

**T.C.
ARTVİN ÇORUH ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**DUYGUSAL ZEKÂNIN BİREYSEL YARATICILIK ÜZERİNDEKİ
ETKİSİNDE ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMENİN ARACI ROLÜ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Muhammet Ali SUNAR

**Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa CANBEK**

ARTVİN-2020

**T.C.
ARTVİN ÇORUH ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**DUYGUSAL ZEKÂNIN BİREYSEL YARATICILIK ÜZERİNDEKİ
ETKİSİNDE ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMENİN ARACI ROLÜ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Muhammet Ali SUNAR

**Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa CANBEK**

ARTVİN-2020

TEZ BEYANNAMESİ

Artvin Çoruh Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlamış olduğum Duygusal Zekânın Bireysel Yaratıcılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracı Rolü adlı tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Artvin Çoruh Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Lisansüstü Eğitim-Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

X Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

☐ Tezim sadece Artvin Çoruh Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.

☐ Teziminay süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

10 / 07 /2020

Muhammet Ali SUNAR

TEZ KABUL TUTANAĞI
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Dr. Mustafa CANBEK danışmanlığında, Muhammet Ali SUNAR tarafından hazırlanan bu çalışma 25 /06 / 2020 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından İşletme Anabilim Dalı'nda yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan	: Doç. Dr. Engin KANBUR	İmza:.....
Jüri Üyesi	: Dr. Öğr. Üyesi Mustafa CANBEK	İmza:.....
Jüri Üyesi	: Dr. Öğr. Üyesi Osman YALAP	İmza:.....

Yukarıdaki imzalar adı geçen öğretim üyelerine aittir.

.... / /

Doç. Dr. Hamit ŞAFAKCI
Enstitü Müdürü

İÇİNDEKİLER

TEZ BEYANNAMESİ	I
TEZ KABUL TUTANAĞI	II
İÇİNDEKİLER	III
TABLolar LİSTESİ	VIII
ŞEKİLLER LİSTESİ	X
KISALTMALAR.....	XI
ÖZET.....	XII
SUMMARY.....	XIII
ÖNSÖZ.....	XIV
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

DUYGUSAL ZEKÂ

1. DUYGU VE ZEKÂ.....	3
1.1. Duygu.....	3
1.2. Zekâ.....	4
1.2.1. Zekânın Türleri.....	5
1.2.2. Zekâ Tanımlama Kriterleri.....	8
2. DUYGUSAL ZEKÂNIN KAVRAMSALLAŞTIRILMASI VE TANIMI.....	9
3. DUYGUSAL ZEKÂNIN BİLEŞENLERİ.....	11
4. DUYGUSAL ZEKÂ MODELLERİ.....	12
4.1. Mayer ve Salovey’ in Duygusal Zekâ Modeli.....	13
4.2. Bar-on’ un Duygusal Zekâ Modeli.....	14
4.3. Goleman’ın Duygusal Zekâ Modeli.....	16
4.4. Cooper ve Sawaf’ ın Duygusal Zekâ Modeli.....	18
5. DUYGUSAL ZEKÂNIN ÖNEMİ.....	21

İKİNCİ BÖLÜM

BİREYSEL YARATICILIK

1. YARATICILIK İLE İLGİLİ TANIMLAR.....	23
---	----

1.1. Bireysel yaratıcılık.....	25
1.2. Örgütsel yaratıcılık.....	27
2. YARATICILIĞIN TÜRLERİ.....	27
3. YARATICILIKLA İLGİLİ KURAMLAR.....	29
3.1. Psikoanalitik (Psikodinamik) Kuram.....	29
3.2. Gestalt (Bütüncül) Kuramı.....	30
3.3. Bilişsel Gelişimsel Kuram.....	30
3.4. Hümanist Kuram (İnsancıl Kişilik Yaklaşım Kuramı).....	31
4. YARATICILIĞIN KAVRAMSALLAŞTIRILMASI.....	31
5. YARATICILIK İLE İLGİLİ KAVRAMLAR.....	32
6. YARATICILIĞIN OLUŞUM AŞAMALARI.....	33
7. YARATICILIĞIN BOYUTLARI.....	34
8. YARATICILIK MODELLERİ.....	35
8.1. Etkileşimci Yaratıcılık Modeli.....	35
8.2. Yaratıcı Süreç Modeli.....	37
8.3. Bileşen Yaratıcılık Modeli.....	37
9. YARATICILIĞIN GELİŞTİRİLMESİ.....	38
10. YARATICILIĞIN GELİŞTİRİLMESİNE YÖNELİK BAZI TEKNİKLER.....	40
10.1. Beyin Fırtınası Tekniği.....	40
10.2. Gordon Tekniği.....	41
10.3. Phillips 66, Buzz Toplantıları Tekniği.....	42
10.4. Sinektik Tekniği.....	42
10.5. Balık Kılçığı Tekniği.....	42
10.6. Altı Şapka Düşünme Tekniği.....	43
10.7. Zihin Haritası.....	43
10.8. Zorlanmış İlişkiler Tekniği.....	44

11. YARATICILIĞIN EĞİTİM ALANINDA YERİ VE ÖNEMİ.....	45
12. ÖRGÜTLER AÇISINDAN YARATICILIĞI GELİŞTİRMENİN ÖNEMİ.....	47
13. YARATICILIĞIN SONUÇLARI.....	49

