kişisel gelir arttıkça memnuniyet derecesinin aynı kaldığı gözlemlenmektedir. Forbes dergisi tarafından yapılan bir araştırmada, ABD'nin en zengin 100 insanının ortalama bir Amerikan vatandaşından çok ufak oranlarla daha mutlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dahası 10 yıllık periyotta geliri artan bireylerin, geliri sabit kalan bireylerden daha mutlu olmadığı gözlemlenmiştir. Myers ve Diener'e (1996) göre; çoğu ülkenin gelir ve mutluluk arasındaki korelasyonu ihmal edilebilir oranda zayıftır, sadece Hindistan veya Bangladeş gibi dünyanın en yoksul ülkelerindeki refah seviyesi, mutluluk için bir gösterge olma özelliği taşımaktadır (Savaş, 2017: 19).

Diener ve diğerlerinin (2010), gelir düzeyi ve mutlulukla ilgili 158 ülkeden 838.154 katılımcı üzerinde Gallup Dünya Anketi'ni uygulayarak yaptıkları araştırmanın amacı; temel ihtiyaçların ve psikolojik ihtiyaçların karşılanması, bireyin yaşam standardı ile memnuniyetinin artırılması dahilinde, mutluluğun yüksek gelir ile olan ilişkisinin nedenlerini araştırmaktır. Araştırmanın sonucunda, gelir eşitliği algısı ile mutluluk arasında doğrusal bir ilişki olduğu, net gelir ile mutluluk arasında eğrisel bir ilişki olduğu, yani gelir arttıkça mutluluk üzerindeki marjinal etkinin azaldığı kanıtlanmıştır (Diener ve diğerleri, 2010: 60). İlerleyen yıllarda Diener ve diğerlerinin (2013), Gallup Dünya Anketi (GWP) 'nin bir veri alt kümesini kullanarak toplamda 135 ülkeden 806.526 katılımcı üzerinde yaptıkları araştırmada ise; gelir ile mutluluk arasındaki ilişkinin, ortalama bir bireyin maddi refahı, artan gelirine eşlik ettiği zaman memnuniyet düzeylerinin yükseldiği ve gelecekleri hakkında daha iyimser oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Diener ve diğerleri, 2013: 267).

Eğitim: Nikolaev (2016), eğitim düzeyi ile mutluluk arasındaki ilişkinin ölçülmesinde Avustralya'da bulunan 22 ile 65 yaş arası 20.143 katılımcı üzerinde yaptığı araştırmada üç önemli sonuç ortaya koymuştur: (1) yüksek öğrenim görmüş kişilerin eudaimonic ve hedonic mutluluk düzeyleri daha yüksektir; yani yaşamlarını daha anlamlı görmekte, daha fazla olumlu duygular ve daha az olumsuz duygular deneyimlemektedirler, (2) yüksek öğrenim düzeyine sahip kişiler, yaşam alanlarının çoğundan memnundurlar; ancak sahip oldukları boş zaman miktarı ile ilgili daha az düzeyde memnuniyete sahiptirler, (3) yüksek öğrenimin mutluluk üzerindeki olumlu etkisi geçen yıllara göre azalan bir oranda artış göstermektedir (Nikolaev, 2016: 18).

1.3.3.3. Kişiler Arası İlişkiler Açısından

Diener ve Seligman (2002) yaptıkları çalışmada; iyi ve güçlü sosyal ilişkilerin, mutlu bireylerin yaşamlarının gerekli bir bileşeni olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bireyler daha az yalnız kaldıkları ve başkalarıyla daha fazla zaman geçirdiklerinde mutluluk seviyeleri yükseltmektedir. Oishi, Krochik ve Akimoto (2010) ise; bireylerin gösterdiği anlayışın (başkalarının benliğinin temel yönlerini anladıkları hissinin), sosyal ilişkiler ile öznel iyi oluş arasında bir bağlantı olabileceğini savunmuşlardır (Miao ve diğerleri, 2013: 177).

1.3.3.4. Kişilik Açısından

Myers ve Diener'e (1995) göre öznel iyi olma düzeyi; dışadönüklük, nevrozizm, iyimserlik, iç kontrol odağı ve öz-saygı gibi dört önemli kişilik özelliği ile ilişkilidir. Literatürde yapılan diğer araştırmalara göre de (Lucas, 2008; Steel, Schmidt ve Shultz, 2008) dışadönüklük ve nevrozikliğin öznel iyi olmanın temel bileşenleri olduğu kanıtlanmıştır (Miao ve diğerleri, 2013: 177).

Öznel iyi olma seviyeleri ile ilişkili birçok bireysel farklılık bulunmaktadır. Bunlardan benlik saygısı, Diener ve diğerlerine (1995) göre; özellikle ABD ve Avustralya gibi bireyci ülkelerdeki öznel iyi olma ile güçlü bir şekilde ilişkilidir. Lucas ve diğerleri (1996) ise; iyimserliğin, öznel iyi olmayı olumlu olarak etkilediğini kanıtlamışlardır. Benzer şekilde yapılan çalışmalarda (Brunstein, 1993; Emmons, 1986), kişisel olarak önemli hedeflere doğru kararlı bir şekilde ilerleyen bireylerin öznel iyi olma seviyelerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Miao ve diğerleri, 2013: 177).

1.3.4. İş Yeri Mutluluğu Kavramı

İş kavramı, çoğu bireyin kimliğinin merkezinde yer almaktadır. Dolayısıyla, bireylerin zamanlarını ve enerjilerini adadıkları yaşam alanları arasında iş yeri özel bir yer tutmaktadır (Caza ve Wrzesniewski, 2013: 695). İş yeri mutluluğu; bireylerin işi ve yaşamı ile ilgili ne derece memnun olduklarını ifade eden bir kavramdır (Wesarat ve diğerleri, 2014: 78).

Yapılan iş, iyi olma halini üç şekilde etkilemektedir. Bunlardan ilki; bireyin yaptığı iş sözleşmesinin ekonomik açıdan hayatını etkilemesidir. İkincisi; yapılan işin

niteliğinin bireyi psikolojik ve fizyolojik açıdan etkilemesidir. Üçüncüsü ise; çalışma bağlamının bireyin mutluluğunu çeşitli açılardan etkilemesidir. En basit tanımıyla iş; bireyin kendisine sunulan bir maaş karşılığında gösterdiği efordur. Yani insanların barınma ve yiyecek gibi zorunlu ihtiyaçlarını karşıladıkları temel bir araçtır. Bu ihtiyaçları karşılayabilmek, bireyin refahı için şarttır. Bu nedenle iş sözleşmesi, bireyin yaşam kalitesini şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır, çünkü iş sözleşmesinin özel şartları iyi oluşu etkilemekte ve bireylerin temel ihtiyaçlarının ve isteklerinin yerine getirilip getirilemeyeceğini belirlemektedir (Caza ve Wrzesniewski, 2013: 697).

İyi oluş aynı zamanda, bireylerin iş sözleşmelerinin adillliğini nasıl değerlendirdiğinden de etkilenmektedir. Adalet değerlendirmelerinin üç ana kaynağı vardır: “kaynakların dağılımı” (dağıtım adaleti), “karar verme prosedürlerinin adaleti” (prosedür/işlem adaleti) ve “kişiler arası davranış türü” (etkileşimsel adalet). İş sözleşmelerinin çaba, girdi, ödül veya çıktılar arasındaki ilişkiye odaklanması göz önüne alındığında, bu değişimdeki adalet algıları iyi oluş açısından önem taşımaktadır. İşin niteliği hem olumlu hem de olumsuz şekilde iyi olma halini etkilemektedir. Bu etkiler, öznel iyi oluşu anlamada hedonic (hazsal) ve eudaimonic (saadetsel) olmak üzere iki yaklaşımla açıklanabilmektedir. Hazsal mutluluk deneyimlere odaklanırken; saadetsel mutluluk tatmin ve kişisel gelişim üzerine odaklanmaktadır. Hedonic yaklaşımlar, işin kendisi ile çalışanın deneyimi arasındaki ilişkiye odaklanarak, çalışanların iş durumları hakkında bulundukları öznel yargılardır. Eudaimonic yaklaşım ise, yapılan işin anlamlılık ve dürüstlük ile ilgili algıları nasıl şekillendirdiğine odaklanmaktadır. Çalışanlar işlerini; yüksek derecede özerklik, yetkinlik çeşitliliği ve yüksek görev önem düzeyine sahip olarak algıladıklarında, daha fazla mutluluk hissi yaşamaktadırlar (Caza ve Wrzesniewski, 2013: 698). Çalışma bağlamının bireylerin iyi olma hali üzerindeki etkisi ise, iş yerinin güvenliği ile başlamaktadır. Çalışanların iyi olma hali açısından, işyerindeki fiziksel ortam güvenli olmalıdır (Caza ve Wrzesniewski, 2013: 700).

Örgütsel araştırmalardaki mutlulukla ilgili yapılar üç başlık altında toplanmakta ve incelenmektedir. Bunlardan ilki; mutluluğun var olduğunun görüldüğü seviye, ikincisi; mutluluğun süreleri veya zaman içinde istikrarı ve üçüncüsü ise; mutluluğun spesifik içeriğidir (Fisher, 2010: 385-386).

Şekil 11: İş Yerinde Mutlulukla İlgili Yapılar

Geçici Seviye	Kişi Seviyesi	Birlik Seviyesi
Evrensel İş Tatmini	İş Tatmini	Kolektif İş Tatmini
Anlık Duygulanım	Duygulanım	Kolektif Duygusal Ton
Anlık Odaklanma	Örgütsel Bağlılık	Kolektif Ruh Hali
Anlık Ruh Hali	İşi Benimseme	Kolektif Katılım
Anlık Adanmışlık	Tipik Ruh Hali	Kolektif Görev Tatmini
Görevden Zevk Almak	Adanmışlık	
İşe Dair Duygular	Zindelik	
Anlık İçsel Motivasyon	Gelişme	
	İşe İlgi	

Kaynak: Fisher, 2010: 385.

Tabloda listelenen mutlulukla ilişkili yapılar, her bir katılımcı için tipik olarak tekrar tekrar ölçülen geçici duyusal deneyimlerden, bireyleri birbirinden ayıran niteliklerden, çalışma grubunun kolektif seviyesinde meydana gelen olaylara kadar sürekli değişmektedir.

Geçici seviye; bireylerin kişilik yapılarına göre farklılık gösteren anlık/geçici duygu durumlarını (sevinç, haz, mutluluk, memnuniyet vb.) içermektedir. Weiss ve Cropanzano (1996) geliştirdikleri Etkileşimsel Olaylar Teorisi'nde, gerçek zamanlı duygusal olaylara ve bireylerin bu olaylar sonucunda yaşayabilecekleri kısa süreli ruh hallerine ve duygu değişimlerine dikkat çekmişlerdir. Bu duygu değişimlerinin yarattığı anlık mutluluk hissi, kişisel seviyede olup, öznel (Fisher, 2010: 386).

Kişi seviyesi; birey düzeyinde tanımlanmış ve ölçülmüş mutlulukla ilişkili yapıları (işe bağlılık, iş doyum, duygusal bağlılık) ve işteki tipik ruh halini içermektedir. Bu seviyedeki duygu durumlarının anlık etkileşimleri en az seviyede olup, görece sabit bir şekilde ölçülebilmektedir (Fisher, 2010: 386).

Birlik seviyesi ise; takımlar, iş birimleri veya kuruluşlar gibi kolektif seviyedeki mutluluğu tanımlamaktadır. Bu yapıların ölçütleri, yapıların bireysel üyelerine ait raporlara dayanmaktadır. Bu seviyede, bireylerin kendi tecrübesi referans olup; grup seviyesindeki yapılar, bireylerin kişisel deneyimlerini veya kolektif içerisindeki özelliklerini birleştirerek yaratılmaktadır (Fisher, 2010: 386).

1.3.5. İş Yeri Mutluluğunun Bileşenleri

1.3.5.1. İş Tatmini

Örgütteki çalışanların memnuniyetini sağlamak, yönetimin en önemli görevlerinden biridir. Bu sayede çalışanlar, maksimum verim sağlayabilecek ve bu da organizasyonun ilerlemesine katkıda bulunacaktır. Bireyler çoğunlukla örgüt yöneticilerinin ve iş yeterliklerinin desteğini hissettiklerinde daha fazla tatmin olmaktadır (Özpehlivan ve Acar, 2015: 285). Locke’a (1976) göre iş tatmini; bir bireyin işi ilgili yaptığı değerlendirmelerden kaynaklanan pozitif duygu durumudur (Fisher, 2010: 388).

Görevdeki başarı ile memnuniyet arasındaki ilişkiyi inceleyen Locke, bireylere tamamladıkları görevle ilgili ne derece memnun olduklarını sorduğunda, en memnun olanlar en başarılı sonucu elde edenler olmuştur. Memnuniyet veya memnuniyetsizlik hissetmelerinin nedenleri sorulduğunda ise memnun olanlar “iyileştirme duyguları”nı cevap olarak belirtmişken; memnun olmayanlar ise “can sıkıntısı” cevabını vermişlerdir. Aslında memnun bireylerin diğerlerinden daha başarılı sonuçlar ortaya koymasının sebebi daha fazla çaba göstermeleridir. Daha fazla çaba göstermelerini sağlayan esas unsur ise yaptıkları işten keyif almalarıdır (Gruneberg, 1979: 34). Locke ayrıca, bir görevdeki “başarı” kavramının bireyler için ne anlama geldiğini de araştırmış ve bir bireyin kendi yetkinliği açısından kendi standartlarını belirleyebildiği ve bir dış ölçütün yetersiz kalmasına rağmen hedefine ulaşabildiği noktada başarıya da ulaşabileceğini ortaya koymuştur (Gruneberg, 1979: 35).

İş tatmini açısından Herzberg’in iş tatmini teorisi ise en bilinen teorilerin başında gelmektedir. Teori, “hijyen” (dışsal) ve “motivasyonel” (içsel) olmak üzere iki faktörden oluşmaktadır. İçsel faktörler; başarı, öz tanıma, yapılan iş, sorumluluk alma ve öz gerçekleştirmeyi içermekte olup, çalışanlarda iş memnuniyetini sağlamaktadır. Dışsal faktörler ise; işletme politikaları, yönetim, denetim, maaş, kişiler arası ilişkiler, iş koşulları, ücret, statü, iş güvenliği, iş sahibi ile ilişkiler ve kişisel hayatı kapsamakta olup, bu faktörlerin yokluğu çalışanlarda iş memnuniyetsizliğine yol açabilmektedir (Akova ve diğerleri, 2015: 382). Çalışanlar adil muamele gördüklerini hissettiklerinde daha yüksek iş tatmini duymakta ve psikolojik açıdan kendilerini daha iyi hissetmektedirler. Aynı zamanda örgütlerine daha fazla

güvenmekte, daha iyi çalışmakta ve daha gönüllü katılım davranışları göstermektedirler (Caza ve Wrzesniewski, 2013: 698).

1.3.5.2. Örgütsel Bağlılık

Örgütsel bağlılık; çalışanın üyesi olduğu örgüte karşı duyduğu güçlü aidiyet duygusudur. Bu kavram çalışanların tutumu ve niyeti açısından ele alındığında, örgüt adına çaba sarf etme eğilimi gösteren ve örgüt ile olan bağlantılarını sürdürmek isteyen üyelerin bağlılığının yüksek olduğu söylenebilmektedir (Cohen, 2013: 526). Başka bir deyişle örgütsel bağlılık; çalışanların, örgütün amaç ve değerleri ile özdeşleşerek etkin ve verimli bir şekilde kurdukları etkileşimdir (Fisher, 2010: 388).

Örgütsel bağlılık; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Duygusal bağlılık; çalışanın örgüte karşı duyduğu duygusal bağlanma, kimlik tespiti ve katılımıdır. Güçlü bir duygusal bağlılığa sahip çalışanlar, o örgütte çalışmaktan mutlu oldukları için çalışmaya devam etmektedirler. Devam bağlılığı; çalışanın örgütten ayrılma ile ilgili maliyetler konusunda duyduğu farkındalıktır. Örgüt ile olan birincil bağlantısı devam bağlılığına dayanan çalışanlar, bunu yapmak zorunda oldukları için çalışmaya devam etmektedir. Normatif bağlılık ise; çalışanın işe devam etme yükümlülüğü hissetmesidir. Normatif bağlılığı yüksek olan çalışanlar, örgütte kalmaları gerektiğini düşünmektedirler (Meyer ve Allen, 1991: 67). Bu üç bağlılık türü içerisinde duygusal bağlılık, mutluluk ile en ilişkili olan bağlılıktır. Duygusal bağlılığı yüksek olan çalışanlar, yaptıkları işte kendilerini mutlu hissetmektedirler.

1.3.5.3. İş Benimseme/ İşe Katılım

İnsan davranışları teknolojik gelişmelerden bağımsız olarak, örgütsel etkinliği en üst düzeye çıkarmada önemli bir rol oynamaktadır. Örgütsel etkinliği en üst düzeye çıkarmaya yönelik herhangi bir çaba, bir örgütün üyeleri arasında daha yüksek düzeyde bir iş katılımını gerektirmektedir. Dolayısıyla iş katılımı, örgüt için önemli bir motivasyonel değişkendir (Liao ve Lee, 2009: 22). İşe katılım, bireyin yaptığı iş ile özdeşleşerek, o işi kimliğinin ve öz-saygısının merkezi olarak görmesidir (Fisher, 2010: 389). Aynı zamanda bireyin benlik saygısının iş verimliliğine ne ölçüde bağlı olduğunu da ifade etmektedir (Liao ve Lee, 2009: 24).

Bireyin yaptığı işe dahil olması, üç boyutta ele alınmaktadır. Bunlar; “performansın benlik saygısına etkisi”, “işe katılım”, “kariyer ve uzmanlaşma katılımı”dır. Performansın benlik saygısına etkisi; bireyin işi hakkında düşündüğü olumlu değerleri kendi öz değeri niteliğinde içselleştirmesidir. İşe katılım; bireyin işi ile ilgili psikolojik bir kimliğe sahip olmasıdır. Kariyer ve uzmanlaşma katılımı ise; bireyin bir parçası olduğu mevcut işinde kariyer veya uzmanlık ile psikolojik bir kimlik hissine sahip olmasıdır (Jans, 1982: 58).

Rabinowitz ve Hall (1977) ise, iş katılımını iki farklı boyutta ele almışlardır. Bunlardan birincisi; “işyle psikolojik olarak özdeşleşmiş” bir bireyin işini yaparak, kendi imajını, onun için önemli bir yaşam rolüyle ifade edebilmesidir. İkincisi ise; bireyin kendi iş performansının, kişisel değer hislerini etkilediği ölçüde işine dahil olmasıdır, yani işini iyi yapmak kendini iyi hissettiriyorsa katılım artmakta ve yaptığı iş kendisini kötü hissetmesine neden oluyorsa katılım azalmaktadır (Jans, 1982: 57).

1.3.5.4. Adanmışlık

Kahn’a (1990) göre adanmışlık; bir çalışanın fiziksel, bilişsel ve duygusal açıdan tüm benliğini kullanarak örgütün iş performansına katkı sağlamasıdır (Rich ve diğerleri, 2010: 617). Kahn’a göre, adanmışlık için çalışanların kendilerine yönelttiği sorular; “(1) Kendimi bu iş için adanmak performansım açısından ne kadar anlamlı? (2) Bunu yapmak ne kadar güvenli? (3) Bunu yapabilecek yetkinlikte miyim?” şeklindedir. Bu sorulara tatmin edici cevaplar verebilen çalışanların adanmışlık derecesi yüksektir (Rich ve diğerleri, 2010: 620). Adanmış örgüt üyeleri, benliklerini aktif ve eksiksiz şekilde iş performanslarına yansıtarak çalışmaktadırlar. Bu bireyler psikolojik açıdan özenli, bağlı, entegre ve rol performanslarına odaklanmış olarak tanımlanmaktadırlar (Rich ve diğerleri, 2010: 619).

1.3.5.5. Zindelik

Shirom’a (2004) göre zindelik; bireyin fiziksel olarak (yani iş yerindeki işleri ele almak için fiziksel enerjiye sahip olduğu), duygusal olarak (yani iş arkadaşlarına ve müşterilere sempati ve empati gösterebilen) ve bilişsel olarak (düşünce süreçlerindeki ve iş yerindeki zihinsel çevikliğe sahip) güçlü olmasıdır (Boonyasiriwat ve diğerleri, 2017: 2). Schaufeli, Salanova, Gonzalez-Roma ve Bakker (2002),

zindeliğin işe adanmışlığın alt bileşenlerinden biri olduğunu savunmasına karşın, Shirom zindeliği ayrı bir kavram olarak ele almış ve 14 maddeden oluşan bir ölçek geliştirmiştir. Shirom (2011) oluşturduğu zindelik modelinde; çalışanlara sunulan kaynakların (örneğin, olumlu iş özellikleri, iş arkadaşlarıyla yüksek kaliteli ilişkiler), onların güçlü duygularını teşvik edeceğini öngörmekte ve bu duyguların işyerinde daha fazla motivasyon, iş tatmini, iş performansında artış ve örgütsel etkinliklere daha fazla katılım gibi olumlu sonuçlara neden olacağını savunmaktadır (Boonyasiriwat ve diğerleri, 2017: 2).

1.3.5.6. Anlık Odaklanma ve İçsel Motivasyon

Anlık odaklanma ve içsel motivasyon; tamamlanmış bir görevden alınan haz deneyimini ifade etmektedir. Bireyin zorlu bir görevde ilerlemesi için gerekli becerilerine tamamen konsantre olduğu zaman ortaya çıkmakta, böylece dışsal uyaranlara karşı daha az etkilenmektedir. Anlık odaklanma, bireyler hem meydan okuma hem de beceri gereksinimleri konusunda kendi kapasitelerinin üzerinde olan görevler üzerinde çalışırken ortaya çıkmaktadır. Bu gerçekleştiğinde birey sadece anın tadını çıkarmakla kalmayarak; aynı zamanda yeni beceriler edinme, öz-saygı ve kişisel zorlukları ile mücadeleyi artırma olasılığını da genişletmektedir (Fisher, 2010: 390).

İçsel motivasyon da anlık odaklanma ile benzer fakat daha az yoğunluktaki tecrübelerden oluşmaktadır. Yapılan çalışmalarda içsel motivasyonun, bireyin işiyle ilgili öz değerlendirmesi sonucu oluşan bir haz alma durumu olduğu kanıtlanmıştır. Bu haz duygusunun sürdürülmesi için dışsal bir neden olmadığının anlaşılmasından sonra, bir göreve gönüllü olarak harcanan zaman miktarı olarak tanımlanmıştır (Fisher, 2010: 390).

1.3.5.7. İşe Dair Duygular/ Duygulanım

Duygulanım; bireyin belirli bir olay veya durum karşısında gösterdiği sevinç, öfke, üzüntü gibi tepkileri ifade etmektedir. Duygulanım konusunda, Watson ve Tellegen'in yapmış oldukları çalışma, işyerinde yaşanan anlık duygu durumlarını doğrudan değerlendirerek, bunların etkilerini ölçmektedir. Geleneksel duygu sirkülasyonun iki boyutu, hedonic katman ve uyarılma aktivasyonunu içermektedir. Aynı alanın alternatif kavramsallaştırmaları, bu iki eksen 45 derece, yüksek ve düşük

pozitif duygu boyutlarına (heves / depresyon / mutsuzluk) ve yüksek ve düşük negatif etki (kaygı / gerilim / rahatlama) boyutlarına döndürmektedir (Fisher, 2010: 390). Watson ve Tellegen (1985) geliştirdikleri Pozitif ve Negatif Duygular Ölçeği'nde (PANAS); olumlu Etki (PA), bireyin ne kadar hevesli, aktif ve uyanık hissettiğini yansıtmaktadır. Yüksek PA, yüksek enerji, tam konsantrasyon ve güçlü bir etkileşim durumu iken düşük PA, mutsuzluk ve düşük enerji ile karakterizedir. Olumsuz Etki (NA) ise; düşük NA'nın öfke, hor görme, iğrenme, suçluluk, korku ve sinirlilik gibi çeşitli olumsuz duygu durum durumlarını içeren öznel sıkıntının ve düşük katılım oranının genel bir boyutunu oluşturmaktadır (Watson ve Tellegen, 1985: 1063).

Duygulanımın ölçülmesinde kullanılan bir diğer ölçek ise Fisher'ın (1997) geliştirmiş olduğu İş Duyguları Ölçeği'dir. Ölçekte, sekiz pozitif ve sekiz negatif olmak üzere spesifik duygu durumlarını tanımlayan kavramlara yer verilmektedir. Bu duygular; mutlu, hevesli, neşeli, heyecanlı, enerjik, aktif, gergin, paniklemiş, sıkıntılı, sinirli, üzgün, sıkılmış, halsiz, uyuşuk, sessiz, sakin, rahat, durgun, hoşnut ve huzurludur (Savaş, 2017: 35).

1.4. ÖZ GÜVEN, YARATICILIK VE MUTLULUK KAVRAMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Öz-güven ile yaratıcılık arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalara ulusal literatürde rastlanmamakla birlikte, uluslararası literatürde de nadir şekilde rastlanmaktadır. Goldsmith ve Matherly (1988); yaratıcılık ile öz-saygı arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla, Southeastern Üniversitesi'nde eğitim alan 55 erkek ve 63 kadın öğrenci üzerinde bir araştırma yürütmüştür (Goldsmith ve Matherly, 1988: 49). Araştırmada, öz-saygı ölçeğinin yanısıra öz-güven ölçeği de kullanılmıştır. Goldsmith ve Matherly'e göre; öz-güven ile yaratıcılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Goldsmith ve Matherly, 1988: 54).

Öz-güvenin alt kavramlarından biri olan öz-saygı ile yaratıcılık arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalar ise literatürde mevcuttur. Barbot (2018), gençlerde yaratıcılık ve öz-saygı arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla, Fransa'da eğitim alan orta okul ve lise öğrencilerinden oluşan 170 katılımcı üzerinde bir araştırma gerçekleştirmiştir (Barbot, 2018: 3). Yaratıcılığı üç ayrı boyutta (müzik, edebi/sözlü, grafik), öz-saygıyı ise yedi ayrı boyutta (duygusal, fiziksel, sosyal, gelecek, akademik,

yaratıcı, evrensel) ele alarak bir model geliştirmiştir. Barbot'a (2018) göre; katılımcılara verilen görevlere bağlı olarak öz-saygı boyutlarından bir veya birkaçı ile yaratıcılık boyutlarından bir veya birkaçı arasında anlamlı bir ilişki bulgulanmıştır. Dolayısıyla, öz-saygı ile yaratıcılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Barbot, 2018: 10). Pretz ve Nelson (2017); öz-yeterlik, zihin seti ve öz-saygının yaratıcılık üzerindeki etkilerini ölçmek amacıyla, 102 lisans öğrencisi üzerinde bir araştırma yapmışlardır (Pretz ve Nelson, 2017: 164). Pretz ve Nelson'a (2017) göre; öz-yeterlik ve öz-saygı, yaratıcılık üzerindeki en güçlü belirleyicilerdir. Dolayısıyla, öz-saygı ile yaratıcılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Pretz ve Nelson, 2017: 167). Gerrard ve diğerleri (1996); çocuklardaki yaratıcılığın artırılmasında rekabet ve öz-saygı aşılamanın rolünü araştırmak amacıyla, Kuzeydoğu Carolina'da eğitim alan 103 ilkokul öğrencisi üzerinde bir araştırma yürütmüşlerdir (Gerrard ve diğerleri, 1996: 341). Gerrard ve diğerlerine (1996) göre; öz-saygının içsel motivasyon ve yaratıcılık üzerinde olumlu yönde ve anlamlı düzeyde bir ilişkisi bulunmaktadır (Gerrard ve diğerleri, 1996: 344).

Öz-güven ve mutluluk arasındaki ilişkiyi ele alan araştırmalar, ulusal ve uluslararası literatürde bulunmaktadır. Erözkan ve diğerleri (2016); öz-yeterlik, öz-saygı ve mutluluk arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nde eğitim alan 556 üniversite öğrencisi üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Araştırmada, Akın (2007) tarafından geliştirilen öz-güven ölçeği de kullanılmıştır (Erözkan ve diğerleri, 2016: 74). Erözkan ve diğerlerine (2016) göre; öz-güven ile mutluluk arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulgulanmıştır (Erözkan ve diğerleri, 2016: 76). Cheng ve Furnham (2002); kişilik, akran ilişkileri ve öz-güvenin, mutluluk ve yalnızlık üzerindeki etkilerini ölçmek amacıyla, İngiltere'de eğitim alan ve yaşları 16-18 arasında değişen 90 katılımcı üzerinde bir araştırma gerçekleştirmişlerdir (Cheng ve Furnham, 2002: 330). Cheng ve Furnham'a (2002) göre öz-güven; mutluluk üzerinde hem doğrudan hem de denetleyici değişken olarak anlamlı bir etkiye sahiptir (Cheng ve Furnham, 2002: 335).

Yaratıcılık ile mutluluk arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalar, ulusal ve uluslararası literatürde yer almaktadır. Bilgin (2017); psikolojik ve öznel iyi oluş bağlamında mutluluk ile yaratıcılık arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla, farklı illerde kamu ve özel sektörde faaliyet gösteren üniversite ve işletmeler içerisinde katılım

gösteren 75 lisans öğrencisi ve 75 tam zamanlı çalışan üzerinde bir araştırma gerçekleştirmiştir (Bilgin, 2017: 35). Bilgin'e (2017) göre; mutluluk ile yaratıcılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır (Bilgin, 2017: 67). Ceci ve Kumar (2015); yaratıcı kapasitenin mutluluk, etki, motivasyon ve stres ile ilişkisini incelemek amacıyla, West Chester Üniversitesi'nde okuyan 420 lisans öğrencisi üzerinde bir araştırma yapmışlardır (Ceci ve Kumar, 2015: 7). Ceci ve Kumar'a (2015) göre; yaratıcı kapasite ile mutluluk arasında doğrudan anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Ancak yaratıcılık, pozitif ve negatif etki ölçekleriyle ve bunların mutlak toplamlarıyla birlikte anlamlı bir korelasyon göstermektedir. Dolayısıyla, bireylerin mutluluğu arttıkça yaratıcılıklarının da arttığı istatistiksel açıdan söylenememektedir (Ceci ve Kumar, 2015: 18). Sindane (2011); mutluluk, yaratıcılık, kişilik ve kontrol odağı arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla, İrlanda'da çalışan ve işsiz olan toplamda 131 katılımcı üzerinde bir araştırma gerçekleştirmiştir (Sindane, 2011: 22). Sindane'e (2011) göre; yaratıcılık ile mutluluk arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır (Sindane, 2011: 39).

Literatürde, yaratıcılık ile mutluluk arasında anlamlı bir ilişki olduğunu gösteren çalışmalar da mevcuttur. Jalali ve Heidari (2016); mutluluk, öznel iyi oluş, yaratıcılık ve iş performansı arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla, okul öncesi öğretmenlerinin oluşturduğu 330 kişilik bir örneklem üzerinde araştırma gerçekleştirmişlerdir (Jalali ve Heidari, 2016: 47). Jalali ve Heidari'ye göre, mutluluk ile yaratıcılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Jalali ve Heidari, 2016: 50). Yuan (2015); mutlu bireylerin daha yaratıcı faaliyetlerde bulunduğunu kanıtlamak amacıyla, Tavyan'da tasarım alanında faaliyet gösteren iki işletmede 180 çalışan üzerinde bir araştırma gerçekleştirmiştir (Yuan, 2015: 203). Yuan'a (2015) göre; bireylerin öznel iyi olma hali ile yaratıcılıkları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Yuan, 2015: 208). Tan ve Majid (2011); öğretmenlerin yaratıcılık ve mutluluk algılarını ölçmek amacıyla, Singapur'da öğretmen olarak çalışan 100 katılımcı üzerinde bir araştırma yapmışlardır (Tan ve Majid, 2011: 174). Tan ve Majid'e (2011) göre; yaratıcılık ile mutluluk arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Tan ve Majid, 2011:178).

Öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalara ise, ulusal ve uluslararası literatürde rastlanamamıştır.

1.5. ÖZ GÜVEN, YARATICILIK VE MUTLULUK KAVRAMLARINA İLİŞKİN ÖLÇEKLER

Bu tez çalışmasında; öz güven düzeyini ölçmek amacıyla, Akın (2007) tarafından geliştirilmiş “Öz Güven Ölçeği” kullanılmıştır. Yaratıcılık düzeyini ölçmek amacıyla, Kaufman (2012) tarafından geliştirilmiş “Kaufman Yaratıcılık Alanları Ölçeği” kullanılmıştır. Mutluluk düzeyini ölçmek için ise, Hills ve Argyle (2002) tarafından geliştirilmiş “Oxford Mutluluk Ölçeği” kullanılmıştır. Kullanılan ölçeklere ilişkin bilgiler, araştırmanın ikinci bölümünde yer alan “Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları” başlığı altında yer almaktadır. Bu ölçeklerin dışında, ulusal ve uluslararası literatürde yer alan öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk kavramlarına ilişkin farklı ölçekler de mevcuttur.

Akademik Öz Güven Ölçeği; Jones (2001) tarafından geliştirilmiş, 22 maddeden oluşan 5’li Likert tipi (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum) bir ölçme aracıdır. Ölçek, 85 öğrenci üzerinde uygulanmıştır (Jones, 2001: 9-10). Ölçeğin iç tutarlık katsayısı ise .90 olarak bulgulanmıştır (Jones, 2001: 17). Öz-güven ile ilgili ölçeklere literatürde fazla rastlanmamakla birlikte, öz-güven ile ilgili bir kavram olan öz-saygıyı ölçmek amacıyla geliştirilen ölçekler ise literatürde yer almaktadır.

Benlik Saygısı Ölçeği; Rosenberg (1963) tarafından öz-saygı düzeyini ölçmek amacıyla geliştirilmiş, 63 maddeden oluşan bir ölçme aracıdır. Ölçek, New York’ta eğitim alan 5024 lise öğrencisi üzerinde uygulanmıştır. Ölçek, toplamda 12 alt boyuttan oluşmaktadır. İç tutarlılık katsayısı ise .85 olarak hesaplanmıştır (Korkmaz, 1996: 49). Benlik Saygısı Envanteri; Coopersmith (1967) tarafından benlik saygısı düzeyini ölçmek amacıyla geliştirilmiş, 50 maddeden oluşan bir ölçme aracıdır. Ölçek, farklı yaş gruplarındaki çocuk katılımcılar üzerinde uygulanmak amacıyla geliştirilmiş olsada, daha sonra yetişkinlere özgü geliştirilmiş versiyonunda 25 madde bulunmaktadır (Korkmaz, 1996: 52). Ölçeğin, Turan ve Tufan (1987) tarafından yapılan geçerlik ve güvenirlik çalışmalarında ise, iç tutarlık katsayısı .76 olarak hesaplanmıştır (Korkmaz, 1996: 53).

Kolektif Öz-saygı Ölçeği; Luhtanen ve Crocker (1992) tarafından öz-saygı düzeyini ölçmek amacıyla geliştirilmiş, 16 maddeden oluşan bir ölçme aracıdır. Ölçeğin hazırlanmasında Rosenberg’in (1965) Benlik Saygısı Ölçeği’nden de

yararlanılmıştır (Luhtanen ve Crocker, 1992: 305). Ölçek, Northeastern Üniversitesi'nde eğitim alan 1200 öğrenci üzerinde uygulanmıştır (Luhtanen ve Crocker, 1992: 306). Ölçeğin, “üyelik”, “özel”, “genel/kamu” ve “kimlik” olmak üzere dört boyutu bulunmaktadır (Luhtanen ve Crocker, 1992: 307). İç tutarlık katsayısı ise .86 olarak hesaplanmıştır (Luhtanen ve Crocker, 1992: 308). İki Boyutlu Benlik Saygısı Ölçeği; Tafarodi ve Swann (2001) tarafından benlik saygısını ölçmek üzere geliştirilmiş, 16 maddeden oluşan ve 5'li Likert tipi bir ölçme aracıdır. Ölçeğin, “kendini beğenme” ve “öz-yeterlik” olmak üzere iki boyutu bulunmaktadır. Ölçek, Toronto Üniversitesi'nde eğitim alan 1325 katılımcı üzerinde uygulanmıştır (Tayfun, 2011: 127). İç tutarlık katsayısı kendini beğenme boyutu için .83, öz-yeterlik boyutu için .74 ve ölçek geneli için ise .72 olarak hesaplanmıştır (Tayfun, 2011: 126).

Yaratıcı Kişilik Ölçeği; Gough (1979) tarafından yaratıcı kişilik düzeyini ölçmek amacıyla geliştirilmiş, 30 maddeden oluşan bir ölçme aracıdır. Ölçek, 1701 katılımcı üzerinde uygulanmıştır (Gough, 1979: 1401). Birden fazla kez farklı örneklem grupları üzerinde uygulanan ölçekte, iç tutarlık katsayısı erkekler için .77 ve .73, kadınlar için ise .81 ve .73 olarak hesaplanmıştır (Gough, 1979: 1401). Yaratıcılık Stilleri Ölçeği, Kumar ve diğerleri (1997) tarafından yaratıcılığı ölçmek amacıyla geliştirilmiş, 78 maddeden oluşan ve 5'li Likert tipi (1-Kesinlikle Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılmıyorum) bir ölçme aracıdır (Kumar ve diğerleri, 1997: 54). Ölçek, 273 öğrenci üzerinde uygulanmıştır (Kumar ve diğerleri, 1997: 53). İç tutarlık katsayısı .74 olarak bulgulanmıştır (Kumar ve diğerleri, 1997: 56). Bilimsel Yaratıcılık Ölçeği; Hu ve Adey (2002) tarafından bilimsel yaratıcılık düzeyini ölçmek amacıyla geliştirilmiş, 7 maddelik açık uçlu sorulardan oluşan bir ölçme aracıdır. Ölçeğe ilişkin geliştirilmiş modelde “ürün”, “süreç” ve “özellik” olmak üzere üç boyut bulunmaktadır (Hu ve Adey, 2002: 391). Ölçeğin geliştirilmesinde Torrance'ın (1990) Yaratıcı Düşünme Testi'nden yararlanılmış ve İngiltere'de eğitim alan 160 ortaokul öğrencisi üzerinde uygulanmıştır (Hu ve Adey, 2002: 392). İç tutarlık katsayısı ise .89 olarak bulgulanmıştır (Hu ve Adey, 2002: 398).