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME

1. ÖRGÜTSEL KİMLİK.....	51
1.1. Sosyal Kimlik Teorisi (Social Identity Theory, SIT).....	53
1.2. Sosyal Kategori Teorisi (Social Category Theory, SCT).....	53
1.3. Sosyal Kimliğin Özdeşleşme Üzerindeki Etkisi.....	55
2. ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME.....	56
3. ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME VE ÖRGÜTSEL KİMLİK İLİŞKİSİ.....	57
4. ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMENİN BOYUTLARI.....	60
4.1. Örgütsel Özdeşleşme Bağlamında Aidiyet.....	61
4.2. Örgütsel Özdeşleşme Bağlamında Benzerlik.....	62
4.3. Örgütsel Özdeşleşme Bağlamında Bağlılık.....	62
5. ÖZDEŞLEŞME MODELLERİ.....	65
5.1. Geliştirilmiş Özdeşleşme Modeli.....	66
5.2. Yapısal Özdeşleşme Modeli.....	66
6. ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMENİN ÖNCÜLLERİ.....	67
7. ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMENİN SONUÇLARI.....	68

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM- YÖNTEM

DUYGUSAL ZEKÂNIN BİREYSEL YARATICILIK ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMENİN ARACI ROLÜ

1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	71
2. ARAŞTIRMANIN MODELİ.....	72
3. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ.....	73

4. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI VE VARSAYIMLARI.....	74
4.1. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	74
4.2. Araştırmanın Varsayımları.....	75
5. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEM GRUBU.....	75
5.1. Araştırmada Kullanılan Ölçekler.....	75
5.1.1. Duygusal Zekâ ölçeği.....	76
5.1.2. Bireysel Yaratıcılık Ölçeği.....	76
5.1.3. Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği.....	76
5.2. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Geçerliliği ve Güvenilirliği.....	77
5.3. Verilerin analizi.....	79
5.4. Duygusal Zekâya Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	79
6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....	86
6.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular.....	87
6.2. Model Değişkenleri Arasındaki İlişkilerin Analizine Yönelik Bulgular.....	88
6.3. Hipotez Testlerine İlişkin Bulgular.....	90
6.4. Araştırma Değişkenlerinin Demografik Değişkenlere Göre Değerlendirilmesi Sonucu Elde Edilen Bulgular.....	98
6.4.1. Katılımcıların Duygusal Zekâ Düzeylerinin Demografik Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi.....	99
6.4.2. Katılımcıların Kendi Duygularını Değerlendirme Düzeylerinin Demografik Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi.....	100
6.4.3. Katılımcıların Başkalarının Duygularını Değerlendirme Düzeylerinin Demografik Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi.....	101
6.4.4. Katılımcıların Duyguların Kullanılması Düzeylerinin Demografik Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi.....	103
6.4.5. Katılımcıların Duyguları Düzenleme Düzeylerinin Demografik Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi.....	105
6.4.6. Katılımcıların Bireysel Yaratıcılık Düzeylerinin Demografik Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi.....	106

6.4.7. Katılımcıların Örgütsel Özdeşleşme Düzeylerinin Demografik Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi.....	107
SONUÇ.....	109
KAYNAKLAR.....	112
EKLER.....	126
ÖZGEÇMİŞ.....	128

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Tanımlanmış Çoklu Zekâ Türleri.....	8
Tablo 2: Duygusal Zekâ Bileşenlerinin Ortak Yönleri Tablosu.....	12
Tablo 3: Duygusal Zekâ Modelinde Yeterliliklerin Teorik ve Ampirik Kümelenmesi.....	18
Tablo 4: Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....	79
Tablo 5: Duygusal Zekâ Ölçeğine Ait KMO ve Barlett Testleri.....	81
Tablo 6: Doğrulayıcı Faktör Analizi Tablosu.....	84
Tablo 7: Uyum İyiliği Değerleri Tablosu.....	85
Tablo 8: Demografik Özellikler ve Frekans Sonuçları Tablosu.....	88
Tablo 9: Değişkenler Arası Korelasyon Tablosu.....	90
Tablo 10: Duygusal Zekânın, Bireysel Yaratıcılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Testine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları.....	92
Tablo 11: Kendi Duygularını Değerlendirme Boyutunun Bireysel Yaratıcılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Testine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları.....	93
Tablo 12: Başkalarının Duygularını Değerlendirme Boyutunun Bireysel Yaratıcılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Testine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları.....	95
Tablo 13: Duyguları Kullanabilme Boyutunun, Bireysel Yaratıcılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Testine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları.....	96
Tablo 14: Duyguları Düzenleme Boyutunun, Bireysel Yaratıcılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Testine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları.....	97
Tablo 15: Duygusal Zekânın Medeni Durum Açısından İncelenmesine Yönelik Yapılan Independent Samples t Testi Sonuçları.....	99
Tablo 16: Kendi Duygularını Değerlendirme Boyutunun Cinsiyet Değişkeni Açısından İncelenmesine Yönelik Yapılan Independent Samples t Testi Sonuçları.....	100
Tablo 17: Kendi Duygularını Değerlendirme Boyutunun Medeni Durum Açısından İncelenmesine Yönelik Yapılan Independent Samples t Testi Sonuçları.....	101
Tablo 18: Başkalarının Duygularını Değerlendirme Boyutunun Cinsiyet Değişkeni Açısından İncelenmesine Yönelik Yapılan Independent Samples t Testi Sonuçları.....	102