Öznel Mutluluk Ölçeği; Lyubomirsky ve Lepper (1999) tarafından öznel mutluluk düzeyini ölçmek amacıyla geliştirilmiş, 4 maddeden oluşan ve 7'li Likert tipi (1-Çok Mutlu Biri Değilim, 7-Çok Mutlu Biriyim) bir ölçme aracıdır. Ölçek, Amerika ve Rusya'dan toplamda 2732 katılımcı üzerinde uygulanmıştır (Lyubomirsky ve

Lepper, 1999: 141). Birden fazla kez farklı örneklem grupları üzerinde uygulanan ölçekte, iç tutarlılık katsayısında .79 ile .94 arasında değişen farklı değerler elde edilmiş ancak ölçek geneli iç tutarlılık katsayısı .86 olarak belirlenmiştir (Lyubomirsky ve Lepper, 1999: 144). Mutluluk Yönelimleri Ölçeği; Peterson ve diğerleri (2005) tarafından mutluluk yönelim düzeyinin yaşam doyumu ile arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla geliştirilmiş, 18 maddeden oluşan ve 5’li Likert tipi (1-Benden çok farklı, 5-Benim gibi) bir ölçme aracıdır. 18 madde kendi içerisinde “hayattan zevk alma”, “hayata katılım” ve “hayattan anlam arama” olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Ölçek, toplamda 845 katılımcı üzerinde gerçekleştirilmiştir (Peterson ve diğerleri, 2005: 28). Ölçeğin hayattan zevk alma boyutunun iç tutarlılık katsayısı .84, hayata katılım boyutunun iç tutarlılık katsayısı .77 ve anlam arama boyutunun katsayısı ise .88 olarak bulgulanmıştır (Peterson ve diğerleri, 2005: 28).

Mutluluk ile ilgili bir kavram olan öznel iyi oluşu ölçmek amacıyla geliştirilen ölçekler de literatürde yer almaktadır. Öznel İyi Oluş Ölçeği; Tuzgöl Dost (2005) tarafından öznel iyi oluş düzeyini ölçmek amacıyla geliştirilmiş, 46 maddeden oluşan ve 5’li Likert tipi (1-Hiç Uygun Değil, 5-Çok Uygun) bir ölçme aracıdır. Ölçek geliştirilirken, Diener’in (1984) Öznel İyi Oluş Ölçeği’nden yararlanılmıştır. Ölçek, üniversite öğrencilerinden oluşan 180 katılımcı üzerinde uygulanmıştır (Tuzgöl Dost, 2005: 105). İç tutarlılık katsayısı ise .86 olarak hesaplanmıştır (Tuzgöl Dost, 2005: 106).

İKİNCİ BÖLÜM

ÇALIŞANLARIN ÖZ GÜVEN VE YARATICILIK DÜZEYLERİNİN MUTLULUKLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Çalışmanın ikinci bölümünde; öncelikle araştırmanın amacı açıklanmış, ön kabulleri ve sınırlılıkları hakkında bilgi verilmiştir. Araştırmanın yöntemi başlığı altında ise, anket çalışmasının uygulandığı örneklem ve kullanılan ölçeklerin boyutlarına dair açıklamalar yapılmıştır. Araştırmada ilk olarak öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk kavramlarının demografik değişkenler ile olan ilişkisi ölçülmüştür. Sonrasında öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla bir model geliştirilmiştir. Veriler ve bulgular kısmında ise, araştırma için oluşturulan hipotezlerin ne derece doğrulandığı hakkında istatistiksel bulgular öne sürülmüş ve değişkenler arasındaki ilişkiyi doğrulayan YEM modeli hakkında bilgi verilmiştir.

2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmada; işletmelerde çalışanların öz güven, yaratıcılık ve mutluluk düzeylerinin incelenmesi, söz konusu değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi ve bu doğrultuda bir model geliştirilmesi amaçlanmıştır.

2.2. ARAŞTIRMANIN ÖN KABULLERİ VE SINIRLILIKLARI

2.2.1. Araştırmanın Ön Kabulleri

Araştırmada ele alınan örneklem üzerinde uygulanan anket formlarına, katılımcıların objektif ve samimi bir şekilde cevap verdikleri varsayılmaktadır. Seçilen örneklemin evreni temsil ettiği varsayılmaktadır. Konu ile ilgili literatürden elde edilen bilgilerin doğru olduğu ve elde edilen verilerin değerlendirilmesi için kullanılan istatistiksel yöntemlerin doğru sonuç verdiği varsayımlarından hareket edilmiştir.

2.2.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Öz güven değişkeninin, Akın'ın (2007) geliştirmiş olduğu “Öz Güven Ölçeği” ile ölçülmesi ancak ölçeğin ölçebildiği unsurlarla sınırlıdır. Yaratıcılık

değişkeninin Kaufman'ın (2012) geliştirmiş olduğu “Yaratıcılık Alanları Ölçeği” ile ölçülmesi ancak ölçeğin ölçebildiği unsurlarla sınırlıdır. Mutluluk değişkeninin Hills ve Argyle'in (2002) geliştirmiş olduğu “Oxford Mutluluk Ölçeği” ile ölçülmesi ancak ölçeğin ölçebildiği unsurlarla sınırlıdır.

Araştırmanın savunma sanayi alanında faaliyet gösteren özel ve kamu işletmelerinin çalışanları üzerinde uygulanması örnekleme sınırlı tutmaktadır. Çalışanlar içerisinde sadece beyaz yakalılara anketin uygulanmış olması da diğer bir sınırlılığı oluşturmaktadır.

Anket formunda öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk ile ilgili sorularda kişisel kaygılardan kaynaklanan nedenlerle bazı sorulara cevap vermeme eğilimi de bir sınırlılık olarak ele alınmıştır. Anket çalışmasına verilen cevapların samimi ve güvenilir olarak verilip verilmediği de başka bir sınırlılık olarak ele alınmıştır.

2.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

2.3.1. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın örneklemini, Türkiye’de savunma sanayi alanında faaliyet gösteren kamu ve özel işletmelerdeki beyaz yakalı çalışanlar oluşturmaktadır. Araştırmaya toplamda 212 kişi katılmıştır. Özel sektörde çalışan katılımcılar 141 kişi, kamu sektöründe çalışan katılımcılar ise 71 kişidir. Araştırmada basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Uygulama, savunma sanayi alanında kamu ve özel sektörde faaliyet gösteren toplam olarak 6 işletmede yapılmıştır. Türkiye’de savunma sanayi alanında 2019 yılı itibarıyla 114 işletme faaliyet göstermektedir. Dolayısıyla evreni oluşturan 114 işletme içerisinde 6’sına ulaşılabilmektedir.

Anketler mail yoluyla çalışanlara iletilmiş ve anket verileri elektronik ortamda toplanmıştır. Katılımcılardan samimi ve güvenilir cevaplar alabilmek adına, uygulama gönüllü katılım esasına göre yapılmış ve katılımcıların “samimi” cevaplar vermesinin araştırmanın güvenilirliğini artıracığına ilişkin bir ön yazı eklenmiştir. Hazırlanan anket formlarının uygulama süreci, 4-20 Mart 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

2.3.2. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları

Araştırmada verilerin toplanması amacıyla demografik özellikler ile ilgili soru formu, öz-güven ölçeği, yaratıcılık ölçeği ve mutluluk ölçeği kullanılmıştır ve EK’te gösterilmektedir.

2.3.2.1. Demografik Bilgilere İlişkin Sorular

Örneklemin özelliklerini ortaya koymak amacıyla çalışanların demografik bilgileri toplanmış; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, çalışılan sektör ve toplam çalışma süresi ile ilgili sorular sorulmuştur.

2.3.2.2. Öz Güven Kavramına İlişkin Sorular

Öz güven değişkeninin ölçümü için öz güven ölçeği kullanılmıştır. Öz güven ölçeği, Akın (2007) tarafından öz güven düzeyini ölçmek amacıyla geliştirilmiş, 33 maddeden oluşan ve 5’li Likert tipi (1-Hiç, 5-Her Zaman) bir ölçeğe sahiptir. “İç öz-güven” ve “Dış öz-güven” olmak üzere iki boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte bulunan 4, 25, 32, 17, 10, 30, 12, 3, 19, 5, 21, 27, 9, 23, 1, 7, 15. ifadeler iç öz-güven ile ilişkili; 6, 31, 20, 29, 16, 14, 22, 11, 18, 33, 2, 28, 26, 13, 8, 24. ifadeler ise dış öz-güven ile ilişkilidir (Akın, 2007: 171).

Akın, ölçeğin uyum geçerliliği çalışması için Coopersmith Benlik Saygısı Envanteri ile kendisinin geliştirmiş olduğu Öz Güven Ölçeği arasındaki korelasyon katsayısını hesaplayarak .87 olarak belirlemiştir. Öz-güven ve öz-saygı kavramlarının çoğunlukla benzer davranışları örneklediği dikkate alındığında, iki ölçeğe arasındaki korelasyonun yüksek bulunmasının ölçeğin geçerliliğini sağladığı söylenebilmektedir. Güvenirlik çalışmasında ise, iç tutarlılık kat sayısının ölçeğin bütünü için .91, iç öz güven için .83 ve dış öz güven için .85 olduğu görülmüştür. İç tutarlılık katsayısının .91 bulunması güvenirliliğinin yüksek olduğunu göstermektedir (Akın, 2007: 174).

2.3.2.3. Yaratıcılık Kavramına İlişkin Sorular

Yaratıcılık değişkeninin ölçümü için yaratıcılık ölçeği kullanılmıştır. Yaratıcılık Alanları Ölçeği, Kaufman (2012) tarafından yaratıcılık düzeyini ölçmek amacıyla geliştirilmiş, 50 maddeden oluşan ve 6’lı Likert tipi (1-Çok Daha Az

Yaratıcıyım, 6-Çok Daha Fazla Yaratıcıyım) bir ölçme aracıdır. “Akademik”, “Bilimsel/ Mekanik”, “Sanatsal Performans”, “Öz/Günlük” ve “Sanatsal” olmak üzere beş boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte bulunan 17, 12, 20, 19, 13, 16, 21, 15, 14, 22, 18. ifadeler akademik yaratıcılık ile ilişkili; 38, 34, 35, 37, 39, 40, 36, 28. ifadeler bilimsel/mechanik yaratıcılık ile ilişkili; 26, 30, 27, 31, 25, 29, 24, 23, 32. ifadeler sanatsal performans yaratıcılığı ile ilişkili; 10, 11, 7, 9, 2, 6, 8, 4, 3. ifadeler öz/günlük yaratıcılık ile ilişkili; 44, 43, 47, 46,45. ifadeler ise sanatsal yaratıcılık ile ilişkilidir (Şahin, 2016: 860).

Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı birinci, ikinci ve toplam örnekleme sırası ile günlük/öz yaratıcılık ve akademik yaratıcılık için .86, .86 ve .86, performans (sanat) yaratıcılığı için .87, .87 ve .87, bilimsel/ mekanik yaratıcılık için .87, .86 ve .86 ve sanatsal yaratıcılık için .83, .82 ve .83 olarak hesaplanmıştır (Kaufman, 2012: 303).

Türkçeye uyarlanması ve geçerlik/güvenilirlik analizleri Şahin (2016) tarafından yapılmıştır. Uyarlama çalışmasında, ölçeğin güvenilirliği α iç tutarlılık katsayısı hesaplanarak incelenmiştir. Çalışmada alt faktörlerin α değeri .87 ile .77 aralığındadır. Ölçek geneli ise .90 olarak hesaplanmıştır. Bu değerlere göre ölçeğin güvenilir sonuçlar vereceği söylenebilmektedir. Kültürümüze uyarlanan ölçek, alt faktörleri kapsamındaki beş farklı alt alanda bireylerin yaratıcılığını ve bu alt alanların toplamından oluşan genel yaratıcılığı belirlemeye yönelik elverişli araçlardan birisi olarak kullanılabilir (Şahin, 2016: 864). Bu çalışmada, ölçeğin analizinin daha kolay yapılabilmesi için 5’li Likert (1- Daha Az yaratıcıyım, 5- Çok Daha Fazla Yaratıcıyım) tipine göre uyarlama yapılmış ve bu çalışmada Türkçeye uyarlanmış ölçek kullanılmıştır.

2.3.2.4. Mutluluk Kavramına İlişkin Sorular

Mutluluk değişkeninin ölçümü için mutluluk ölçeği kullanılmıştır. Oxford Mutluluk Ölçeği, Hills ve Argyle (2002) tarafından mutluluğu ölçmek amacıyla geliştirilmiş, 29 maddeden oluşan ve 6’lı Likert tipi (1-Hiç katılmıyorum, 6-Kesinlikle katılıyorum) bir ölçme aracıdır. Ölçeğin boyutu bulunmamakla birlikte ters anlamlı bazı maddelerden oluşmaktadır. Ölçekteki 1, 5, 6, 10, 13, 14, 19, 23, 24, 27, 28, 29. ifadeler ters anlamlıdır (Hills ve Argyle, 2002: 1080-1081).

Orijinal ölçeğin iç tutarlık katsayısı .90 olarak hesaplanmıştır (Hills ve Argyle, 2002: 1080). Türkçeye uyarlanması sırasında geçerlik ve güvenirlik analizleri Doğan ve Çötök (2011) tarafından yapılmıştır. Uyarlama çalışmasında, iç tutarlık katsayısı .74 olarak bulunmuştur. İkinci güvenirlik çalışmasında ise iki uygulama arasında .85 korelasyon elde edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, ölçeğin güvenirliğinin kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilmektedir (Doğan ve Çötök, 2011: 168). Bu araştırmada, ölçeğin analizinin daha kolay yapılabilmesi için 5'li Likert (1- Hiç Katılmıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum) tipine göre uyarlama yapılmış ve bu araştırmada Türkçeye uyarlanmış ölçek kullanılmıştır.

2.3.3. Verilerin Toplanması ve İzlenen Yol

Araştırmada veriler anket aracılığıyla toplanmıştır. Anketler mail yoluyla çalışanlara iletilmiş ve anket verileri elektronik ortamda toplanmıştır. Ankete katılım gönüllülük esasına göre gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, verilen cevapların samimi ve güvenilir olacağı varsayılmıştır. Anket formlarının görsel açıdan dikkat çekebilmesi ve katılımcının anketi cevaplarırken sıkılmaması amacıyla renkli şekilde dört sayfadan oluşturulmuştur. Anket soruları; demografik sorular, öz güven değişkenini ölçen sorular, yaratıcılık değişkenini ölçen sorular ve mutluluk değişkenini ölçen sorular olmak üzere dört bölümden oluşmaktadır.

2.3.4. Verilerin Analizi

Toplanan veriler SPSS ve AMOS paket programları ile analiz edilmiştir. Hipotezlerin test edilmesinde ise çoklu regresyon, T testi ve yapısal eşitlik modellemesi (YEM) kullanılmıştır. Yapısal eşitlik modellemesi kapsamında yapılan analizler için verilerin normal dağılım göstermesi nedeniyle maksimum olabilirlik (Maximum Likelihood) hesaplama yöntemi tercih edilmiştir (Arbuckle, 2014). Aracılık etkisi ile ilgili hipotezler Baron ve Kenny (1986) yönteminin daha güvenilir sonuçlar veren bootstrap tekniği ile test edilmiştir (Gürbüz ve Şahin, 2018: 52).

2.4. VERİLER VE BULGULAR

2.4.1. Araştırma Örneklemine İlişkin Veriler

Araştırma örnekleminin demografik değişkenlere göre dağılımlarına ilişkin frekans ve yüzdeler Tablo 1’de sunulmuştur (bkz. Tablo 1).

Tablo 1: Örneklemin Demografik Özelliklere Göre Dağılımı

	n	%
Yaş		
20-30	81	38,2%
31-40	58	27,4%
41-50	34	16%
50 Üzeri	39	18,4%
Cinsiyet		
Erkek	113	55,3%
Kadın	99	46,7%
Medeni Durum		
Evli	101	47,9%
Bekar	111	52,1%
Eğitim Durumu		
İlköğretim	6	2,8%
Lise	32	15,1%
Ön Lisans	22	10,4%
Lisans	103	48,6%
Yüksek Lisans	42	19,8%
Doktora	7	3,3%
Çalışılan Sektör		
Kamu	69	32,9%
Özel	141	67,1%
Çalışma Süresi		
1 Yıldan Az	24	11,4%
1-5 Yıl	59	28,1%
6-10 Yıl	33	15,7%
10 Yıldan Fazla	94	44,8%

Tablo 1’e göre; araştırma örnekleminin %38,2’lik kısmı 20-30 yaş, %27,4’lük kısmı 31-40 yaş, %16’lık kısmı 41-50 yaş ve %18,4’lük kısmı 50 üzeri yaş grubundadır. Örneklemin %55,3’lük kısmını erkekler oluştururken, %46,7’lik kısmı ise kadınlardan oluşmaktadır. Örneklemin %52,1’lik kısmı evli iken, %47,9’luk kısmı bekar olduklarını belirtmiştir. Eğitim durumlarına bakıldığında; %2,8’lik kısmın ilköğretim mezunu, %15,1’lik kısmın lise mezunu, %10,4’lük kısmın ön lisans

mezunu, %48,6'lık kısmın lisans mezunu, %19,8'lik kısmın yüksek lisans mezunu, %3,3'lük kısmın ise doktora mezunu görülmektedir. Katılımcıların %33'ünün kamu sektöründe, %67'sinin ise özel sektörde çalıştığı görülmektedir. Son olarak katılımcıların toplam çalışma süresine bakıldığında ise; %11,4'lük kısmın 1 yıldan az, %28,1'lik kısmın 1-5 yıl, %15,7'lik kısmın 6-10 yıl, %44,8'lik kısmın 10 yıldan fazla süredir çalıştıkları görülmektedir.

2.4.2. Hipotezler ve Araştırma Modeli

Hipotezler

H1: Katılımcıların mutluluk (H1a), iç öz-güven (H1b), dış öz-güven (H1c), günlük/öz yaratıcılık (H1ç), akademik yaratıcılık (H1d), sanatsal yaratıcılık (H1e), bilimsel/mechanik yaratıcılık (H1f) ve sanatsal performans yaratıcılığı (H1g) cinsiyetlerine göre farklılaşır.

H2: Katılımcıların yaşı; mutluluk (H2a), iç öz-güven (H2b), dış öz-güven (H2c), günlük/öz yaratıcılık (H2ç), akademik yaratıcılık (H2d), sanatsal yaratıcılık (H2e), bilimsel/mechanik yaratıcılık (H2f) ve sanatsal performans yaratıcılığını (H2g) etkiler.

H3: Katılımcıların mutluluk (H3a), iç öz-güven (H3b), dış öz-güven (H3c), günlük/öz yaratıcılık (H3ç), akademik yaratıcılık (H3d), sanatsal yaratıcılık (H3e), bilimsel/mechanik yaratıcılık (H3f) ve sanatsal performans yaratıcılığı (H3g) medeni durumlarına göre farklılaşır.

H4: Katılımcıların eğitim durumu; mutluluk (H4a), iç öz-güven (H4b), dış öz-güven (H4c), günlük/öz yaratıcılık (H4ç), akademik yaratıcılık (H4d), sanatsal yaratıcılık (H4e), bilimsel/mechanik yaratıcılık (H4f) ve sanatsal performans yaratıcılığını (H4g) etkiler.

H5: Katılımcıların mutluluk (H5a), iç öz-güven (H5b), dış öz-güven (H5c), günlük/öz yaratıcılık (H5ç), akademik yaratıcılık (H5d), sanatsal yaratıcılık (H5e), bilimsel/mechanik yaratıcılık (H5f) ve sanatsal performans yaratıcılığı (H5g) çalıştıkları sektöre göre farklılaşır.

H6: Katılımcıların çalışma süresi; mutluluk (H6a), iç öz-güven (H6b), dış öz-güven (H6c), günlük/öz yaratıcılık (H6ç), akademik yaratıcılık (H6d), sanatsal yaratıcılık (H6e), bilimsel/mechanik yaratıcılık (H6f) ve sanatsal performans yaratıcılığını (H6g) etkiler.

H7: Dış öz-güven; günlük/öz yaratıcılık (H7a), akademik yaratıcılık (H7b), sanatsal yaratıcılık (H7c), bilimsel/mechanik yaratıcılık (H7ç) ve sanatsal performans yaratıcılığını (H7d) etkiler.

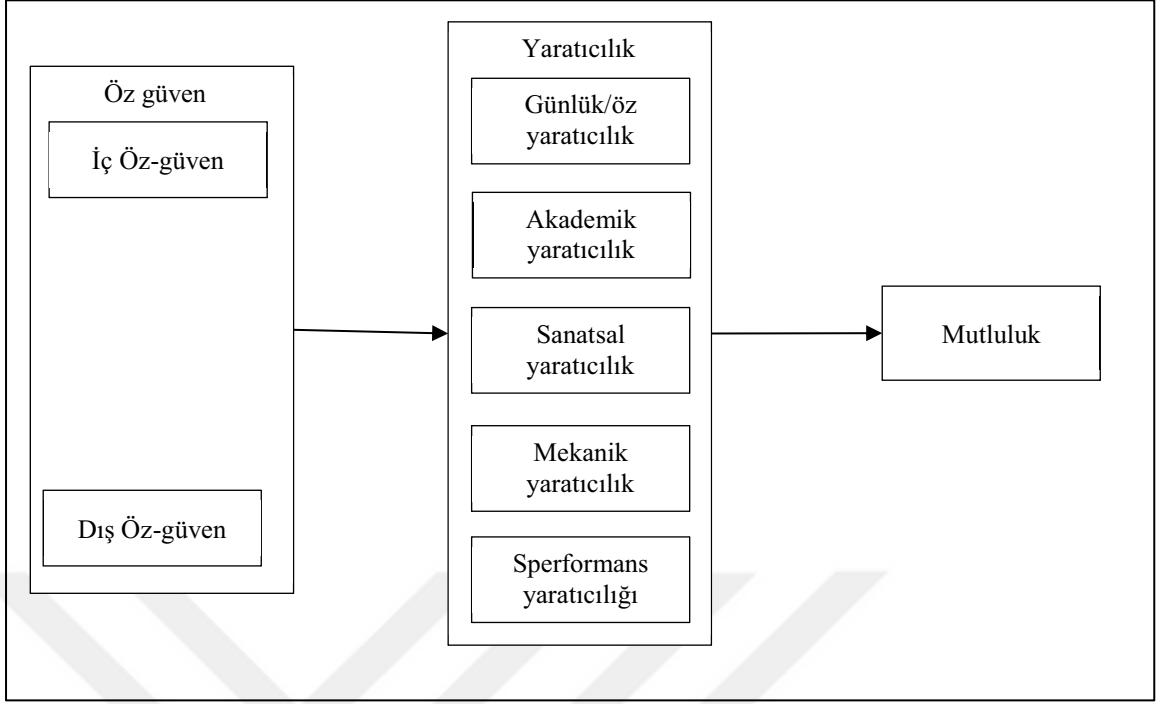
H8: İç öz-güven; günlük/öz yaratıcılığı (H8a), akademik yaratıcılığı (H8b), sanatsal yaratıcılığı (H8c), bilimsel/mechanik yaratıcılığı (H8ç) ve sanatsal performans yaratıcılığını (H8d) etkiler.

H9: Günlük/öz yaratıcılık (H9a), akademik yaratıcılık (H9b), sanatsal yaratıcılık (H9c), bilimsel/mechanik yaratıcılık (H9ç) ve sanatsal performans yaratıcılık (H9d), mutluluğu etkiler.

H10: Günlük/öz yaratıcılık (H10a), akademik yaratıcılık (H10b), sanatsal yaratıcılık (H10c), bilimsel/mechanik yaratıcılık (H10ç) ve sanatsal performans yaratıcılığı (H10d), öz güven-mutluluk ilişkisine aracılık eder.

Araştırma Modeli

Tez çalışmasının ana değişkenlerini oluşturan öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla bir YEM modeli geliştirilmiştir. Geliştirilen modelde; öz-güven ölçeğinin iki alt boyutu (iç ve dış özgüven), yaratıcılık ölçeğinin beş alt boyutu (günlük/öz, akademik/ sanatsal/ mekanik/sanatsal performans yaratıcılığı) ve tek boyutlu mutluluk ölçeği kullanılmıştır.



Araştırma modeline göre; öz-güven ve yaratıcılığın alt boyutları, mutluluğun belirleyicileri olarak ele alındığından “bağımsız değişkenler”dir. Mutluluk ise, modelin “bağımlı değişkeni”dir.

2.4.3. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bu bölümünde, öncelikle araştırmada kullanılan değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler ve korelasyon analizi bulguları sunulmaktadır. Daha sonra hipotezlerin test edilmesi amacıyla yapılan regresyon, T testi ve YEM (Yapısal Eşitlik Modeli) analizlerinin sonuçlarına yer verilmektedir.

2.4.3.1. Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Bulguları

Araştırma değişkenleri arasındaki Pearson korelasyon katsayıları, değişkenlere ait ortalama değerler ve standart sapma değerleri Tablo 2’de sunulmuştur (bkznz. Tablo 2).

Tablo 2: Araştırmanın Değişkenlerine Ait Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Değerleri (n= 212)

Değişkenler	Ort.	SS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. Mutluluk	3.41	0.60	1												
2. İç öz-güven	3.74	0.75	.791**	1											
3. Dış öz-güven	3.72	0.78	.828**	.914**	1										
4. Günlük Yaratıcılık	3.21	0.90	.811**	.848**	.848**	1									
5. Akademik Yaratıcılık	2.97	0.95	.571**	.689**	.639**	.718**	1								
6. Sanatsal Yaratıcılık	2.19	0.94	.399**	.420**	.431**	.492**	.497**	1							
7. Mekanik Yaratıcılık	2.47	1.05	.294**	.434**	.337**	.426**	.554**	.453**	1						
8.SPPerformans Yaratıcılığı	2.55	0.94	.438**	.496**	.479**	.584**	.577**	.631**	.537**	1					
9. Cinsiyet	1.47	0.50	-.072	-.081	-.032	-.071	-.108	-.101	-.453**	-.028	1				
10. Yaş	2.15	1.12	.318**	.309**	.270**	.340**	.340**	.120	.166*	.226**	-.249**	1			
11. Medeni durum	1.48	0.50	-.354**	-.272**	-.244**	-.308**	-.231**	-.044	-.177*	-.105	.249**	-.526**	1		
12. Eğitim	3.77	1.12	-.045	-.058	-.080	-.095	.161*	-.030	.126	-.030	.063	-.143*	.127	1	
13. Sektör	1.67	0.47	.189**	.288**	.288**	.295**	.156*	.246**	.182**	.244**	-.138*	-.101	-.108	-.315**	1
14. Çalışma süresi	2.94	1.90	.301**	.321**	.267**	.343**	.320**	.169*	.193*	.204**	-.324**	.763**	-.596**	-.236**	.089

Not: *p<0.05; **p<0.01; Cinsiyet kadın 1, erkek 2; yaş 20-30 arası 1, 31-40 yaş arası 2, 41-50 yaş arası 3, 50 üzeri 4; medeni durum bekar 1, evli 2; eğitim düzeyi ilköğretim 1, lise 2, önlisans 3, lisans 4, yüksek lisans 5, doktora 6; sektör kamu 1, özel sektör 2; çalışma süresi 1 yıldan az 1, 1-5 arası, 2,6-10 arası 3, 10 üstü 4 olarak kodlanmıştır.

Tablo 2'deki bulgulara göre, mutluluk ile iç öz-güven ($r=.79$, $p<.01$), dış öz-güven ($r=.83$, $p<.01$), günlük/öz yaratıcılık ($r=.81$, $p<.01$), akademik yaratıcılık ($r=.57$, $p<.01$), sanatsal yaratıcılık ($r=.40$, $p<.01$), bilimsel/mechanik yaratıcılık ($r=.29$, $p<.01$), sanatsal performans yaratıcılığı ($r=.44$, $p<.01$), yaş ($r=.32$, $p<.01$), çalışılan sektör ($r=.19$, $p<.01$) ve çalışma süresi ($r=.30$, $p<.01$) arasında olumlu yönde ve anlamlı düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Mutluluk ile medeni durum ($r=-.35$, $p<.01$) arasında ise olumsuz yönde ve anlamlı düzeyde bir ilişki bulunmaktadır.

Demografik değişkenlerden cinsiyetin, yalnızca bilimsel/mechanik yaratıcılıkla olumsuz yönde ve anlamlı düzeyde bir ilişkisi olduğu gözlenmiştir ($r=-.45$, $p<.01$). Yaş ise, mutluluk ($r=.32$, $p<.01$), iç öz-güven ($r=.31$, $p<.01$), dış öz-güven ($r=.27$, $p<.01$), günlük/öz yaratıcılık ($r=.34$, $p<.01$), akademik yaratıcılık ($r=.34$, $p<.01$), bilimsel/mechanik yaratıcılık ($r=.17$, $p<.05$), sanatsal performans yaratıcılığı ($r=.23$, $p<.01$) ile olumlu yönde ve anlamlı düzeyde ilişkilidir. Medeni durum ise mutluluk, öz-güven ve yaratıcılık (sanatsal yaratıcılık hariç) ile olumsuz yönde ve anlamlı

düzeyde ilişkilidir. Eğitim durumu, yalnızca akademik yaratıcılık ile olumlu yönde ve anlamlı düzeyde bir ilişki içindedir ($r=.16$, $p<.05$). Son olarak, çalışılan sektör ve çalışma süresi ile mutluluk, öz-güven ve yaratıcılık alanları arasında olumlu yönde ve anlamlı düzeyde bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bu bulgulardan yola çıkarak genel olarak yaş ve çalışma süresi arttıkça çalışanların mutluluk, öz-güven ve yaratıcılıklarının da arttığı ifade edilebilmektedir.

2.4.3.2. Demografik Değişkenlere İlişkin Hipotez Testleri

Demografik değişkenlerin, bağımlı değişkenler üzerindeki etkilerini tespit etmek ve araştırmanın H2 (yaş), H4 (eğitim) ve H6 (çalışma süresi) hipotezlerini test etmek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Bu amaçla, her bir bağımlı değişken için ayrı ayrı regresyon modelleri kurulmuştur. Bu kapsamda yapılan regresyon analizlerinin sonuçları Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3: Demografik Değişkenlerin, Diğer Değişkenler Üzerindeki Etkisinin Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları (n= 212)

Değişkenler	Mutluluk (Model-1)	İç Öz-güven (Model-2)	Dış Öz- güven (Model-3)	Günlük/ öz yaratıcılık (Model-4)	Akademik Yaratıcılık (Model-5)	Sanatsal Yaratıcılık (Model-6)	Bilimsel/ Mekanik Yaratıcılık (Model-7)	Sanatsal Performans Yaratıcılığı (Model-8)
	β	β	β	B	β	β	β	β
Cinsiyet	.084	.079	.118	.102	.035	-.011	-.414**	.085
Yaş	.222 *	.242*	.255**	.267**	.278**	.092	.061	.266*
Medeni durum	-.261 **	-.083	-.088	-.123	-.024	.102	-.068	.056
Eğitim	.062	.107	.067	.070	.323**	.068	.227**	.097
Sektör	.216 **	.341**	.342**	.341**	.275**	.273**	.187**	.314**
Çalışma süresi	-.010	.102	.038	.080	.153	.139	.003	.050
R^2	.197	.214	.190	.242	.236	.090	.272	.129

Not: * $p<0,05$; ** $p<0,01$

Tablo 3'deki birinci modelde, regresyon analizine dahil edilen tüm demografik değişkenlerin mutluluk üzerindeki etkileri görülmektedir. Buna göre demografik değişkenlerin tamamı mutluluktaki değişimin yaklaşık %20'sini açıklamaktadır ($R^2=.197$). Düzeltilmiş beta değerleri incelendiğinde yaş ($\beta=.222$, $p<.05$), medeni durum ($\beta=-.261$, $p<.01$) ve çalışılan sektör ($\beta=.216$, $p<.01$) değişkenlerinin, mutluluk üzerindeki etkilerinin anlamlı düzeyde olduğu saptanmıştır.

Tablo 3'deki ikinci modelde, regresyon analizine dahil edilen tüm demografik değişkenlerin iç öz-güven üzerindeki etkileri görülmektedir. Buna göre demografik değişkenlerin tamamı iç öz-güvendeki değişimin yaklaşık %21'ini açıklamaktadır ($R^2=.214$). Düzeltilmiş beta değerleri incelendiğinde yaş ($\beta=.242$, $p<.05$) ve çalışılan sektör ($\beta=.341$, $p<.01$) değişkenlerinin, iç öz-güven üzerindeki etkilerinin anlamlı düzeyde olduğu saptanmıştır.

Tablo 3'deki üçüncü modelde, regresyon analizine dahil edilen tüm demografik değişkenlerin dış öz-güven üzerindeki etkileri görülmektedir. Buna göre demografik değişkenlerin tamamı dış güvendeki değişimin yaklaşık %19'unu açıklamaktadır ($R^2=.190$). Düzeltilmiş beta değerleri incelendiğinde yaş ($\beta=.255$, $p<.05$) ve çalışılan sektör ($\beta=.342$, $p<.01$) değişkenlerinin, dış güven üzerindeki etkilerinin anlamlı olduğu saptanmıştır.

Tablo 3'deki dördüncü modelde, regresyon analizinde dahil edilen tüm demografik değişkenlerin günlük/öz yaratıcılık üzerindeki etkileri görülmektedir. Buna göre demografik değişkenlerin tamamı günlük/öz yaratıcılıktaki değişimin yaklaşık %24'ünü açıklamaktadır ($R^2=.242$). Düzeltilmiş beta değerleri incelendiğinde yaş ($\beta=.267$, $p<.01$) ve çalışılan sektör ($\beta=.341$, $p<.01$) değişkenlerinin, günlük/öz yaratıcılık üzerindeki etkilerinin anlamlı düzeyde olduğu saptanmıştır.

Tablo 3'deki beşinci modelde, regresyon analizinde dahil edilen tüm demografik değişkenlerin akademik yaratıcılık üzerindeki etkileri görülmektedir. Buna göre demografik değişkenlerin tamamı akademik yaratıcılıktaki değişimin yaklaşık %24'ünü açıklamaktadır ($R^2=.236$). Düzeltilmiş beta değerleri incelendiğinde yaş ($\beta=.278$, $p<.05$), eğitim durumu ($\beta=.323$, $p<.05$) ve çalışılan sektör ($\beta=.275$, $p<.01$) değişkenlerinin, akademik yaratıcılık üzerindeki etkilerinin anlamlı düzeyde olduğu saptanmıştır.

Tablo 3'deki altıncı modelde, regresyon analizinde dahil edilen tüm demografik değişkenlerin sanatsal yaratıcılık üzerindeki etkileri görülmektedir. Buna göre demografik değişkenlerin tamamı sanatsal yaratıcılıktaki değişimin yaklaşık %9'unu açıklamaktadır ($R^2=.090$). Düzeltilmiş beta değerleri incelendiğinde yalnızca çalışılan sektör ($\beta=.273$, $p<.01$) değişkeninin, sanatsal yaratıcılık üzerindeki etkisinin anlamlı düzeyde olduğu saptanmıştır.

Tablo 3'deki yedinci modelde, regresyon analizinde dahil edilen tüm demografik değişkenlerin bilimsel/mechanik yaratıcılık üzerindeki etkileri görülmektedir. Buna göre demografik değişkenlerin tamamı bilimsel/mechanik yaratıcılıktaki değişimin yaklaşık %27'sini açıklamaktadır ($R^2=.272$). Düzeltilmiş beta değerleri incelendiğinde cinsiyet ($\beta=-.414$, $p<.01$), eğitim durumu ($\beta=.227$, $p<.05$) ve çalışılan sektör ($\beta=.187$, $p<.01$) değişkenlerinin, bilimsel/mechanik yaratıcılık üzerindeki etkisinin anlamlı düzeyde olduğu saptanmıştır.

Tablo 3'deki son model olan sekizinci modelde, regresyon analizinde dahil edilen tüm demografik değişkenlerin sanatsal performans yaratıcılığı üzerindeki etkileri görülmektedir. Buna göre demografik değişkenlerin tamamı sanatsal performans yaratıcılığındaki değişimin yaklaşık %13'ünü açıklamaktadır ($R^2=.129$). Düzeltilmiş beta değerleri incelendiğinde yaş ($\beta=.266$, $p<.05$) ve çalışılan sektör ($\beta=.314$, $p<.01$) değişkenlerinin, sanatsal performans yaratıcılığı üzerindeki etkilerinin anlamlı düzeyde olduğu saptanmıştır.

Regresyon analiz sonuçları dikkate alındığından çalışma süresinin hiçbir bağımlı değişken üzerinde anlamlı etkisinin olmadığı, çalışılan sektörün tüm bağımlı değişkenler üzerindeki etkilerinin anlamlı olduğu, cinsiyetin yalnızca bilimsel/mechanik yaratıcılık üzerindeki etkisinin anlamlı olduğu, yaş, medeni durum ve eğitim durumunun ise bazı bağımlı değişkenlerin üzerindeki etkilerinin anlamlı düzeyde olduğu ifade edilebilmektedir. Bu bulgular doğrultusunda H2 (yaş) ve H4 (eğitim) hipotezleri kısmen desteklenmiş, H6 (çalışma süresi) hipotezi ise reddedilmiştir.

Araştırmaya katılan katılımcıların mutluluk, öz-güven ve yaratıcılıklarının; cinsiyet, medeni durum ve çalışılan sektöre göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığını daha belirgin şekilde tespit etmek amacıyla bağımsız gruplar arası t testi (independent samples t test) uygulanmıştır. Bu analiz ile aynı zamanda

araştırmanın H1, H3 ve H5 hipotezleri test edilmiştir. T testi analizi neticesinde anlamlı bulunan sonuçlar raporlanmıştır. Tablo 4'teki T testi sonuçlarına göre, katılımcıların yalnızca bilimsel/mechanik yaratıcılığı cinsiyetlerine göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Erkeklerin bilimsel/mechanik yaratıcılık puan ortalaması ($\bar{x}$ =2.91), kadınların puanına (1.96) göre anlamlı düzeyde daha yüksektir ($t(210)=7.369$, $p<.01$). Bu bulgudan hareketle, erkek katılımcıların kadın katılımcılardan daha fazla bilimsel/mechanik yaratıcılığa sahip oldukları ifade edilebilmektedir.

Tablo 4: Cinsiyete Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

Değişken	Cinsiyet	<i>n</i>	<i>ORT.</i>	<i>SS</i>	<i>SD</i>	<i>T</i>	<i>P</i>
Bilimsel/Mekanik yaratıcılık	Erkek	113	2.91	1.01	210	7369	.000
	Kadın	99	1.96	.84			

Medeni durum bakımından T testi sonuçları incelendiğinde, katılımcıların mutluluk, iç öz-güven, dış öz-güven, günlük/öz yaratıcılık, akademik yaratıcılık ve bilimsel/mechanik yaratıcılıkları medeni durumlarına göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Tablo 5'teki sonuçlara göre bekar katılımcıların mutluluk puan ortalaması ($\bar{x}$ =3.61), evlilerin puanına (3.19) göre anlamlı düzeyde daha yüksektir ($t(210)=5.416$, $p<.01$). Benzer şekilde bekar katılımcıların iç ve dış öz-güven ortalamaları (sırasıyla; $\bar{x}$ =3.94, $\bar{x}$ =3.90), evlilerin puanlarına göre (sırasıyla; $\bar{x}$ =3.53, $\bar{x}$ =3.52) göre anlamlı düzeyde daha yüksektir (sırasıyla; $t(210)=4.031$, $p<.01$, sırasıyla; $t(210)=3.607$, $p<.01$). Son olarak bekar katılımcıların günlük/öz yaratıcılık, akademik yaratıcılık ve bilimsel/mechanik yaratıcılıkları ortalamaları (sırasıyla; $\bar{x}$ = 3.47, $\bar{x}$ =3.18, $\bar{x}$ =2.65), evlilerin puanlarına göre (sırasıyla; $\bar{x}$ =2.92, $\bar{x}$ = 2.74, $\bar{x}$ =2.28) göre anlamlı düzeyde daha yüksektir (sırasıyla; $t(210)=4.617$, $p<.01$, sırasıyla; $t(210)= 3.406$; $p<.01$, $t(210)= 2.589$, $p<.05$).