Tablo 19: Başkalarının Duygularını Değerlendirme Boyutunun Medeni Durum Açısından İncelenmesine Yönelik Yapılan Independent Samples t Testi Sonuçları.....	102
Tablo 20: Duyguların Kullanılması Boyutunun Medeni Durum Açısından İncelenmesine Yönelik Yapılan Independent Samples t Testi Sonuçları.....	103
Tablo 21: Gelir Durumu Açısından Duyguların Kullanılmasına İlişkin Yapılan Tek Yönlü ANOVA Testi Sonuçları.....	104
Tablo 22: Gelir Durumu Açısından Duyguların Düzenlenmesine İlişkin Yapılan Welch ve Brown-Forsythe Testlerinin Sonuçları.....	106
Tablo 23: Çalışma Süresi Açısından Bireysel Yaratıcılığa İlişkin Yapılan Tek Yönlü ANOVA Testi Sonuçları.....	107
Tablo 24: Örgütsel Özdeşleşmenin Medeni Durum Değişkeni Açısından İncelenmesine Yönelik Yapılan Independent Samples t Testi Sonuçları.....	108

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Duygusal Zekânın Dört Boyutlu Modeli.....	13
Şekil 2: Cooper ve Sawaf'ın Duygusal Zekâ Dört Köşe Taşı Modeli.....	20
Şekil 3: Endüstriyel Yaratıcılığın Bileşenleri.....	28
Şekil 4: Etkileşimci Örgütsel Yaratıcılık Modeli.....	36
Şekil 5: Balık Kılçığı Şekli.....	42
Şekil 6: Örgütsel Bağlılık Açısından Tutum Perspektifi.....	65
Şekil 7: Örgütsel Bağlılık Açısından Davranış Perspektifi.....	65
Şekil 8: Araştırma Modelinin Şekilsel Gösterimi.....	72
Şekil 9: Duygusal Zekânın Alt Boyutlarına Yönelik Path Diagramı.....	86

KISALTMALAR

Akt. : Aktaran

Çev. : Çeviren

DZ: Duygusal Zekâ

Ed. : Editör

EI: Emotional Intelligence

EQ: Emotional Quotient

IQ: Akademik Zekâ

EQ-I: Duygusal Zekâ Envanteri

MEIS: Çok Faktörlü Duygusal Zekâ Ölçüsü

MSCEIT V1: Mayer-Salovey-Caruso Duygusal Zekâ Testi

MSCEIT V2: Mayer-Salovey-Caruso Duygusal Zekâ Testi

s. : Sayfa

ss. : Sayfalar

vd. : ve diğerleri

WLEIS: Wong ve Law Emotional Intelligence Scale

ÖZET

DUYGUSAL ZEKÂNIN BİREYSEL YARATICILIK ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMENİN ARACI ROLÜ

Bu çalışmanın temel amacı öğretmenlerin duygusal zekâlarının, bireysel yaratıcılıkları üzerindeki etkisinde, örgütsel özdeşleşmelerinin aracı rolünün incelenmesidir. Ayrıca öğretmenlerin demografik özelliklerinin, araştırma değişkenleri açısından fark gösterip göstermediğinin incelenmesi de bu çalışmanın amaçları arasında yer almaktadır.

Alanyazın incelendiğinde duygusal zekânın, bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolünü inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Dolayısıyla bu çalışmanın ilgili alanyazına pozitif bir katkı sağlayacağı beklenmektedir. Ayrıca bu çalışmada katılımcıların demografik özelliklerinin, araştırma değişkenleri açısından fark gösterip göstermediği de incelenmektedir. Bu yönüyle de alanyazına daha fazla katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırmanın örneklemini Adana il sınırları içerisinde faaliyet gösteren, Milli Eğitim Bakanlığına bağlı okullarda görev yapan toplam 420 öğretmen oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analiz edilmesinde SPSS istatistiksel paket programı ve SPSS istatistiksel paket programına ilave edilen Process Makro v3.4 programı kullanılmıştır. Yapılan analizler neticesinde, duygusal zekânın bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde, örgütsel özdeşleşmenin aracı rolünün olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çalışma kapsamında duygusal zekânın ve örgütsel özdeşleşmenin, medeni duruma göre farklılık gösterdiği, evli olan katılımcıların, duygusal zekâ ve örgütsel özdeşleşme düzeylerinin, bekâr olan katılımcılara göre biraz daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Diğer yandan bireysel yaratıcılığın ise sadece çalışma süresine göre farklılık gösterdiği, diğer demografik özelliklere göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Son olarak bu çalışmada, araştırmanın sınırlılıklarına, varsayımlarına ve gelecekte yapılacak çalışmalara yönelik önerilere de yer verilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Zekâ, Bireysel Yaratıcılık ve Örgütsel Özdeşleşme.

SUMMARY

THE MEDIATING ROLE OF ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION IN THE EFFECT OF EMOTIONAL INTELLIGENCE ON INDIVIDUAL CREATIVITY

The main purpose of this study is to examine teacher's the mediating role of organizational identification in the effect of emotional intelligences on individual creativity. In addition, it is among the aims of this study to examine whether the demographic characteristics of teachers differ in terms of research variables.

When the literature is examined, there is no study investigating the mediating role of organizational identification in the effect of emotional intelligence on individual creativity. Therefore, this study is expected to contribute positively to the related literature. In addition, whether the demographic characteristics of the participants differ in terms of research variables is also examined in this study. In this respect, it is thought that it will contribute more to the literature. The sample of the study consists of 420 teachers working in the schools affiliated to the Ministry of Education, operating within the provincial borders of Adana. SPSS statistical package program and Process Macro v3.4 program added to SPSS statistical package program were used to analyze the data obtained within the scope of the research. As a result of the analyzes it was concluded that organizational identification has a mediating role in the effect of emotional intelligence's on individual creativity. In addition, it has been determined that emotional intelligence and organizational identification differ according to marital status, and the level of emotional intelligence and organizational identification of married participants is slightly higher than that of single participants. On the other hand, it has been detected that individual creativity differs only according to working time, not according to other demographic characteristics.

Finally, in this study, the limitations of the research, its assumptions and suggestions for future studies are also included.

Keywords: Emotional Intelligence, Individual Creativity and Organizational Identification.

ÖNSÖZ

Bu çalışmada bilgi ve deneyimleri ile her daim yanımda olan danışmanım Dr. Mustafa CANBEK hocama değerli katkılarından ötürü canı gönülden teşekkür ediyorum. Ayrıca lisansüstü eğitimi aldığım süre içerisinde üzerimde emeği olan tüm hocalarıma, bu çalışmanın ortaya çıkmasında, birer anket formu doldurmak suretiyle bireysel olarak katkı gösteren tüm öğretmen katılımcılara ve bu süreçte beni yalnız bırakmayan her daim yanımda olduklarını hissettiğim aileme, kızım Fatma SUNAR'a ve amcam Kenan SUNAR'a canı gönülden teşekkür ediyorum.

Muhammet Ali SUNAR

ARTVİN 2020

GİRİŞ

Her alanda hızlı bir değişimin yaşandığı günümüz dünyasında, örgütler açısından kaynakların etkili ve verimli bir şekilde kullanılması, daha başarılı sonuçlar elde etme ve daha iyiye ulaşabilme adına oldukça önem arz etmektedir. Günümüzde örgütler açısından maddi kaynaklara sahip olmak ne kadar önemli ise bu kaynakları etkili ve verimli bir şekilde kullanacak ve geliştirecek olan insan kaynağına sahip olmakta bir o kadar önemli bir konu haline gelmiştir.

Çalışanların, örgütün değerlerini içselleştirmeleri, örgütün bir üyesi olmaktan gurur duymaları, örgütün başarısı için bireysel olarak daha fazla çaba göstermeleri ve karşılaşılan sorunların çözümünde ya da yeniliğe ihtiyaç duyulan alanlarda, çalışanların bireysel yaratıcılıklarını sergilemeleri, örgütlerin, başarı çitalarını yükseltmeleri ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri açısından da oldukça önem arz etmektedir. Yaratıcılık her insanda az ya da çok doğuştan var olan ve eğitim yolu ile geliştirilebilen bir olgudur. Yaratıcılığın geliştirilebileceği yerlerden biride hiç şüphesiz okullardır. Okullar ise öğrenme ve öğretme süreci açısından, yoğun bir etkileşimin ve yoğun bir iletişimin yaşandığı mekânlardır. Bireyler arasında iletişimin yoğun olarak yaşandığı böylesi ortamlarda, sağlıklı ve istenilen bir iletişimin oluşabilmesi için, bireyin kendi duygularını anlaması, kendi duygularını anladığı gibi karşısındaki insanların duygularını da anlaması, duygularını uygun bir şekilde düzenleyebilmesi ve duygularını etkin bir şekilde kullanabilmesi de oldukça önemli olan konular arasında yer almaktadır.

Bu çalışmada, yaratıcılığın geliştirilebileceği ve yoğun bir etkileşimin yaşandığı okullarda görev yapan öğretmenlerin, duygusal zekâlarının, bireysel yaratıcılıkları üzerindeki etkisinde, örgütsel özdeşleşmelerinin aracı rolünün incelenmesi ve bu yönüyle literatüre kayda değer bir katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda daha kapsamlı sonuçlar elde edilebilmesi adına duygusal zekâ, kendi duygularını değerlendirme, başkalarının duygularını değerlendirme, duyguların kullanılması ve duyguların düzenlenmesi gibi dört alt boyutu ile ele alınmaktadır. Ayrıca çalışmadan çok daha fazla sonuçlar elde edilebilmesi ve alan yazına daha fazla katkı sağlanabilmesi için öğretmenlerin, demografik özellikleri ile araştırma değişkenleri arasında anlamlı farkların olup olmadığının incelenmesi de söz konusu bu çalışmanın amaçları arasında yer almaktadır.

Bu amaçlar doğrultusunda Adana il sınırları içerisinde Milli Eğitim Bakanlığına (MEB) bağlı okullarda görev yapan öğretmenlerin, duygusal zekâlarının, bireysel yaratıcılıkları üzerindeki etkisinde, örgütsel zdeğleşmelerinin aracı rolünün incelenmesine yönelik bir saha araştırması yapılmıştır.

Bu çalışmanın araştırma soruları; duygusal zekânın bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde, örgütsel zdeğleşmenin aracı rolü (etkisi) var mıdır? Duygusal zekânın alt boyutları ele alındığında, duygusal zekânın alt boyutlarının bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde, örgütsel zdeğleşmenin aracı rolü var mıdır? Katılımcıların, demografik özellikleri, araştırma değişkenleri açısından anlamlı farklılıklar göstermekte midir? Gibi sorulardan oluşmaktadır. Bu sorulara yanıt verebilmek için söz konusu bu çalışma dört bölüm şeklinde tasarlanmıştır. Birinci bölümde duygusal zekâ başlığı altında, duygusal zekânın ne olduğuna, alt boyutlarına, modellerine ve önemine yer verilmiştir. İkinci bölümde bireysel yaratıcılık başlığı altında, bireysel yaratıcılığın anlamına, önemine, çeşitlerine, yaratıcılıkla ilgili kuramlara, yaratıcılığın nasıl geliştirileceğine ve yaratıcılığı geliştirme tekniklerine yer verilmiştir. nc bölümde örgütsel zdeğleşme başlığı altında, örgütsel zdeğleşmenin ne olduğu, anlamı, önemi, boyutları ve modelleri gibi önemli noktalara değinilmiştir. Dördüncü bölümde ise araştırmanın metodolojisi açıklanmış ve öğretmenlerin, duygusal zekâlarının, bireysel yaratıcılıkları üzerindeki etkisinde, örgütsel zdeğleşmelerinin aracı etkilerinin incelenmesine yönelik yapılan saha araştırmasının sonuçlarına yer verilmiştir. Ayrıca katılımcıların demografik özellikleri ile araştırma değişkenleri arasında anlamlı farkların olup olmadığına yönelik yapılan analizlerin sonuçlarına da yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