Tablo 5: Medeni Duruma Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

Değişken	Medeni durum	<i>n</i>	<i>ORT.</i>	<i>SS</i>	<i>SD</i>	<i>T</i>	<i>P</i>
Mutluluk	Bekar	111	3.61	0.43	210	5.416	.000
	Evli	101	3.19	0.67			
İç Öz-güven	Bekar	111	3.94	0.60		4.031	.000
	Evli	101	3.53	0.83			
Dış Öz-güven	Bekar	111	3.90	0.66		3.607	.000
	Evli	101	3.52	0.86			
Günlük/öz yaratıcılık	Bekar	111	3.47	0.69		4.617	.000
	Evli	101	2.92	1.01			
Akademik yaratıcılık	Bekar	111	3.18	0.78		3.406	.001
	Evli	101	2.74	1.07			
Bilimsel/mechanik yaratıcılık	Bekar	111	2.65	1.02		2.589	.010
	Evli	101	2.28	1.06			

Çalışılan sektör bakımından T testi sonuçları incelendiğinde, tüm değişkenlere yönelik katılımcıların puanları, çalışılan sektöre göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Tablo 6'daki sonuçlara göre, özel sektörde çalışan katılımcıların tüm değişkenlere ait puan ortalamaları, kamu sektöründe çalışan katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Bu bulgular doğrultusunda H1 ve H3 hipotezleri kısmen, H5 hipotezi ise tamamen desteklenmiştir.

Tablo 6: Çalışılan Sektöre Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

Değişken	Sektör	<i>n</i>	<i>ORT.</i>	<i>SS</i>	<i>SD</i>	<i>T</i>	<i>P</i>
Mutluluk	Kamu	69	3.25	0.72	210	-2.471	.015
	Özel	141	3.48	0.50			
İç Öz-güven	Kamu	69	3.43	0.79		-4.108	.000
	Özel	141	3.89	0.67			
Dış Öz-güven	Kamu	69	3.39	0.85		-4.054	.000
	Özel	141	3.87	0.70			
Günlük/öz yaratıcılık	Kamu	69	2.82	0.95		-4.223	.000
	Özel	141	3.38	0.81			
Akademik yaratıcılık	Kamu	69	2.75	1.01		-2.185	.031
	Özel	141	3.06	0.90			
Bilimsel/mechanik yaratıcılık	Kamu	69	1.86	0.74		-2.669	.008
	Özel	141	2.34	0.96			
Sanatsal Yaratıcılık	Kamu	69	2.19	0.99		-3.992	.000
	Özel	141	2.59	1.04			
Sanatsal performans yaratıcılığı	Kamu	69	2.21	0.85		-3.752	.000
	Özel	141	2.70	0.93			

2.4.3.3. Araştırma Modeline İlişkin Hipotez Testleri

Araştırmada özgüven, yaratıcılık alanları ve mutluluk değişkenleri arasındaki ilişkiler, yapısal eşitlik modellemesi (YEM) ile analiz edilmiştir. YEM analizi kapsamında ilk olarak dış ve iç öz-güvenin bağımsız, beş yaratıcılık alanının aracı/düzenleyici ve mutluluğun ise bağımlı değişken olduğu bir aracı model test edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda; kurulan modelinin uyum iyiliği değerlerinin yazında kabul gören değerlere (Gürbüz ve Şahin, 2018) uygun olmadığı tespit edilmiştir ($\chi^2[10, N=212]=215.740$, $p<.01$, $\chi^2/df=21.574$, $RMSEA=.31$, $CFI=.86$ ve $GFI=.75$). Başka bir anlatımla, kurulan yapısal modelin veriyle uyumlu olmadığı tespit edilmiştir. Bu sonucun üzerine anlamsız çıkan yollar ve değişkenler modelden çıkarılmış ve analiz tekrarlanmıştır. Bu işlemten sonra yenilenen yapısal eşitlik modeline ilişkin sonuçlar Şekil 12’de verilmiştir. Yenilenen modele ilişkin uyum iyiliği değerlerinin yazında kabul gören değerlere uygun olduğu ($\chi^2[1, N=212]=.217$, $p>.05$, $\chi^2/sd=.217$, $RMSEA=.00$, $CFI=.1$ ve $GFI=.99$) ve modelin veri ile mükemmel uyum gösterdiği tespit edilmiştir (Gürbüz ve Şahin, 2018).

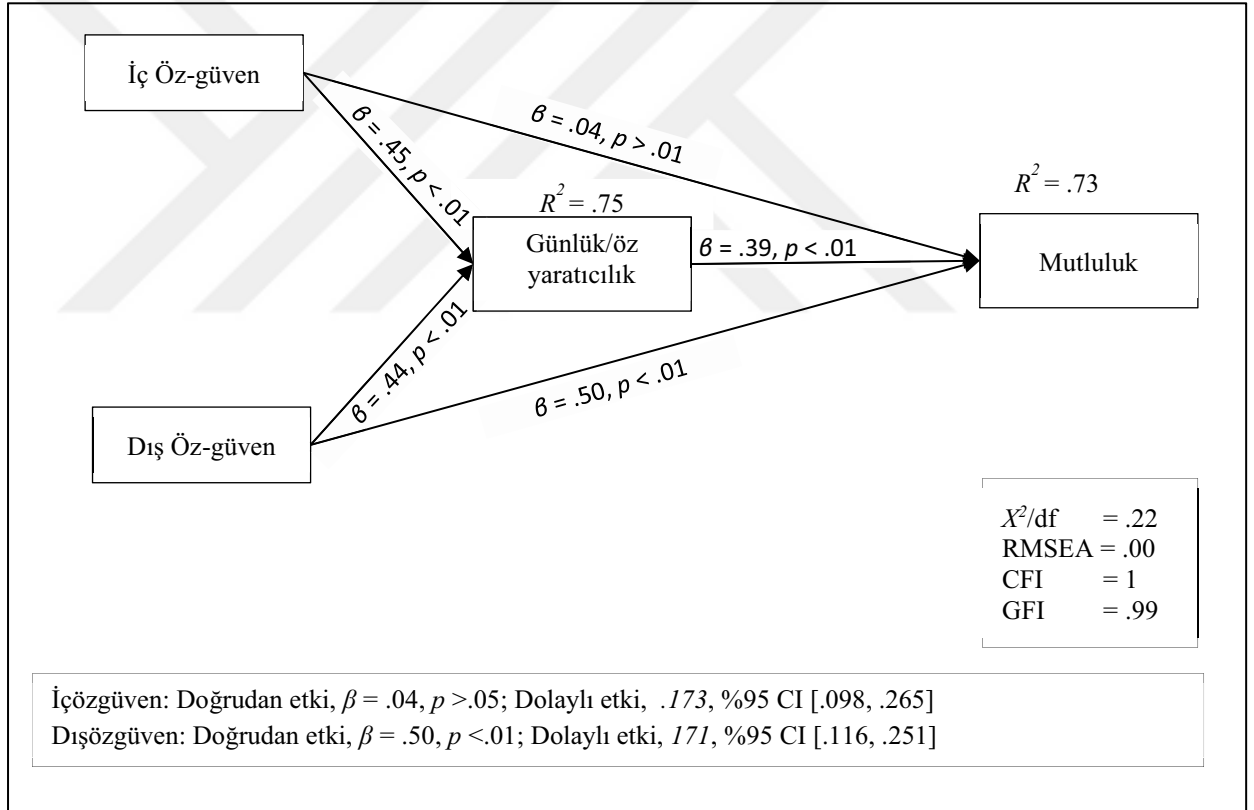
Şekil 12’de yenilenen ve doğrulanmış yapısal modele ilişkin standart yol katsayıları (her biri anlamlı; $p<.01$) sunulmuştur. Yenilenen yapısal model incelendiğinde, iç öz-güvenin ($\beta=.45$, $p<.01$) ve dış öz-güvenin ($\beta=.44$, $p<.01$) günlük/öz yaratıcılığı olumlu yönde ve anlamlı düzeyde etkilediği görülmektedir. Dış öz-güven, iç öz-güven ile birlikte günlük/öz yaratıcılıktaki değişimin (varyansın) %75’ini açıklamıştır. Bu bulgular doğrultusunda H7a ve H8a hipotezleri desteklenmiş, buna karşın H7 ve H8 hipotezlerinin diğer alt hipotezleri reddedilmiştir.

Günlük/öz yaratıcılığın ise mutluluğu olumlu yönde ve anlamlı düzeyde etkilediği tespit edilmektedir ($\beta=.39$, $p<.01$). Modeldeki değişkenler mutluluktaki değişimin (varyansın) %73’ünü açıklamıştır. Bu bulgular doğrultusunda yalnızca H9a hipotezi desteklenmiş, buna karşın H9 hipotezinin diğer alt hipotezleri reddedilmiştir.

Yenilenen yapısal model incelendiğinde; günlük/öz yaratıcılığın dış öz-güven ve iç öz-güven ile mutluluk arasında aracılık rolü bulunduğu tespit edilmiştir (bknz. Şekil 12). Aracılık modelleri, dolaylı etkilere ait bootstrap sonuçları ve doğrudan etkiler daha ayrıntılı incelendiğinde; dış öz-güvenin hem doğrudan ($\beta=.50$, $p<.01$), hem de günlük/öz yaratıcılık vasıtasıyla (Dolaylı etki=.171, %95 CI [.116, .251]) mutluluk üzerinde etkili olduğu görülmektedir.

İç öz-güvenin ise mutluluk üzerinde doğrudan etkisinin anlamlı olmadığı ($\beta=.04, p>.05$), buna karşın iç öz-güvenin günlük/öz yaratıcılık vasıtasıyla mutluluk değişkenini etkilediği tespit edilmiştir (Dolaylı etki=.173, %95 CI [.098, .265]). Bu bulgular doğrultusunda yalnızca H10a hipotezi desteklenmiş, buna karşın H10 hipotezinin diğer alt hipotezleri reddedilmiştir. Bu bulgular, dış öz-güven ve iç öz-güvenin yaratıcılık alanlarından yalnızca günlük/öz yaratıcılık üzerindeki etkisinin anlamlı olduğunu, yaratıcılık alanlarından yalnızca günlük/öz yaratıcılığın mutluluk üzerindeki etkisinin anlamlı olduğunu ve son olarak öz-güven ile mutluluk arasındaki ilişkide günlük/öz yaratıcılığın aracılık etkisinin olduğunu göstermektedir.

Şekil 12: Doğrulanın Yapısal Model, Standart Yol Katsayıları, Açıklanan Varyanslar, Doğrudan Etki Değerleri, Dolaylı Etki Değerleri ve Uyum İyiliği Değerleri



Not: Standardize edilmiş beta katsayı (β) değerleri raporlanmıştır. R2 değerleri, açıklanan varyansı göstermektedir. RMSEA: Root Mean Square Error of Approximation; CFI: Comparative Fit Index; GFI: Goodness of Fit Index; CI: Alt ve üst güven aralığı.

2.4.4. Araştırmada Kullanılan Öz Güven, Yaratıcılık ve Mutluluk Değişkenlerinin Demografik Değişkenlerle İlişkisi

Araştırmada ele alınan demografik değişkenler; yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, çalışılan sektör ve çalışma süresinden oluşmaktadır. Öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk değişkenleri ile demografik değişkenlerin arasındaki ilişki istatistiksel açıdan incelendiğinde, aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

- Demografik değişkenlerin tamamı, iç öz-güvendeki değişimin %21'ini açıklamaktadır. Yaş ve çalışılan sektör değişkenlerinin iç öz-güven üzerindeki etkisi anlamlı düzeydedir.
- Demografik değişkenlerin tamamı, dış öz-güvendeki değişimin %19'unu açıklamaktadır. Yaş ve çalışılan sektör değişkenlerinin dış öz-güven üzerindeki etkisi anlamlı düzeydedir.
- Demografik değişkenlerin tamamı, günlük/öz yaratıcılıktaki değişimin %24'ünü açıklamaktadır. Yaş ve çalışılan sektör değişkenlerinin günlük/öz yaratıcılık üzerindeki etkisi anlamlı düzeydedir.
- Demografik değişkenlerin tamamı, akademik yaratıcılıktaki değişimin %24'ünü açıklamaktadır. Yaş, eğitim durumu ve çalışılan sektör değişkenlerinin akademik yaratıcılık üzerindeki etkisi anlamlı düzeydedir.
- Demografik değişkenlerin tamamı, sanatsal yaratıcılıktaki değişimin %9'unu açıklamaktadır. Çalışılan sektör değişkeninin sanatsal yaratıcılık üzerindeki etkisi anlamlı düzeydedir.
- Demografik değişkenlerin tamamı, bilimsel yaratıcılıktaki değişimin %27'sini açıklamaktadır. Cinsiyet, eğitim durumu ve çalışılan sektör değişkenlerinin bilimsel yaratıcılık üzerindeki etkisi anlamlı düzeydedir.
- Demografik değişkenlerin tamamı, sanatsal performans yaratıcılığındaki değişimin %13'ünü açıklamaktadır. Yaş ve çalışılan sektör değişkenlerinin sanatsal performans yaratıcılığı üzerindeki etkisi anlamlı düzeydedir.
- Demografik değişkenlerin tamamı, mutluluktaki değişimin %20'sini açıklamaktadır. Medeni durum ve çalışılan sektör değişkenlerinin mutluluk üzerindeki etkisi anlamlı düzeydedir.
- Katılımcıların yaşı; iç öz-güven, dış öz-güven, günlük/öz yaratıcılık, akademik yaratıcılık, sanatsal performans yaratıcılığı ve mutluluk ile olumlu yönde ve

anlamli düzeyde iliskilidir. Dolayısıyla, katılımcıların yaşı arttıkça; genel anlamda öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk düzeylerinin arttığı yorumu yapılabilmektedir.

- Katılımcıların cinsiyeti; sadece bilimsel/mechanik yaratıcılık ile anlamli düzeyde farklılaşmaktadır. Erkek katılımcıların bilimsel/mechanik yaratıcılık düzeyi, kadın katılımcılardan anlamli düzeyde daha yüksektir. Mutluluk ve iç/dış öz-güven açısından cinsiyetler arasında anlamli düzeyde bir farklılık bulunamamıştır.
- Katılımcıların medeni durumu; iç öz-güven, dış öz-güven, günlük/öz yaratıcılık, akademik yaratıcılık, bilimsel/mechanik yaratıcılık ve mutlulukları ile anlamli düzeyde farklılaşmaktadır. Bekar katılımcıların iç ve dış öz-güven düzeyleri, evli katılımcılara göre anlamli düzeyde daha yüksektir. Bekar katılımcıların günlük/öz yaratıcılık, akademik yaratıcılık ve bilimsel/mechanik yaratıcılık düzeyleri, evli katılımcılara göre anlamli düzeyde daha yüksektir. Bekar katılımcıların mutluluk düzeyi, evli katılımcıların mutluluk düzeyine göre anlamli düzeyde daha yüksektir.
- Katılımcıların eğitim durumu ile iç öz-güven, dış öz-güven, günlük/öz yaratıcılık, sanatsal yaratıcılık, sanatsal performans yaratıcılığı ve mutlulukları arasında olumlu yönde ve anlamli düzeyde bir ilişki bulunamamıştır. Eğitim durumu, sadece akademik yaratıcılık ve bilimsel/mechanik yaratıcılık ile olumlu yönde ve anlamli düzeyde iliskilidir.
- Katılımcıların çalıştığı sektör; iç öz-güven, dış öz-güven, günlük/öz yaratıcılık, akademik yaratıcılık, sanatsal yaratıcılık, bilimsel/mechanik yaratıcılık, sanatsal performans yaratıcılığı ve mutluluk ile anlamli düzeyde farklılaşmaktadır. Özel sektörde çalışan katılımcıların, kamu sektöründe çalışan katılımcılara göre öz-güveni, yaratıcılığı ve mutluluğu anlamli düzeyde daha yüksektir.
- Katılımcıların çalışma süresi ile iç öz-güven, dış öz-güven, günlük/öz yaratıcılık, akademik yaratıcılık, sanatsal yaratıcılık, bilimsel/mechanik yaratıcılık ve sanatsal performans yaratıcılığı ve mutlulukları arasında olumlu yönde ve anlamli bir ilişki bulunamamıştır. Dolayısıyla, çalışma süresinin hiçbir değişken üzerinde etkisinin olmadığı yorumu yapılabilmektedir.

2.4.5. Araştırmada Kullanılan Öz Güven, Yaratıcılık ve Mutluluk Değişkenlerinin Kendi Aralarındaki İlişki

Araştırmada ele alınan öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk değişkenlerinin alt boyutları ile birlikte ele alınarak birbirleriyle olan ilişkileri incelediğinde aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

- Öz-güvenin alt boyutları olan iç öz-güven ve dış öz-güven; günlük/öz yaratıcılığı olumlu yönde ve anlamlı düzeyde etkilemektedir. Dış öz-güven, iç öz-güven ile birlikte günlük/öz yaratıcılıktaki değişimin %75'ini açıklamaktadır.
- Yaratıcılığın alt boyutlarından biri olan günlük/öz yaratıcılık; mutluluğu olumlu yönde ve anlamlı düzeyde etkilemektedir. Günlük/öz yaratıcılık, mutluluktaki değişimin %73'ünü açıklamaktadır.
- Günlük/öz yaratıcılığın; dış öz-güven ve iç öz-güven ile mutluluk arasında aracılık rolü bulunmaktadır.
- Dış öz-güven hem doğrudan hem de günlük/öz yaratıcılık vasıtasıyla dolaylı olarak mutluluk üzerinde etkilidir.
- İç öz-güven; günlük/öz yaratıcılık vasıtasıyla dolaylı olarak mutluluk üzerinde etkilidir. İç öz-güvenin; mutluluk üzerinde doğrudan bir etkisi bulunmamaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Tez çalışması kapsamında gerçekleştirilen araştırmada; işletmelerde çalışanların öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk düzeylerinin incelenmesi, bu değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi ve bu doğrultuda bir model geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, savunma sanayi alanında faaliyet gösteren kamu ve özel işletmelerde çalışan beyaz yakalılardan oluşan 212 kişilik bir örneklem, araştırma analizlerine dahil edilmiştir. Analiz sonucunda oluşturulan modele göre; öz-güvenin alt boyutları olan iç ve dış öz-güvenin, yaratıcılığın alt boyutlarından biri olan günlük/öz yaratıcılık aracılığıyla mutluluğu etkilediği bulgulanmıştır. İç öz-güven, günlük/öz yaratıcılık aracılığıyla mutluluk üzerinde dolaylı bir etkide bulunurken; dış öz-güven hem günlük/öz yaratıcılık aracılığıyla dolaylı olarak hem de doğrudan mutluluk üzerinde etkilidir.