DUYGUSAL ZEKÂ

1. DUYGU VE ZEKÂ

Duygusal zekâ kavramı, insan davranışlarını anlamaya çalışan, araştırmacılar tarafından özellikle son yıllarda yoğun bir şekilde ele alınan bir kavram olmuştur. İngilizce, “Emotional Intelligence (EI)” veya “Emotional Quotient (EQ)” olarak tanımlanan, Türkçe karşılığı “Duygusal Zekâ (DZ)” olan, bu kavram, duygu ve zekâ üzerine yapılan araştırmaları gündeme taşımıştır. Duygusal Zekâ kavramının ne olduğunun tam olarak anlaşılabilmesi için duygu ve zekâ kavramlarını ayrı ayrı değerlendirmek gerekmektedir (Doğan ve Şahin, 2007: 233).

1.1. Duygu

Türk Dil Kurumu sözlüğünde duygu;

- Duyularla algılanan hisler,
- Bir nesne, olay ya da insanların kişinin iç dünyasında oluşturduğu izlenimleri,
- Kişinin önsezileri,
- Nesnelerin veya olayların ahlaki ve estetik olarak değerlendirilmesine dayalı yeteneği,
- Kişinin kendine özgü olan ruhsal açıdan hareket ve hareketliliğidir (TDK, <https://sozluk.gov.tr/>)

Goleman, duygusal zekâ neden IQ dan önemlidir? İsimli çalışmasında duyguyu; bir his ve bu hisse özgü olan düşünceler, biyolojik ve psikolojik durumlar ve bir takım hareket yönelimi olarak tanımlamaktadır. Ayrıca Goleman bu çalışmasında duyguların gruplar halinde ele alınabileceğini ileri sürerek bazı temel duygu kümelerini şu şekilde özetlemektedir (Goleman, 1995);

- **Korku:** kaygı, sinirlilik, tasa, şüphe, hayret, çekinme, ürkme, uyanıklık, vicdan azabı, huzursuzluk, dehşet; patolojik durumlarda ise fobi ve panik.
- **Kızgınlık:** öfke, hiddet, sinirlenme, hınç, kin, hakaret, içleme, gazap, tükenme, kızma, rahatsızlık, alınganlık, düşmanlık ve belki de en uç noktada, patolojik nefret ve şiddet.

- **Üzüntü:** acı, keder, can sıkıntısı, kasvet, kendine acıma, yalnızlık, umutsuzluk ve patolojik durumlarda ise şiddetli depresyon.
- **Şaşkınlık:** şok, hayret, afallama, merak.
- **Tiksinme:** hor görme, aşağılama, küçümseme, iğrenme, nefret etme, hoşlanmama, itici bulma.
- **Zevk:** mutluluk, coşku, rahatlama, tatmin, haz, sevinç, eğlenme, gurur, tensel zevk, heyecan, hoşnutluk, kendinden geçme, aşırı zindelik, kapris.
- **Sevgi:** kabul görme, dostluk, güven, iyilik, yakın ilgi, sadakat, hayranlık, aşırı tutkunluk, muhabbet.
- **Utanc:** suçluluk, hayal kırıklığı, pişmanlık, mahcubiyet, küçük düşme, üzülme, çile ve nedamet.

İnsani duygular, çekirdek duygularımızın, içgüdüsel dürtülerimizin ve duygusal tercihlerimizin ortak paydasını oluşturmaktadırlar (Cooper ve Sawaf, 1997: 377). Duygular, fizyolojik tepkilerimiz, bilişlerimiz ve bilinçli farkındalıklarımız ile birlikte birçok psikolojik alt sistemi barındıran ve koordine eden iç olaylardır ve genellikle bir insanın değişen ilişkilerine yönelik bir cevap olarak ortaya çıkmaktadır (Mayer, Caruso ve Slovey, 1999: 267). Bu noktada her duygu, belirli bir değer yargısını ifade etmektedir. Örneğin, korku, fiziksel bir tehdit yargısının olduğu durumlara karşı verilen bir cevaptır. Öfke, bir yanlışlığa ya da haksızlığa uğradığımız durumlarda, arzu, sahip olmayı istediğimiz, bir nesne ya da olumlu bir değer karşısında, sevinç ise bazı önemli hedeflere ulaştığımızda, yapmış olduğumuz kişisel olan değerlendirmelerimizden kaynaklanmaktadır (Locke, 2005: 427).