Yapılan literatür taraması ışığında öz-güvenin; bireyin kişilik yapısının, karakteristik özelliklerinin, benlik oluşumu sürecinin, genetik faktörlerin ve çevresel faktörlerin (geçmişe dair anılar, ebeveynlerin tutumu, yetiştirilme tarzı gibi) etkisine bağlı olarak oluşmakta ve zaman içerisinde değişim göstermekte olduğu söylenebilmektedir. Bireysel öz-güvene müdahale etmek ve değiştirmek, işletmelerin ele almak zorunda olduğu bir sorumluluk değildir ancak öz-güven kavramı örgüt düzeyinde ele alındığında, uygun koşulların sağlanması yoluyla çalışanların iş yerindeki öz-güvenlerine etki edilebilmektedir. Dolayısıyla, işletmelerde çalışanların öz-güveni ancak psiko-sosyal açıdan ele alınabilmektedir.

Örgüt düzeyinde öz-güven; örgütün üyesi olan bir bireyin, yaptığı göreve ilişkin kendisini yetenekli, yetkin ve değerli görerek, göreve ilişkin başarılı sonuçlar ortaya koyabilme konusunda olumlu bir tutum geliştirmesidir. Örgüt düzeyinde öz-güvenin hakim olduğu örgütlerde çalışanlar, yüksek düzeyde bir öz-yeterlik duygusuna sahiptirler. Ancak bu öz-yeterlik, belirli bir göreve ilişkin zaman içerisinde edinilen deneyimlere dayanarak şekillenmekte ve öz-güveni geliştirmektedir. Çalışanın örgüt içerisinde geliştirdiği fikirlerine değer verilmesi, yöneticisinden olumlu geri bildirimler alabilmesi, zaman zaman karar alabilme opsiyonuna sahip olması, yetkinliklerinin değerlendirildiği bir örgüt ortamı, örgüt içerisinde gelişen

güven hissi ve iş arkadaşlarıyla olumlu ilişkiler geliştirebilmesi, çalışanın örgütsel özdeşleşmesine katkıda bulunacak ve örgüte olan bağlılığını güçlendirecektir.

Araştırmada, çalışanların öz-güven düzeylerinin ölçülmesi amacıyla kullanılan ölçeğin “iç öz-güven” ve “dış öz-güven” olmak üzere iki boyutu bulunmaktadır. İç öz-güven; bireyin çocukluğundan itibaren kişilik faktörlerinin ve çevre faktörlerinin etkisiyle geliştirmiş olduğu bir öz-güven çeşidi olup, işletmelerin müdahale edebileceği bir alan değildir. Ancak dış öz-güven; bireyin çevresiyle etkileşimi sonucunda geliştirdiği ve zaman içerisinde değişim gösterebilen ve müdahale edilebilen psiko-sosyal yönlü bir alandır. Analiz bulgularına dayanarak; öz-güvenin, yaratıcılık ve mutluluk ile olumlu yönde ve anlamlı düzeyde bir ilişkisi olduğu söylenebilmektedir. Öz-güven kavramı, boyutları açısından ele alındığında ise; dış öz-güvenin, mutluluğu hem doğrudan hem de öz/günlük yaratıcılık üzerinden dolaylı olarak etkilediği kanıtlanmıştır. İç öz-güvenin ise, günlük/öz yaratıcılık aracılığıyla mutluluğu dolaylı olarak etkilediği bulgulanmıştır. Demografik değişkenler ile olan ilişkisi incelendiğinde ise, yaş ve çalışılan sektörün iç ve dış öz-güven üzerinde anlamlı düzeyde etkileri bulunmaktadır. Bu doğrultuda, katılımcıların yaşı arttıkça iç ve dış öz-güvenlerinin arttığı yorumu yapılabilmektedir. Sektör açısından bakıldığında ise, özel sektör çalışanlarının iç ve dış öz-güven düzeylerinin, kamu sektöründe çalışanlara oranla daha yüksek olduğu bulgulanmıştır.

Araştırmada, “özel” ve “kamu” olmak üzere iki farklı sektörde faaliyet gösteren işletmelerdeki çalışanlardan veri toplanmıştır. İç ve dış öz-güvenin çalışılan sektöre yönelik olarak değişim gösterdiği ele alındığında; kamu sektöründeki hiyerarşik örgüt yapısı, merkezi karar alma mekanizması, örgüt içi iletişimin emir-komuta zinciri şeklinde ilerlemesi, mekanik çalışma grupları gibi faktörlerin örgüt düzeyinde öz-güveni olumsuz yönde etkilediği ve çalışanların üstlendikleri görev ve yaptıkları iş ile ilgili öz-yeterlik düzeylerinin azaldığı ve bu durumun öz-güven düzeylerinde azalmaya yol açtığı yorumu yapılabilmektedir.

Yaş açısından bakıldığında ise; çalışanların yaşı arttıkça öz-güven düzeylerinin de arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Yaş ile beraber gelişen deneyim ve uzmanlığın, çalışanların öz-yeterliğini olumlu yönde etkilediği ve bir görevi başarabilme konusundaki inançlarını da güçlendirdiği söylenebilmektedir. Dolayısıyla, yaptıkları

işte kendilerini yeterli ve yetkin gören çalışanların bulunduğu bir örgütte örgütsel özgüvenin varlığından söz edilebilmektedir.

Yaraticılık; bireyin hayatının her alanında yeni, yararlı, pratik ve özgün fikirler üretebilme yeteneğidir. Bireysel yaraticılıkla ilgili yapılan literatür taraması ışığında, deha yaraticılığı (doğuştan dahi olma) hariç, ortalama zekaya sahip her bireyin uygun koşullar sağlandığında yaratıcı fikir ve eylemlere sahip olabileceği görülmektedir. Örgüt düzeyindeki yaraticılık ele alındığında ise, işletmelerde çalışanların yaratıcı fikirlere ve eylemlere sahip olması, iş yeri ortamında sağlanan koşullara bağlıdır. Çalışanın üyesi olduğu örgütün yapısı, örgüt iklimi, örgüt kültürü ve yönetim uygulamaları, onun yaraticılık düzeyini etkilemektedir.

Araştırmada, çalışanların yaraticılık düzeyinin ölçülmesi için kullanılan ölçeğin, “günlük/öz yaraticılık”, “akademik yaraticılık”, “sanatsal yaraticılık”, “bilimsel/mekanik yaraticılık” ve “sanatsal performans yaraticılığı” olmak üzere beş boyutu bulunmaktadır. Kaufman’ın ölçeği geliştirme amacı; günlük yaraticılığın etki alanına özgü bir bakış açısı dahilinde, bireyin öz-değerlendirme yapabildiği, davranış temelli bir yaraticılık değerlendirme ölçeği oluşturmaktır (Kaufman, 2012: 299).

Günlük/öz yaraticılık; bireyin çevresindeki diğer bireylerle olan sosyal ilişkilerindeki başarıdan, insanlara yardımcı olma konusundaki yeteneğinden, başkalarına bir işin nasıl yapılacağını öğretme yeteneğinden ve iş-özel yaşam dengesini sürdürme konusundaki becerisinden oluşmaktadır. Akademik yaraticılık; makale veya araştırmaları en iyi olasılıklar dahilinde sentezleme, kolay olmayan bir konuda farklı kaynak türlerini kullanarak bir konuyu araştırma, bir tartışmaya uygun yanıt oluşturma ve bu yanıtı tartışabilme, güncel olmayan bir konuda yenilikçi bir yöntem sunma, bir dergi veya haber bülteni için yazı yazma ve bir kitapta yer alan temaları analiz etme becerisinden oluşmaktadır. Sanatsal yaraticılık; bir kişi veya objenin taslağını çıkarma, bir çömlek parçası veya heykel yapma, geometrik tasarımların resmini çizme, ilginç bir bakış açısı kullanarak ve tema oluşturarak fotoğraf çekebilme gibi becerilerden oluşmaktadır. Bilimsel/ mekanik yaraticılık; robot yapma, bir bilgisayar programı yazma, makineleri sökme/ takma ve nasıl çalıştığını ortaya çıkarma, bilimsel bir deneyin tasarımına ve yapılmasına yardımcı olma, matematik ve geometri bulmacalarını çözme gibi becerilerden oluşmaktadır. Sanatsal performans yaraticılığı ise; orijinal bir şarkı besteleme, bir müzik aletini nasıl

çalacağını öğrenme ve topluluk önünde çalma, bir şiir yazma ve kafiyele oluşturma, bir şarkı sözü yazma ve bir oyunda oyunculuk yapma becerilerinden oluşmaktadır.

Yaratıcılık kavramı boyutları yönünden ele alındığında; sadece günlük/öz yaratıcılığın, iç ve dış öz-güven ile birlikte mutluluğu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla, günlük/öz yaratıcılık; öz-güven ve mutluluk arasındaki ilişkide aracı rolünü üstlenmektedir. Yaratıcılığın demografik değişkenler ile olan ilişkisi incelendiğinde ise, cinsiyetin bilimsel/mechanik yaratıcılık ile olumsuz yönde ve anlamlı düzeyde bir ilişkisinin bulunduğı kanıtlanmıştır. Yani erkekler, kadınlara oranla bilimsel/mechanik alanda daha yaratıcıdır. Eğitim durumu ise, sadece akademik yaratıcılık ve bilimsel/mechanik yaratıcılık ile olumlu yönde ve anlamlı düzeyde bir ilişkiye sahiptir. Bir diğer bulgu ise, çalışılan sektör ve yaş değişkenlerinin yaratıcılığın tüm boyutları üzerindeki etkilerinin anlamlı düzeyde olduğudur.

Çalışılan sektör açısından bakıldığında, özel sektörde çalışanların kamu sektöründe çalışanlardan her alanda daha yaratıcı olduğü söylenebilmektedir. Bu durum öz-güven ile ilgili yapılan yorumda olduğü gibi; hiyerarşik örgüt yapısı, merkezi karar alma mekanizması, örgüt içi iletişimin emir-komuta zinciri şeklinde ilerlemesi, mekanik çalışma grupları gibi faktörlerin birey ve örgüt düzeyinde yaratıcılığı olumsuz yönde etkilediği ve çalışanların üstlendikleri görev ve yaptıkları iş ile ilgili yenilikçi fikirler geliştirememeleri veya geliştirseler bile olumlu yönde bir geri bildirim alamamaları şeklinde açıklanabilmektedir.

Araştırma örnekleminin savunma sanayi alanındaki çalışanlardan oluşması, bu araştırmada bilimsel/mechanik yaratıcılık ve öz/günlük yaratıcılık boyutlarının önem ve öncelik taşımasına neden olmaktadır. Sanatsal yaratıcılık, akademik yaratıcılık ve sanatsal performans yaratıcılığı üzerindeki etkiler, bu araştırmanın konusu olmamakla birlikte, örneklemin seçildiği sektöre göre bu alanlardaki yaratıcılık düzeylerinin de olumlu yönde değişebileceği yorumu yapılabilmektedir. Araştırmada bütün yaratıcılık boyutlarının ele alınarak ölçülmesinin nedeni, literatürde belirtilen her bireyin yaratıcı olduğü görüşünü kanıtlamaya yöneliktir. Katılımcıların verdikleri cevaplarda, her katılımcının en az bir alanda yaratıcılığa sahip olduğü görülmüştür. Dolayısıyla, literatürde yer alan ortalama zekaya sahip her bireyin yaratıcı olma potansiyeli taşıdığına ilişkin görüş istatistiksel açıdan desteklenebilmektedir.

Einstein'ın da dediği gibi; “Aslında herkes dahidir, ama siz kalkıp bir balığı ağaca tırmanma yeteneğine göre yargılırsanız, tüm hayatını aptal olduğuna inanarak geçirir.” Her bireyin hayata gelmesinin bir amacı ve bu amacı gerçekleştirebilmesi için bir yeteneği vardır. Bu noktada, çalışanların yetenek ve yetkinliklerine uygun görevlere yerleştirilmesi ve görevle ilgili eğitim, uzmanlık ve koçluk desteğinin sağlanması, performanslarının değerlendirilmesi ve geri bildirimlerde bulunulması; çalışanların yaratıcılığını geliştirecek ve dolayısıyla öz-güven ve iş yeri mutluluğunu artıracaktır.

Mutluluk; bireylerin iç ve dış faktörlerin etkisiyle içinde bulundukları anlık iyi olma halidir. Mutluluk genel anlamda ele alındığında, hayatımızdaki birden çok faktöre bağlı olduğu ve anlık değişimler gösterdiği söylenebilmektedir. İş yeri mutluluğu ise; bireyin iş sözleşmesinin niteliği ve adilliği, yapılan işin niteliği, iş tatmini, işe katılım, içsel motivasyon, adanmışlık ve örgütsel bağlılık düzeyine göre değişme eğilimindedir.

Araştırmada, çalışanların mutluluk düzeyinin ölçülmesi için kullanılan ölçeğin boyutu bulunmamaktadır. Analiz bulgularına göre; çalışanların mutluluk düzeyinin, iç ve dış öz-güven tarafından öz/günlük yaratıcılık aracılığıyla etkilenebildiği, aynı zamanda dış öz-güven tarafından doğrudan da etkilenebildiği bulgulanmıştır. Bu araştırmada mutluluk değişkeni, ele alınan bir sonuç ve işletmelerin ulaşmasının hedeflendiği bir amaçtır. Dolayısıyla, çalışanların mutluluğunun sağlanabilmesi için öncelikle öz-güven ve yaratıcılıklarının geliştirilmesi gerekmektedir. Mutluluğun demografik değişkenlerle olan ilişkisi incelendiğinde; medeni durum ve çalışılan sektörün mutluluk üzerinde olumlu yönde ve anlamlı düzeyde bir etkisi bulunmaktadır. Sektör açısından bakıldığında ise, özel sektörde çalışanların kamu sektöründe çalışanlardan daha mutlu olduğu bulgulanmıştır. Yine bu noktada, öz-güven ve yaratıcılık değişkenlerinin sonuçları üzerine yapılan yorumlarda olduğu gibi, mekanik örgüt yapılarının çalışanlar üzerinde olumsuz bir etkisinin olduğu sonucuna varılabilmektedir. Medeni durum açısından ele alındığında ise, bekar olan katılımcıların, evli olan katılımcılardan daha yüksek düzeyde bir mutluluğa sahip olduğu söylenebilmektedir. Cinsiyetin ise mutluluk üzerinde herhangi bir etkisi bulunmamaktadır.

İş yeri mutluluğu bağlamında, çalışanların yetkinliklerine uygun işler yapmaları, adil iş sözleşmesi ve iş ortamı koşullarına sahip olmaları, iş tanımına uygun gerekli görülen uzmanlık desteğini almaları, içsel ve dışsal motivasyonun sağlandığı iş ortamlarında çalışmalarının mutluluk düzeylerini artıracığı yorumu yapılabilmektedir.

Öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk kavramları birlikte ele alındığında, bir bireyin yaptığı göreve ilişkin kendini yetkin ve yeterli görmesi öz-güven düzeyini artırmakta, yaptığı göreve ilişkin yenilikçi fikirlere sahip olması yaratıcılığını artırmakta ve bu iki değişkenin artması sonucunda bireyin mutluluk düzeyi de doğru orantılı olarak artmaktadır. Çalışanların mutluluğuna bir sonuç yani ulaşılacak bir amaç olarak bakıldığında, işletmelerin öncelikle bireyin öz-güveni ve yaratıcılık düzeyini artırmak konusunda çalışmalar yapması gerektiği söylenebilmektedir. Bu noktada ise, “yetkinlik” kavramı ön plana çıkmaktadır.

Boyatzis’e (2008) göre yetkinlik; kabiliyet ve kapasite olarak tanımlanmaktadır. Bu kabiliyetler, “niyet” olarak adlandırabileceğimiz bir yapının etrafında örülmüş birbiriyle ilişkili ancak farklı davranış kümelerinden oluşmaktadır. Burada “niyet” kavramıyla kastedilen bireyi anlamak, onun görüşünü etkilemek veya canlı tutmak ve etki yaratabilmektir. Dolayısıyla yetkinliğin temel amacı; bireyin duygusal öz-farkındalığını, iç-görüşünü ve kendisini anlamasını sağlamaya yardımcı olmaktır. Yetkinlik kavramının temelini performans teorisi oluşturmaktadır. Teoriye göre, bireyin yetenekleri veya kapasitesi, iş talepleri ve örgüt ortamının ihtiyaçları ile tutarlı olduğunda maksimum performansın ortaya çıktığı düşünülmektedir (Boyatzis, 2008: 6). Yetkinlik; bireyin kendine özgü karakteristiği altında yatan, bir iş veya durum için göstermiş olduğu, üstün ve etkili performans ile ilişkilendirilebilen bir özelliktir (Spencer ve Spencer, 1993: 9).

Günümüzde işletmeler, rekabetin artması ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte küreselleşme sürecine girmektedirler. Bu bağlamda işletmelerin, bilgi ve uzmanlığa sahip çalışanlara olan ihtiyacı her geçen gün artmaktadır. Çalışmanın bulgularıyla ilintili olmamakla birlikte, insan kaynakları departmanlarının öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk üzerinde rolü olduğu düşünülmektedir. İşletmelere alanında uzman ve yetkin olan çalışanların kazandırılması, performanslarının değerlendirilmesi, çalışan psikolojisinin ölçülmesi, eğitim-geliştirme ve ödüllendirme gibi süreçlerde insan

kaynakları departmanının rolü büyüktür. İnsan kaynakları departmanlarında “yetkinliğe dayalı” yaklaşımı benimsemiş işletmeler bu noktada öne çıkmakta ve inovasyon yaratmaktadırlar. Çünkü çalışanları bir kaynak olarak görerek, onlara değer vermekte ve bu kaynağa yatırım yapmaktadırlar.

Yetkinliğe dayalı insan kaynakları yönetimi; çalışanların yetkinliklerini merkez alan ve bu yetkinlikleri kullanan güvenilir bir yaklaşımdır (Suwarsi ve diğerleri, 2014: 256). İşletmenin iş hedeflerine göre uygun kariyer gelişim planlarını belirlemek için tüm çalışanların yetkinliklerinin ölçülmesini ve değerlendirilmesini içermektedir. Uygulamaları arasında; iş tanımları ve yeterlilikleri arasındaki boşlukları tanımlamak, öğrenme boşluklarını analiz etmek, ilerleme planında yer alan iş görevlerindeki gerekli görülen yeterlilikleri elde etmek için önemli yönleri belirlemek, fazlalığı tespit etmek, yeni görevlerin ve projelerin hazırlanmasında mevcut yeterliliklerin bilincinde olmayı amaçlamaktadır (Klett, 2010: 282-283). Uygulama sürecini hızlandırmak için, yapılandırılmış ve yetkinlik bazlı yönetimin entegre edilmesini gerektirmektedir. Bu nedenle, insan kaynakları yöneticisinin sadece idari bir uzman olarak değil, aynı zamanda stratejik bir ortak olarak da rolünün yükseltilmesi gerekmektedir. Uyumlaştırma gerçekleştirilirse; bireyler, departmanlar, iş birimleri, bölümler ve örgütsel hedefler arasında bir iç entegrasyon (iç uyum) süreci oluşacaktır (Suwarsi ve diğerleri, 2014: 256).

Araştırmanın örneklemini oluşturan savunma sanayi sektörü, rekabetin ve inovasyonun yoğun olduğu bir sektördür. Dolayısıyla, yeni fikirler ve ürünler üretilmesi için yetkinliğe sahip çalışanlara ihtiyacı vardır. Yetkinliğe dayalı insan kaynakları yönetiminde, mekanik ve merkeziyetçi bir örgüt yapısına yer yoktur. Projeler, ekipler tarafından yönetilmekte ve ekip lideri çalışanlara mentorluk görevini üstlenmektedir. Böylece her bir çalışan, fikirlerini özgürce dile getirebilmekte, grup içi iletişim sağlanabilmekte ve yaratıcı sonuçlara ulaşmak kolaylaşmaktadır.

Yetkin çalışanların işletmeye kazandırılmasının ardından, mevcut çalışanların performans değerlendirmelerinin objektif olarak değerlendirilebileceği bir sistem oluşturmak ve çalışanlara işleri ile ilgili gerekli uzmanlık ve koçluk desteğini sağlamak da önem taşımaktadır. Dış öz-güven boyutunun bireyin çevresiyle etkileşimi sonucunda geliştirdiği psiko-sosyal yönlü bir alan olduğu ele alındığında, insan kaynakları departmanlarının bu boyuta müdahalesi, çalışanların performansını nicel ve

objektif olarak ölçebileceği bir sistem geliştirerek, örgüt içindeki dağıtım adaleti, işlem/prosedür adaleti ve etkileşimsel adaleti sağlamak konusunda çalışmalar yapmasıdır. Bu noktada yapılan iş sözleşmelerinin niteliği, koşulları ve ödüllendirme sistemleri önem taşımaktadır. Çalışanların üyesi olduğu örgüte ilişkin adalet algısını benimsemiş olması, iş arkadaşlarına karşı tutumunu olumlu yönde etkileyecek ve aynı zamanda içsel motivasyonunu da sağlayacaktır. Böylece çalışanların işe katılımı ve işe adanmışlıkları artacak ve örgütsel bağlılığı güçlenecektir.

Günlük/öz yaratıcılığa müdahale noktasında, bireyin örgüt içi sosyal ilişkilerindeki başarısı, başkalarına bir işin nasıl yapılacağını öğretme yeteneği ve iş-özel yaşam dengesini sürdürme konusundaki becerisi, örgüt ortamında sağlanan koşullara bağlıdır. Bireyin örgüt içi sosyal ilişkilerindeki başarısı, öz-güvende bahsedildiği gibi örgüte ilişkin geliştirdiği adalet algısına bağlıdır. Adil bir sözleşme ve çalışma koşullarının sağlandığı, adil bir performans değerlendirme sisteminin uygulandığı ve adil bir ödüllendirme sisteminin bulunduğu işletmelerde, örgüt içi iletişimde sıkıntılar yaşanmamaktadır. İş sözleşmesini hazırlayan, çalışanların performansını değerlendiren ve uygun ödüllendirme sistemlerini geliştiren departman da yine insan kaynaklarıdır. Başkalarına bir işin nasıl yapılacağını öğretme konusunda, öncelikle o işi yapan bireyin yetkin olması gerekmektedir. Bireyin alanıyla ilgili uzmanlığa sahip olması, astlarına vereceği uzmanlık, deneyim ve geri bildirim açısından önemlidir. Bulunduğu mevkide uzman ve yetkin olmayan bir çalışanın, astının yaptığı göreve ilişkin objektif bir değerlendirme yapabilmesi ve yapıcı geri bildirimlerde bulunabilmesi mümkün değildir. Dolayısıyla, “uygun işe, yetkin insan” seçilmesi noktasında, insan kaynakları departmanlarının sorumluluğu büyüktür.

İş ve özel yaşam dengesinin sürdürülmesinde ise, yine çalışma ortamı koşullarının etkisi bulunmaktadır. Belirli saat aralıkları içerisinde belirlenmiş eski ve tekdüze çalışma sisteminin verimliliği ne ölçüde etkilediği tartışmaya açık olmakla birlikte, esnek çalışma saatlerine geçen işletmelerin sayısı da giderek artmaktadır. Yine bu noktada insan kaynakları departmanı, uygun ve etkin performans değerlendirmelerini yapmak suretiyle yönetime esnek çalışma saatleri veya evden çalışma (home-office) opsiyonu gibi fikirler sunabilmektedir. Son olarak iş yeri mutluluğuna değinildiğinde; çalışanın yaptığı işi sevmesinin, o işte yetkin olduğunu düşünmesinin, kendisini değerli hissetmesinin, iş arkadaşlarıyla pozitif ilişkiler

kurmasının, yaratıcılık potansiyelini örgüt içerisinde kullanabilmesinin ve performansının ödüllendirilmesinin mutluluğunu artırdığı söylenebilmektedir.

Sonuç olarak, iş yeri mutluluğunun sağlanması noktasında öz-güven ve yaratıcılığın etkisinin olduğu, fakat öz-güven ve yaratıcılık üzerinde ise, işletmedeki yönetim uygulamalarının dolaylı olarak etkisinin olduğu yorumu yapılabilmektedir. İnsan kaynakları, işletmelerde çalışan davranışı ve psikolojisi üzerine çalışmalar yapan tek departmandır. İşletme sahiplerinin, insan kaynakları yöneticisi ile bir araya gelerek örgüt içerisindeki sorunları ele alması, uygun teknikler ile bu sorunları ölçmesi ve konuyla ilgili çalışanlara geri bildirimlerde bulunması gerekmektedir. Bu noktada, örgüt içerisinde değişimi ele alacak insan kaynakları yöneticilerinin de alanında uzman olması önem taşımaktadır. Ülkemizde yetkinliğe dayalı insan kaynakları yönetimini uygulayan işletme sayısı fazla değildir. İlerleyen yıllarda ülkemizde bulunan ve yetkinliğe dayalı insan kaynakları yönetimi yaklaşımını benimseyen işletmelerde ele alınan yetkinlik anlayışının, öz-güven, yaratıcılık ve mutluluk üzerindeki etkisinin incelenmesinin literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ahmad, N. ve Tekke, M. (2015). Rediscovering Rogers's Self Theory and Personality. *Journal of Educational, Health and Community Psychology*. 4(3): 28-36.
- Akın, A. (2007). Öz Güven Ölçeği'nin Geliştirilmesi ve Psikometrik Özellikleri. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 7(2): 167-176.
- Akova, O., Emiroğlu, B. D. ve Tanrıverdi, H. (2015). Satisfaction and Turnover Intent: A Study of Five Star Hotels in Istanbul. *Journal of Management, Marketing and Logistics*. 2(4): 378-402.
- Amabile, T. M., Conti, R. Coon, H., Lazenby J. ve Herron, N. (1996). Assessing The Work Environment For Creativity. *Academy of Management Journal*. 39(5): 1154-1184.
- Amabile, T. M. (1997). Motivation Creativity in Organizations: On Doing What You Love and Loving What You Do. *California Management*. 40(1): 39-58.
- André, C. ve Lelord, F. (2016). *Kendine Saygı: Başkalarıyla Daha İyi Geçinmek için Kendini Sevmek*. Çev. İsmail Yerguz. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arbuckle, J. L. (2014). *Amos (Version 23.0) [Computer Program]*. Chicago: IBM SPSS
- Aydın, M. (2013). John Stuart Mill'in Faydacı Ahlakı. *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 15(28): 143-167.
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: W.H. Freeman and Company.

Barbot, B. (2018). Creativity and Self-esteem in Adolescence: A Study of Their Domain-Specific, Multivariate Relationships. *Journal of Creative Behavior*. 2018: 1-14.

Baumeister, R. F., Dale, K. ve Sommer, K. L. (1998). Freudian Defense Mechanisms and Empirical Findings in Modern Social Psychology: Reaction Formation, Projection, Displacement, Undoing, Isolation, Sublimation, and Denial. *Journal of Personality*. 66(6): 1081-1095.

Benabou, R. ve Tirole, J. (2002). Self Confidence and Personal Motivation. *The Quartely Journal of Economics*. 117(3): 871-915.

Bilgin, D. (2017). *Understanding the Relationship between Happiness and Creativity in terms of the Dimensions of Psychological and Subjective Well-being*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Boonyasiriwat, W., Srisuwannatat, P. ve Puttaravuttiorn, V. (2017). Are You Working Vigorously? Adaptation and Validation of the Thai Version of Shirom-Melamed Vigor Scale. *Journal of Pacific Rim Psychology*. 11(8): 1-12.

Boyatzis, R. E. (2008). Competencies in the 21st Century. *Journal of Management Development*. 27(1): 5-12.

Brunner, J. (2007). Modern Times: Law, Temporality and Happiness in Hobbes, Locke and Bentham. *Theoretical Inquiries in Law*. 8(1): 277-310.

Burger, J. M. (2006). *Kişilik*. Çev. İnan Deniz Erguvan. İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Burton, K. ve Platts, B. (2006). *Building Confidence for Dummies*. UK: John Wiley & Sons.

Caza, B. B. ve Wrzesniewski, A. (2013). *How Work Shapes Well-Being in The Oxford Handbook of Happiness edited by David, S. A., Boniwell, I. and Ayers, A. C.* Oxford: Oxford University Press.

Ceci, M. W. ve Kumar, V. K. (2015). A Correlational Study of Creativity, Happiness, Motivation, and Stress from Creative Pursuits. *Journal of Happiness Studies (Online Publishing)*. 15(6): 1-21.

Cheng, H. ve Furnham, A. (2002). Personality, Peer relations, and Self-confidence as predictors of Happiness and Loneliness. *Journal of Adolescence*. 25(3): 327-339.

Cloninger, S. C. (2004). *Theories of Personality: Understanding Persons*. New Jersey: Pearson Education Inc.

Cohen, A. (2013). *Organizational Commitment Theory in Encyclopedia of Management Theory (Volume Two) edited by Kessler, E. H.* US: Sage Publications.

Collins, M. A. ve Amabile, T. M. (1999). *Motivation and Creativity in Handbook of Creativity edited by Sternberg R.J.* Cambridge: Cambridge University Press.

Diener, E., Sandvik, E. ve Pavot, W. (1991). *Happiness is the Frequency, not the Intensity, of Positive versus Negative Affect in Subjective Wellbeing: An Interdisciplinary Perspective edited by Strack M. A. and Schwarz N.* New York: Plenum Press.

Diener, E. ve Diener, C. (1996). Most People are Happy. *American Psychological Society*. 7(3): 181-185.

Diener, E., Gohm, C. L., Suh, E. K. ve Oishi, S. (2000). Similarity of the Relations Between Marital Status and Subjective Well-being Across Cultures. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 31(4): 419-436.

Diener, E., Ng, W., Harter, J. K. ve Arora, R. (2010). Wealth and Happiness Across the World: Material Prosperity Predicts Life Evaluation, Whereas Psychosocial Prosperity Predicts Positive Feeling. *Journal of Personality and Social Psychology*. 99(1): 52-61.

Diener, E., Tay, L. ve Oishi, S. (2013). Rising Income and the Subjective Well-Being of Nations. *Journal of Personality and Social Psychology*. 104(2): 267-276.

Diener, E. ve Suh, M. E. (1998). Subjective Well-being and Age: An International Analysis. *Annual Review of Gerontology and Geriatrics*. 17(1998): 304-324.

Doğan, T. ve Çötök, N. (2011). Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formunun Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*. 4(36): 165-172.

Duschinsky, R. (2012). Tabula Rasa and Human Nature. *The Royal Institute of Philosophy*. 87(4): 509-529.

Edmonson, A. (1999). Psychological Safety and Learning Behavior in Work Teams. *Administrative Science Quartely*. 44(2): 350-383.

Ege, N. (2018). *Örgütsel Sessizlik ve Mutluluk İlişkisinin İncelenmesi: Gediz Elektrik Dağıtım A.Ş. Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Emil, S. (2003). *Self-Esteem and Stressful Life Events of University Students*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and Crisis*. New York: W. W. Norton & Company.

Erözkan, A., Doğan, U. ve Adıgüzel, A. (2016). Self-efficacy, Self-esteem, and Subjective Happiness of Teacher Candidates at the Pedagogical Formation Certificate Program. *Journal of Education and Training Studies*. 4(8): 72-82.

Eysenck, H. J. (1995). *Genius: The Natural History of Creativity (Problems in the Behavioural Sciences)*. Cambridge: Cambridge University Press.

Feist, G. J. (2010). *The Function of Personality in Creativity in The Cambridge Handbook of Creativity edited by Kaufman J. C. and Sternberg R. J.* New York: Cambridge University Press.

Finke, R. A., Ward, B. T., Smith, S. M. (1996). *Creative Cognition: Theory, Research, and Applications*. Bradford: The MIT Press.

Fisher, C. D. (2010). Happiness at Work. *International Journal of Management Reviews*. 12(2010): 384-412.

Franco-Santos, M. ve Gomez-Mejia, L. R. (2015). *Reward Systems in Wiley Encyclopedia of Management (Third Edition) edited by Cooper, C.* US: Wiley.

Fuster, M. J. (2013). *The Neuroscience of Freedom and Creativity: Our Predictive Brain*. New York: Cambridge University Press.

Gardner, D. G., Dyne, L. V. ve Pierce, J. L. (2004). The Effects of Pay Level on Organization-Based Self-Esteem and Performance: A Field Study. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*. 77(3): 307-322.

Gardner, D. G. ve Pierce, J. L. (2015). Organization Based Self-Esteem in Work Teams. *Group Processes & Intergroup Relations*. 19(3): 1-15.

Gecas, V. (1982). The Self-Concept. *Annual Review of Sociology*. 8(1982): 1-33.

Gerrard, L. A., Poteat, G. M. ve Ironsmith, M. (1996). Promoting Children's Creativity: Effects of Competition, Self-Esteem, and Immunization. *Creativity Research Journal*. 9(4): 339-346.

Goldsmith, R. E. ve Matherly, M. A. (1988). Creativity and Self-Esteem: A Multiple Operationalization Validity Study. *The Journal of Psychology*. 122(1): 47-56.

Greenacre, L., Tung, N. M. ve Chapman, T. (2014). Self Confidence, and The Ability to Influence. *Academy of Marketing Studies Journal*. 18(2): 169-180.

Gruneberg, M. (1979). *Understanding Job Satisfaction*. London: The Macmillan Press.

Guilford, J. P. (1950). Creativity. *American Psychologist*. 5(9): 444-454.

Guidi, M. E. L. (2007). *Jeremy Bentham's Quantitative Analysis of Happiness and Its Asymmetries in the Handbook on the Economics of Happiness edited by Bruni L. ve Porta, P. L.* Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Inc.

Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (5. Baskı)*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Gough, H. G. (1979). A Creative Personality Scale for the Adjective Check List. *Journal of Personality and Social Psychology*. 37(8): 1398-1405.

Hayes, A. F. (2018). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-based Approach (Second Edition)*. New York: The Guilford Press.

Hills, P. ve Argyle, M. (2002). The Oxford Happiness Questionnaire: A Compact Scale for the Measurement of Psychological Well-being. *Personality and Individual Differences*. 33(2002): 1073-1082.

Hodges, C. B., Stackpole-Hodges, C. L. ve Cox, K. M. (2008). Self-Efficacy, Self-Regulation, and Cognitive Style as Predictors of Achievement with Podcast Instruction. *Journal of Educational Computing Research*. 38(2): 139-153.

Huta, V. (2013). *The Difference Between Eudaimonia and Hedonia in The Oxford Handbook of Happiness edited by David, S. A., Boniwell, I. and Ayers, A. C.* Oxford: Oxford University Press.

Hu, W. ve Adey, P. (2002). A Scientific Creativity Test for Secondary School Students. *International Journal of Science Education*. 24(4): 389-403.

Isaksen, S. G. ve Akkermans, H. J. (2011). Creative Climate: A Leadership Lever for Innovation. *Journal of Creative Behavior*. 45(3): 161-187.

Jalali, Z. ve Heidari, A. (2016). The Relationship between Happiness, Subjective Well-Being, Creativity and Job Performance of Primary School Teachers in Ramhormoz City. *International Education Studies*. 9(6): 45-52.

James, W. (1890). *The Principles of Psychology Volume One*. US: Henry Holt & Co.

Jans, N. A. (1982). The Nature and Measurement of Work Involvement. *Journal of Occupational Psychology*. 55(1982): 57-67.

Jerusalem, M. ve Mittag, W. (1995). *Self- Efficacy in Stressful Life Transitions in Self-Efficacy in Changing Societies edited by Bandura, A.* New York: Cambridge University Press.

Jones, H. K. (2001). *Academic Self-Confidence Scale: A Psychological Study in Two Parts.* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Tennessee, US: University of Tennessee-Knoxville.

Jopling, D. A. (2000). *Self- Knowledge and The Self*. New York: Routledge.

Kandler, C., Riemann, R., Angleitner, A., Spinath, F. M., Borkenau, P. Ve Penke L. (2016). The Nature of Creativity: The Roles of Genetic Factors, Personality Traits, Cognitive Abilities and Enviromental Sources. *Journal of Personality and Social Psychology*. 111(2): 230-249.

Kaufman, J. C. (2012). Counting the Muses: Development of Kaufman Domains of Creativity Scale. *Psychology of Aesthetics Creativity and the Arts*. 6(4): 298-308.

Kelly, T. ve D. (2016). *Yaratıcı Özgüven*. Çev. Pınar Şengözer. İstanbul: Optimist Kitap.

Klett, F. (2010). The Design of a Sustainable Competency-Based Human Resources Management: A Holistic Approach. *Knowledge Management & E-Learning: An International Journal*. 2(3): 278-292.

Koçak Eren, E. ve Ertuğrul A. (2012). Psikiyatrik Bozukluklar ve Genetik. *Türk Psikiyatri Dergisi*. 23(2): 130-140.

Korkmaz, M. (1996). *Yetişkin Örneklem İçin Bir Benlik Saygısı Ölçeğinin Güvenirlik ve Geçerlik Çalışması*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kroger, J. (2001). *Identity in Adolescence: The Balance between Self and Other (Second Edition)*. New York: Routledge.

Kumar, V. K., Kemmler, D. ve Holman, E. R. (1997). The Creativity Styles Questionnaire-Revised. *Creativity Research Journal*. 10(1): 51-58.

Liao, C. S. ve Lee, C. W. (2009). An Empirical Study of Employee Job Involvement and Personality Traits: The Case of Taiwan. *The International Journal of Economics and Management*. 3(1): 22-36.

Lubart, T. (2010). *Cross-Cultural Perspectives on Creativity in the Cambridge Handbook of Creativity edited by Kaufman J. C. and Sternberg R. J.* New York: Cambridge University Press.

Luhtanen, R. ve Crocker, J. (1992). A Collective Self Esteem Scale: Self-Evaluation of One's Social Identity. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 18(3): 302-318.

Lyken, D ve Tellegen, A. (1996). Happiness is a Stochastic Phenomenon. *American Psychological Society*. 7(3): 186-189.

Lyubomirsky, S., Sheldon, K. M. ve Schkade, D. (2005). Pursuing Happiness: The Architecture of Sustainable Change. *Review of General Psychology*. 9(2): 111-131.

Lyubomirsky, S. ve Lepper, H. S. (1999). A Measure of Subjective Happiness: Preliminary Reliability and Construct Validation. *Social Indicators Research*. 46(2): 137-155.

Marta, S., Leritz L. E. ve Mumford, M. D. (2005). Leadership Skills and the Group Performance: Situational Demands, Behavioral Requirements and Planning. *The Leadership Quartely*. 16(2005): 97-120.

Maslow, A. H. (2017). *İnsan Olmanın Psikolojisi*. Çev. Okhan Gündüz. İstanbul: Kuraldışı Yayınları.

Maslow, A. H. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row Publishers Inc.

McKay, M. ve Fanning, P. (2018). *Özgüven*. Çev. Fatoş Gaye Atay. Ankara: Arkadaş Yayınevi.

Mead, G. H. (1972). *Mind, Self and Society (Eighteenth Impression) edited by Morris, C. W.* Chicago: The University of Chicago Press.

Meisenberg, G. ve Woodley, M. A. (2015). Gender Differences in Subjective Well-Being and Their Relationships with Gender Equality. *Journal of Happiness Studies*. 16(2015): 1539-1555.