1.2. Zekâ

Zekâ kavramı, bir insanın daha soyut ve daha yüksek kavramlar üzerinde, yeni kavramlar oluşturma ve bu kavramları algılama yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Locke, 2005; 425). Gardner zekâyı “sorunlar çözme veya bir ya da daha fazla kültürel ortamda değerli ürünler yaratma” olarak tanımlamaktadır (Furnham, 2012: 5). Zekâ, bir insanın çevresiyle uyum sağlaması ve sahip olduğu tecrübelerinden ders çıkarma kabiliyetidir. Bireyin sosyo-kültürel bağlamı göz önüne alındığında, zekâ, kişinin önemli gördüğü hedeflerine ulaşma yeteneği, güçlü olan yönlerinden faydalanıp zayıf yönlerini geliştirerek ortama uyum sağladığı, şekillendirdiği ve seçtiği, analitik, yaratıcı ve pratik yeteneklerin bir karışımıdır. Bu noktada zekâ, bir biriyle anlamlı ve tutarlı olan bir takım hedefler dizisi

oluşturmayı ve bu hedeflere ulaşmak için gerekli görülen bir takım beceri ve eğilimlere sahip olmayı gerekli kılmaktadır (Sternberg, 2005: 189). Diğer bir deyişle zekâ, kişinin soyut olanları algılayabilme, kavrayabilme kapasitesini ifade etmektedir (Locke, 2005: 425).

1.2.1. Zekânın Türleri

Psikolog Howard Gardner, tarafından 1970'lerin sonunda ve 1980'ların başında geliştirilen çoklu zekâ kuramı, insanların sekiz veya daha fazla özerk zekâyâ sahip olduğunu belirtmektedir. İnsanların sahip oldukları bu çok çeşitli zekâ türlerini Gardner; dilbilimsel zekâ, mantıksal-matematiksel zekâ, mekânsal zekâ, müziksel zekâ, bedensel zekâ, doğacı zekâ, kişilerarası zekâ ve içsel zekâ olarak sıralamaktadır (Davis vd., 2011: 485). Gardner, sözel ve mantıksal zekânın eğitim ortamlarında genellikle değer verilen zekâ türleri olduğuna vurgu yapmaktadır. Bu noktada sözel zekâ, sözlü ve yazılı dile karşı duyarlılık ve öğrenme yeteneğini içerir. Mantıksal zekâ ise problemleri mantığa uygun olarak analiz etme, matematiksel problemleri çözme ve sorunları bilimsel olarak araştırma kapasitesini içerir. Gardner, bu iki zekâ türünün, zekâ testlerinde sıklıkla kullanıldığını belirtmektedir (Furnham, 2012: 5).

Howard Gardner, çoklu zekâ kuramı çalışmasında yer alan sekiz zekâ çeşidini şu şekilde açıklamaktadır (Gardner, 1983):

Dilsel-Sözel Zekâ: Zekânın bu türü dil ile ilgili bilgileri kapsayan; okuma, yazma ve konuşma gibi eylemlerde kelimelerin sırasını, anlamını ve dilin doğru bir şekilde kullanılmasına yönelik bilgileri içerir. Deyimler, atasözleri ve dilsel olarak mizah içeren bir dilin sosyo-kültürel yönlerini açıklar.

Matematiksel-Mantıksal Zekâ: Bu zekâ türü yaşantımızda oluşan çeşitli kalıpları bulmak ve anlamak için sayıları, matematiği ve mantığı kullanır: görsel, düşünsel, renk ve sayı kalıpları gibi günlük yaşantımızda somut olarak algıladığımız kalıpların, ilişkileri üzerine düşünmeye çalıştıkça daha da soyut hale gelir.

Görsel-Uzamsal Zekâ: Bazen “Görmek inanmaktır” ya da “Bir resim bin kelimeye bedeldir” gibi cümleler kurarız. Bu noktada Görsel-Uzamsal Zekâ, gözlerimizle gördüğümüz görüntü, desen, tasarım, doku ve şekiller üzerinde oluşan bilimi temsil ettiği gibi aynı zamanda bu unsurları ve bu unsurlar üzerinde oluşabilecek değişimleri de içerir.

Kişisel (İçsel) Zekâ: Bu zekâ türünün temelinde kendimiz ve kendi yaşamlarımız hakkında düşünebileceğimiz, kendi kendimizi yansıtmaya yeteneklerimiz vardır. Kişisel zekâ; içsel dünyamıza, duygularımıza, değerlerimize, inançlarımıza ve maneviyat arayışlarımıza yönelik algılarımızı içerir.

Sosyal (Kişilerarası) Zekâ: Bu zekâ türünün temelinde diğer insanlarla kurduğumuz ilişkiler yer almaktadır. Sosyal zekâ, kişinin bir başkasını bilmesine vurgu yapar. Bu bilgi türü genellikle bir ekibin parçası olarak, diğer insanlarla birlikte çalıştığımız ve onlarla ilişki kurduğumuzda ortaya çıkan bilgilerden oluşmaktadır. Bu noktada bilgi, etkili bir iletişim ve ilişki kurabilmek için gerekli olan bir dizi sosyal becerileri geliştirmemizde oldukça önemlidir.

Bedensel (Kinestetik) Zekâ: Sık sık “yaparak öğrenme” hakkında konuşuruz. Yaparak öğrenme şekli fiziksel hareket ve fiziksel olarak kendi bedenimizi tanıma yoluyla olur. Bisiklete binmek, araba sürmek, dans etmek, yürürken dengeyi sağlamak gibi pek çok aktiviteyi bedenimizle gerçekleştiririz. Bedenimiz bu noktada mantıksal zihin tarafından mutlaka bilinmeyen pek çok şeyi bilir.

Müziksel-Ritmik Zekâ: Ses ve titreşimle dayalı olarak gerçekleşen bir olgudur. Çoklu zekâ teorisi üzerine yapılan ilk araştırmada, bu zekâyı müziksel-ritmik zekâ deniyordu. Ancak, sadece müzik ve ritimle sınırlı olmadığı; ses, ton, ritim ve titreşim kalıplarının yanı sıra müzik unsurunu da barındırdığı için işitsel-titreşimsel zekâ olarak da bilinir.

Doğacı Zekâ: Doğal çevrenin tanınması, takdir edilmesi ve anlaşılması gibi doğaya yönelik gerçekleşen tüm bilme alanını içerir. Türlerin ayırt edilmesi, doğal dünya ve onun unsurlarını tanıma ve sınıflandırma yeteneği gibi kapasiteleri içerir.

Gardner’ın çoklu zekâ çalışmasında belirtmiş olduğu sekiz zekâ çeşidine yönelik yapılan tanımların dayanağı; bir kişinin, bireysel olarak zekânın yüksek seviyelerini gösterdiği alanlara yönelik değerlendirmelerdir. Bunun nedeni, henüz bir bireyin belirli bir zekâ kapasitesini doğrudan değerlendiren psikometrik veya nöro görüntüleme tekniklerine sahip olmayışıdır. Ancak mimari, heykel veya geometri gibi alanlarda başarılı çalışmalar yapan bir kişinin yüksek mekânsal zekâyı sahip olduğu makul bir şekilde anlaşılabilirliği gibi, bale veya ortopedik cerrahi alanlarında başarı gösteren kişilerin de yüksek kinestetik zekâyı sahip olduğunu söylemek mümkündür (Davis vd., 2011: 487-488).

Zekâ ve zekânın türleri üzerine ilgili alan yazın incelendiğinde zengin bir içeriğe ulaşmak ve hatta sekizden daha da fazla zekâ türünün olduğunu görmek de mümkündür. Örneğin, Stenberg, yapmış olduğu çalışmada triarşik bir zekâ için olması gereken zekâ bileşenlerini; analitik zekâ, pratik zekâ ve yaratıcı zekâ olarak sıralamaktadır (Stenberg, 2005: 189).

Analitik Zekâ, Zekânın bilgiyi işlemede ve bilgiyi oluşturan bileşenleri analiz etmesinde, değerlendirmesinde veya karşılaştırmasında rol oynayan zekânın bir türüdür.

Yaratıcı Zekâ, Bir bireyin göreceli olarak, yeni durumlar veya sorunlar karşısında ne kadar başa çıkabileceğini değerlendiren yeni çözümler geliştirmesinde önemli rol oynar. Bu nedenle, nispeten yeni olan bir test problemi ile özellikle iyi ölçülebilecek bir zekâ türüdür.

Pratik Zekâ, Kişinin işinde veya evinde olduğu gibi yeteneklerini, günlük hayatta karşılaştığı sorunların çözümüne uygulamasını içerir. Pratik zekâ, tecrübe için zekâ bileşenlerinin uygulanmasını ifade eder. Bu bileşenler ise; uyum sağlamak, şekillendirmek ve seçim yapmaktır. Burada söz konusu;

- **Uyum,** kişinin çevreye uyması için kendini değiştirmesidir.
- **Şekillendirmek,** çevresini kendine uyacak şekilde değiştirmesidir.
- **Seçim** ise kişinin ihtiyaçlarına, hedef ve arzularına uygun olan başka ortamlar aramaya başladığında yapacağı tercihlerdir.

İnsanlar uyum sağlama, çevresini biçimlendirme ve ortam seçme noktasında, söz konusu bu üç olası hareket tarzı arasında, denge kurma becerileri açısından bir takım farklılıklar gösterebilirler (Stenberg, 2005: 191-194).

Aşağıda yer alan Tablo 1’de zekâ türlerine ve yazarlarına yönelik bazı bilgiler verilmektedir. Tablodan da görüleceği üzere zekâ kavramının farklı türlerde olduğu ve farklı boyutlarıyla değerlendirildiği anlaşılmaktadır.

Tablo 1: Tanımlanmış Çoklu Zekâ Türleri (Furnham, 2012: 5).

	ZEKÂNIN ÇEŞİDİ	YAZARI	YILI
1.	Analitik	Sternberg	1997
2.	Bedensel-kinestetik	Gardner	1999
3.	Cinsel	Conrad and Milburn	1997
4.	Doğacı	Gardner	1999
5.	Duygusal	Salovey and Mayer	1990
6.	İçsel	Gardner	1999
7.	Kişilerarası (sosyal)	Gardner	1999
8.	Manevi	Emmons	2000
9.	Matematiksel	Gardner	1999
10.	Müzikal	Gardner	1999
11.	Pratik	Sternberg	1997
12.	Sözel	Gardner	1999
13.	Uzamsal	Gardner	1999
14.	Yaratıcı	Sternberg	1997

1.2.2. Zekâ Tanımlama Kriterleri

Gardner'ın (1983, 1999) çoklu zekâ anlayışı, satranç, müzik, atletizm, siyaset ve girişimcilik gibi çeşitli alanlarda yeteneklerini sergileyen insanların, sahip oldukları bu yeteneklerinin zekâyı kavramsallaştırmada göz önünde bulundurulması gereğine dayanmaktadır. Gardner, evrimsel biyoloji, psikoloji, sinirbilim, antropoloji, psikometri gibi çeşitli alanlarda yapılan çalışmaları inceleyerek zekânın tanımlanmasına yönelik çeşitli ölçütler belirlemiştir (Davis vd., 2011: 487). Davis ve arkadaşları yapmış oldukları çalışmalarında, Gardner (1983) ve Kornhaber, Fierros, Veneema'nın (2004), zekâ tanımlama kriterleri olarak şu unsurlara yer verdiklerini belirtmektedirler (Davis vd., 2011: 487):

- İnsanlar, diğer kapasitelerin aksine, belirli bir alana yönelik sahip oldukları kapasitelerinin özellikle yüksek veya düşük seviyelerini göstermelidir.
- Bu özelliklerinin farklı bir sinirsel gösterime sahip olması gerekir. Yani, sinirsel yapısı ve işleyişi diğer insan topluluklarından ayırt edilebilir olmalıdır.