Merey, B. (2010). *Yetişkenlerde Özgüven Duygusu ile Anksiyete Düzeyi Arasındaki İlişkinin Karşılaştırılması ve Kültürlerarası Bir Yaklaşım*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Meyer, J. P. ve Allen, N. J. (1991). A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*. 1(1): 61-89.

Miao, F. F., Minkyung, K. ve Oishi, S. (2013). *Subjective Well-being in The Oxford Handbook of Happiness edited by David, S. A., Boniwell, I. and Ayers, A. C.* Oxford: Oxford University Press.

Mumford, M. D. ve Gustafson, S. B. (1988). Creativity Syndrome: Integration, Application, and Innovation. *American Psychological Association*. 103(1): 27-43.

Mumford, M. D., Hester, K. S. ve Robledo, I. C. (2012). *Creativity in Organization: Importance and Approaches in Handbook of Organizational Creativity edited by Mumford M. D.* San Diego: Elsevier.

Niemiec, C. P. ve Ryan, R. M. (2013). *What Makes For A Life Well Lived? Autonomy and Its Relation Full Functioning and Organismic Wellness in The Oxford Handbook of Happiness edited by David, S. A., Boniwell, I. and Ayers, A. C.* Oxford: Oxford University Press.

Nikolaev, B. (2016). Does Higher Education Increase Hedonic and Eudaimonic Happiness? *Journal of Happiness Studies*. 2016: 1-22.

Ormel, J., Vonkorff, M., Jeronimus, B. F. ve Riese, H. (2017). *Set-Point Theory and Personality Development: Reconciliation of a Paradox in Personality Development Across the Lifespan edited by Specht, J.* London: Elsevier Academic Press.

Oyserman, D., Elmore, K. ve Smith, G. (2012). *Self, Self- Concept, and Identity in Handbook of Self and Identity edited by Leary, M. ve Tangney, J. P.* New York: The Guilford Press.

Özpehlivan, M. ve Acar, A. Z. (2015). Assessment of a Multidimensional Job Satisfaction Instrument. *Social and Behavioral Sciences*. 210(2015): 283-290.

Paulus, P. B. (2000). Groups, Teams and Creativity: The Creative Potential of Idea-generating Groups. *Applied Psychology: An International Review*. 49(2): 237- 262.

Paulus, P. B. (2008). *Fostering Creativity in Groups and Teams in Handbook of Organizational Creativity edited by Zhou, J. and Shalley, C. E.* New York: Taylor & Francis Group.

Paulus, P. B., Dzindolet, M. ve Kohn, N. W. (2012). *Collaborative Creativity, Group Creativity and Team Innovation in Handbook of Organizational Creativity edited by Mumford M. D.* San Diego: Elsevier.

Peterson, C., Park, N. ve Seligman, M. E. P. (2005). Orientations to Happiness and Life Satisfaction: The Full Life versus The Empty Life. *Journal of Happiness Studies*. 6(2005): 25-41.

Pierce, J. L. ve Gardner, D. G. (2004). Self-Esteem Within the Work and Organizational Context: A Review of the Organization-Based Self-Esteem Literature. *Journal of Management*. 30(5) 591–622.

Pierce, J. L., Gardner, D. G., Cummings, L. L. ve Dunham, R. B. (1989). Organization Based Self-Esteem: Construct Definition, Measurement and Validation. *Academy of Management Journal*. 32(3): 622-648.

Popper, K. R. ve Eccles, J. C. (1985). *The Self and Its Brain*. London: Springer-Verlag.

Pretz, J. E. ve Nelson, D. (2017). *Creativity Is Influenced by Domain, Creative Self-Efficacy, Mindset, Self-Efficacy, and Self-Esteem in The Creative Self* edited by Karwowski, M. and Kaufman, J. C. London: Elsevier Inc.

Rich, B. L., Lepine, J. A. ve Crawford, E. R. (2010). Job Engagement: Antecedents and Effects on Job Performance. *Academy of Management Journal*. 53(3): 617-635.

Rogers, C. R. (1961). *On Becoming a Person: A Therapist's View of Psychotherapy*. Boston: Houghton Mifflin Company.

Savaş, S. (2017). *Ücretli Çalışan Mimarların İşyeri Mutluluğu ve Farklı Kariyer Evrelerinde İş Tatminini Etkileyen Faktörler*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Schein, E. H. (2010). *Organizational Culture and Leadership (Fourth Edition)*. San Francisco: John Wiley & Sons.

Shalley, C. E. ve Zhou J. (2008). *Organizational Creativity Research: A Historical Overview in Handbook of Organizational Creativity* edited by Zhou J. and Shalley, C. E. New York: Taylor & Francis Group.

Simonton, D. K. (2000). Creativity: Cognitive, Personal, Developmental and Social Aspects. *American Psychological Association*. 55(1): 151-158.

Simonton, D.K. (2008). Scientific Talent, Training and Performance: Intellect, Personality and Genetic Endowment. *American Psychological Association*. 12(1): 28-46.

Sindane, L. M. (2011). *The Relationship between Happiness, Creativity, Personality and Locus of Control in Ireland for Those who are Employed and Unemployed*. (Yayımlanmamış Lisans Tezi). Dublin: DBS School of Arts.

Spencer, L. M. ve Spencer, S. M. (1993). *Competence At Work: Models for Superior Performance*. New York: John Wiley & Sons.

Sternberg, R. J. (2003) *Wisdom, Intelligence and Creativity Synthesized*. New York: Cambridge University Press.

Sternberg, R. J. ve Lubart, T. I. (1999). *The Concepts of Creativity: Prospects and Paradigms in Handbook of Creativity edited by Sternberg R.J.* Cambridge: Cambridge University Press.

Sternberg, R. J., Lubart, T. I., Kaufman J. C., Pretz J. E. (2005). *Creativity in The Cambridge Handbook of Thinking and Reasoning edited by Holyoak K. J. and Morrison, R. G.* Cambridge: Cambridge University Press.

Sullivan, H. S. (1955). *The Interpersonal Theory of Psychiatry*. UK: Tavistock Publications Limited.

Suwarsi, S., Sule, E. T., Hilmiana ve Helmi, A. (2014). Implementation of Competency Based Human Resource and Knowledge Management to Organizational Culture and Implication to Organizational Performance. *International Journal of Human Resource Studies*. 4(3): 255-268.

Şahin, F. (2016). Kaufman Yaratıcılık Ölçeği'nin Türkçeye Uyarlanması ve Psikometrik Özelliklerinin İncelenmesi. *Elementary Education Online*. 15(3): 855-867.

Tan, A. ve Majid, D. (2011). Teachers' perceptions of creativity and happiness: a perspective from Singapore. *Procedia Social and Behavioral Sciences*. 15(2011): 173-180.

Tayfun, D. (2011). Two-Dimensional Self-Esteem: Adaptation of the Self-Liking/Self Competence Scale into Turkish: A Validity and Reliability Study. *Education and Science*. 36(162): 126-137.

Telef, B. B., Uzman, E. ve Ergün, E. (2013). Öğretmen Adaylarında Psikolojik İyi Oluş ve Değerler Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Turkish Studies*. 8(12): 1297-1307.

Thomas, N. (2004). *Creativity and Innovation in The John Adair Handbook of Management and Leadership* edited by Thomas, N. London: Thorogood.

Tierney, P. (2008). *Leadership and Creativity in Handbook of Organizational Creativity* edited by Zhou J. and Shalley, C. E. New York: Taylor & Francis Group.

Tuzgöl Dost, M. (2005). Öznel İyi Oluş Ölçeği'nin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*. 23(3): 103-111.

Watson, D., Clark, L. A. ve Tellegen, A. (1985). Development and Validation of Brief Measures of Positive and Negative Affect: The PANAS Scales. *Journal of Personality and Social Psychology*. 54(6): 1063-1070.

Wesarat, P., Sharif, M. Y. ve Majid, A. H. (2014). A Conceptual Framework of Happiness at the Workplace. *Asian Social Science*. 11(2): 78-88.

West, M. A. (1996). *Reflexivity and work group effectiveness: A conceptual integration in Handbook of Work Group Psychology* edited by West, M. A. Chichester: Wiley.

West, M. A. (2003). *Innovation Implementation in Work Teams in Group Creativity: Innovation Through Collaboration* edited by Paulus, P. B. and Nijstad, B. A. New York: Oxford University Press.

West, M. A. ve Richter, A. W. (2008). *Climates and Cultures for Innovation and Creativity at Work in Handbook of Organizational Creativity* edited by Zhou J. and Shalley, C. E. New York: Taylor & Francis Group.

West, M. A. ve Sacramento, C. A. (2012). *Creativity and Innovation: The Role of Team and Organizational Climate in Handbook of Organizational Creativity* edited by Mumford M. D. San Diego: Elsevier.

Woodman, R. W., Sawyer, J. E. ve Griffin R. W. (1993). Toward A Theory of Organizational Creativity. *The Academy of Management Review*. 18(2): 293-321.

Veenhoven, R. (2003). Hedonism and Happiness. *Journal of Happiness Studies*. 4(2003): 437-457.

Yuan, L. (2015). The Happier One Is, the More Creative One Becomes: An Investigation on Inspirational Positive Emotions from Both Subjective Well-Being and Satisfaction at Work. *Scientific Research Publishing (Online Publishing)*. 2015(6): 201-209.

Zimmerman, B. J. (1995). *Self-Efficacy and Educational Development in Self-Efficacy in Changing Societies* edited by Bandura, A. New York: Cambridge University Press.

<https://www.iep.utm.edu/locke-et/> (30.03.2019). Erişim Saati: 20:08



EKLER

Ek 1: Araştırmada Kullanılan Soru Formları

OXFORD MUTLULUK ÖLÇEĞİ					
Aşağıda mutluluk ile ilgili bir dizi ifade bulunmaktadır. Lütfen her bir ifadeye ne derece katıldığınızı veya katılmadığınızı belirtiniz. 1-Hiç Katılmıyorum 2-Katılmıyorum 3-Ortadayım 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle Katılıyorum					
İfadeler	1	2	3	4	5
1.Kendimden hoşnut değilim. (-)					
2. Diğer insanlara karşı oldukça ilgiliyim.					
3.Hayatın oldukça ödüllendirici olduğunu düşünüyorum.					
4.Neredeyse herkese karşı oldukça sıcak duygular besliyorum.					
5.Nadiren dinlenmiş hissederek uyanırım. (-)					
6.Geleceğim hakkında pek iyimser değilim. (-)					
7.Pek çok şeyi eğlenceli buluyorum.					
8.Yaptığım şeylere karşı ilgili ve kendini adayan birisiyim.					
9.Hayat güzeldir.					
10.Dünyanın iyi bir yer olduğunu düşünmüyorum. (-)					
11.Çok gülen birisiyim.					
12.Hayatımdaki her şeyden oldukça memnunum.					
13.Çekici birisi olduğumu düşünmüyorum. (-)					
14.Yaptıklarım ile yapmak istediklerim arasında büyük fark var. (-)					
15.Çok mutluyum.					
16.Çevremdeki güzellikleri fark ederim.					
17.Diğer insanlar üzerinde daima neşeli bir etki bırakırım.					
18.Yapmak istediğim her şeye zaman bulabilirim.					
19.Yaşamımın kontrolü elimde değilmiş gibi hissediyorum. (-)					
20.Kendimi herhangi bir konuda sorumluluk alabilecek güçte hissediyorum.					
21.Zihinsel olarak kendimi tamamen dinç hissediyorum.					
22.Genellikle neşeli ve sevinçliyim.					
23.Herhangi bir konuda karar vermekte zorlanırım. (-)					
24.Yaşamımın belli bir amacı ve anlamı yok. (-)					
25.Kendimi oldukça enerjik hissediyorum.					
26.Genellikle olaylar üzerinde olumlu etkim var.					
27.Diğer insanlarla birlikte olmaktan keyif almıyorum. (-)					
28.Kendimi çok sağlıklı hissetmiyorum. (-)					
29.Geçmişimle ilgili pek mutlu anılara sahip değilim. (-)					

ÖZ GÜVEN ÖLÇEĞİ

Aşağıda kendiniz hakkındaki genel duygularınızla ilgili ifadelerin bir listesi bulunmaktadır. Lütfen her bir ifadeye ne derece katıldığınızı veya katılmadığınızı belirtiniz.

1-Hiç

2-Nadir

3-Bazen

4-Sık Sık

5-Her Zaman

İfadeler	1	2	3	4	5
1.Kendimi başarılı bir insan olarak görürüm.					
2.Başkalarının yanında heyecanımı kontrol edebilirim.					
3.Seçimlerimde başkalarına bağımlı değilimdir.					
4.Yaşamdaki zorluklarla baş edebilirim.					
5.Benim için aşılamayacak sorun yoktur.					
6.Başkalarının görüşlerine saygı gösteririm.					
7.Problemlerimin üstesinden gelebileceğime inanırım.					
8.Sosyal etkinliklere katılmaktan çekinmem.					
9.Verdiğim kararların arkasında dururum.					
10.Kendi kendime yetebileceğime inanırım.					
11.Aktif birisi olduğumu düşünürüm.					
12.Öz-eleştiri yapabilirim.					
13.Anlamadığım konularda başkalarına soru sorabilirim.					
14.Yeni girdiğim ortamlara uyum sağlarım.					
15.Kendimle barışık bir insanım.					
16.Gerektiğinde sonuna kadar hakkımı savunurum.					
17.İstediğim şeyleri elde etmek için mücadele edebilirim.					
18.Kendimi rahat bir şekilde ifade edebilirim.					
19.Kendimi ve başkalarını olduğu gibi kabul ederim.					
20.Çevremde yeteri kadar güvenilebileceğim insan vardır.					
21.Sorumluluk almaktan çekinmem.					
22.Diğer insanların eleştirilerini anlayışla karşılayabilirim.					
23.Sıkıntılı anlarımda bile olumlu düşünmeye çalışırım.					
24.Ön plana çıkmaktan korkmam.					
25.Başarısız olduğumda hemen pes etmem.					
26.Başka insanlarla kolaylıkla iletişim kurabilirim.					
27.Değerli birisi olduğuma inanırım.					
28.Kolay arkadaş edinebilirim.					
29.Düşüncelerimi ifade ederken başkalarından çekinmem.					
30.Kolay karar verebilirim.					
31.Sosyal bir insan olduğuma inanırım.					
32.Kendimi severim.					
33.Başka insanların övgülerini hak ettiğime inanırım.					

YARATICILIK ALANLARI ÖLÇEĞİ

Aşağıda kendiniz hakkındaki genel duygularınızla ilgili ifadelerin bir listesi bulunmaktadır. Lütfen her bir ifadeyi aşağıdaki puanlar doğrultusunda tamamlayınız.

- 1-Daha Az Yaratıcıyım
2-Az Yaratıcıyım
3-Az veya Fazla Yaratıcı Sayılmam
4-Fazla Yaratıcıyım
5-Çok Daha Fazla Yaratıcıyım

İfadeler	1	2	3	4	5
1.Param olmadığında bile yapılacak eğlenceli bir şey bulma konusunda					
2.Güç/ zor bir durumla karşılaşan insanlara yardımcı olma konusunda					
3.Birisine bir şeyi nasıl yapacağını öğretme konusunda					
4.İş ve özel yaşamı dengeli bir biçimde sürdürme konusunda					
5.Kendimi nasıl mutlu edeceğimi bilme konusunda					
6.Kişisel problemlerimi sağlıklı yollardan çözümleme konusunda					
7.İnsanlara yardımcı olmak için yeni yollar düşünme konusunda					
8.Bir problem için en iyi çözümü seçme konusunda					
9.Arkadaşlarımla birlikte herkesin ihtiyaçlarını karşılayabilecek bir etkinlik veya gezi planlama konusunda					
10.İki arkadaş arasında bir sorun veya tartışma yaşandığında aracı olma konusunda					
11.İnsanlarda rahatlama ve gevşeme duygusu oluşturma konusunda					
12.Bir dergi, gazete veya haber bülteni için yazı yazma konusunda					
13.Editöre bir mektup yazma konusunda					
14.Kolayca ulaşılamayacak farklı kaynak türlerini kullanarak bir konuyu araştırma konusunda					
15.Tartışmalı bir konuyu kendi bakış açımına göre tartışma konusunda					
16.Bir konuya uygun yanıt oluşturma konusunda					
17.Makale veya araştırmaları özgün/ güncel bir bakış açısını desteklemek üzere en iyi olasılıklar dahilinde sentezleme konusunda					
18.Bir tartışmada kişisel olarak kabul etmediği tarafı/ boyutu tartışma konusunda					
19.Kitapta yer alan temaları/ konuları analiz etme konusunda					
20.Bir çalışma revize edilirken eleştiri ve önerilerin nasıl bir araya getirileceğini ortaya koyma konusunda					
21.Okuduğum metne dayalı olarak yapıcı geri bildirim verme konusunda					
22.Güncel olmayan bir tartışma ile ilgili yenilikçi bir yöntem sunma konusunda					
23.Şiir yazma konusunda					
24.Komik şarkı sözleri yazma konusunda					
25.Kafiyeler oluşturma konusunda					
26.Örijinal bir şarkı besteleme konusunda					
27.Bir müzik aletini nasıl çalacağımı öğrenme konusunda					
28.Komik bir videoyu Youtube'a yükleme konusunda					
29.Uyum içinde şarkı söyleme konusunda					
30.İçimden geldiği anda bir şarkı sözü oluşturma konusunda					
31.Topluluk önünde bir müzik aleti çalma konusunda					
32.Bir oyunda oyunculuk yapma konusunda					
33.Tahtadan veya benzeri malzemelerden bir şey oyma konusunda					
34.Virüslü veya standart uygulama dışında işlemlere izin vermeyen bir program yüklenmiş (frozen program) bilgisayarı çalışabilir hale getirme konusunda					
35.Bir bilgisayar programı yazma konusunda					
36.Matematik bulmacalarını çözme konusunda					
37.Makineleri sökmek/ takma/ parçalara ayırma ve onların nasıl çalıştığını ortaya çıkarma konusunda					
38.Robot gibi mekanik bir şeyler yapma konusunda					
39.Bilimsel bir deneyin tasarımına veya yapılmasına yardımcı olma konusunda					
40.Aritmetik veya geometrik bir problemi çözme veya ispat etme konusunda					
41.Metal, taş veya benzeri malzemeden bir şey inşa etme konusunda					
42.Gerçekten görmediğim bir şeyin resmini çizme (bir uzaylı gibi) konusunda					
43.Bir kişi veya objenin taslağını çıkarma konusunda					
44.Düzensiz veya geometrik tasarımların resmini çizme/ karalamasını yapma konusunda					
45.Kendi fotoğraflarım dışında gazete resimlerinden bir defter sayfası oluşturma konusunda					
46.İlginç bir yaklaşım veya bakış açısı kullanarak ve güzel bir tema oluşturacak şekilde bir fotoğrafı çekme konusunda					
47.Bir çömlek parçası veya bir heykel yapma konusunda					
48.Güzel bir tabloyu takdir etme konusunda					
49.Klasik bir sanat eserini kendi yorumumla ortaya koyma konusunda					
50.Bir sanat müzesinin tadını çıkarma konusunda					

DEMOGRAFİK SORULAR						
	Kadın	Erkek				
1.Cinsiyetiniz						
	Evli	Bekar				
2.Medeni Durumunuz						
	20-30	31-40	41-50	50 Üzeri		
3.Yaşınız						
	İlköğretim	Lise	Ön Lisans	Lisans	Yüksek Lisans	Doktora
4.Eğitim Durumunuz						
	Kamu	Özel				
5.Çalıştığınız Sektör						
	1 Yıldan Az	1-5 Yıl	6-10 Yıl	10 Yıldan Fazla		
6.Toplam Çalışma Süresi						