- Evrimsel olarak biyolojik bir temeli olmalıdır. Yani, bir zekânın, bir canlı türünde daha önce başlaması ve devam etmesi gerekir.
- Farklı bir gelişimsel yörüngeye sahip olması gerekir. Yani, farklı zekâlar farklı seviyelerde ve ayırt edici olan özellikler doğrultusunda gelişmelidir.
- Örgün veya yaygın eğitimde kullanılan sembol sistemleriyle anlaşılır olması açısından duyarlı olmalıdır.
- Zekâyâ yönelik psikometrik testler ile elde edilen kanıtlarla desteklenmelidir.
- Psikolojik deneyler ile diğer zekâlardan ayırt edilebilir özellikte olmalıdır.
- Bir çekirdek, bilgi işlem sistemini gösterebilmelidir. Yani, her bir zekâ çeşidine yönelik elde edilen bilgiyi, işleyen tanımlanabilir zihinsel süreçler olmalıdır.

2. DUYGUSAL ZEKÂNIN KAVRAMSALLAŞTIRILMASI VE TANIMI

Duygusal zekâ kavramı tarihsel açıdan kısaca, Thorndike'in 1920 yılında sosyal zekâ üzerine yapmış olduğu çalışmalarına dayanmaktadır (Bar-on, 2014: 1-2). Salovey ve Mayer 1990'da yapmış oldukları çalışmaları ile duygusal zekâ kavramını bilimsel anlamda resmen tanımlayan ilk çalışmacılar olmuşlardır. Duygusal zekâ kavramı, 1995 yılında Daniel Goleman'ın yoğun ilgi gösterilen "Duygusal Zekâ" isimli kitabını yazmasıyla kavramsal olarak daha da popüler bir hale gelmiştir (Brackett, Rivers ve Salovey, 2011; 89-90). 1995' den günümüze kadar gelen süre içerisinde duygusal zekâyâ yönelik olarak yapılan çalışmalar incelendiğinde, literatürde zengin bir içeriğin olduğunu dolayısıyla duygusal zekâ kavramının yoğun bir ilgi gördüğünü ve araştırmacılar tarafından sıklıkla üzerinde çalışılan bir kavram olduğunu söylemek de mümkündür (Cooper ve Sawaf, 1997; Mayer, Caruso ve Salovey, 1999; Cherniss, 2000; Stenberg, 2005; Furnham, 2012; Bar-on, 2014).

Duygusal zekâ kavramını bilimsel anlamda resmen tanımlayan ilk çalışmacılar olan Salovey ve Mayer (1990: 158-186) yapmış oldukları çalışmalarında duyguların, fizyolojik, bilişsel, motivasyonel ve deneyimsel sistemler gibi birçok psikolojik alt sistemin sınırlarını aşan organize tepkiler olduğunu ve duyguların tipik olarak, kişinin olumlu ya da olumsuz olarak değerlendirmiş olduğu içsel ya da dışsal bir olay karşısında yanıt olarak ortaya çıktığını belirtmektedirler. Salovey ve Mayer (1990: 193) duygusal zekâyı ise bireyin, kendisinin duygu ve hislerini anladığı gibi başkalarının da duygu ve hislerini anlaması, duygular arasında ayırım yapması ve bu süreçte edindiği bilgiler doğrultusunda, duygularını

uygun bir şekilde kullanma becerisini içeren sosyal zekânın bir türü olarak tanımlamaktadırlar.

Cooper ve Sawaf'a (1997: 377) göre duygusal zekâ, duyguların gücünü ve kavrayışını, insan enerjisini, bilgi ve etki kaynağı olarak sezebilme, algılayabilme ve etkili bir şekilde uygulayabilme yeteneğidir.

Basit bir ifadeyle duygusal zekâ; duyguların bilinçli bir şekilde kullanılmasıdır (Çakar ve Arbak 2004: 34). Mayer, Salovey ve Caruso (2008: 503), yapmış oldukları çalışmalarında, bazı insanların, duygular ve duygular ile ilgili uyarıcılar üzerinde karmaşık bir bilgi işleme yeteneğine ve bu bilgiyi düşünce ve davranışlarında rehber olacak şekilde kullanabilme becerisine sahip olduklarını belirtirken, insanların sahip oldukları bu yetenekler kümesinin de duygusal zekâ olarak tanımlandığına vurgu yapmaktadırlar.

Duygusal zekâ, kişinin kendi duygularını doğru bir şekilde anlayabilmesi, başkalarının duygularını doğru bir şekilde anlayabilmesi, duyguları gerektiği gibi düzenleyebilmesi, kendisini ve diğer insanları motive edebilmesi, duygusal durum ve değişimler karşısında, gerekli olan ayrımı doğru bir şekilde yapabilmesine yönelik bireyin, sahip olduğu yeteneğidir (Canbek, 2017; 43).

Bar-on (2014: 3) yapmış olduğu çalışmasında duygusal-sosyal zekâyı, kendimizi ne kadar iyi anlayıp ifade edebileceğimizi, başkalarını ne kadar anlayabileceğimizi, başkalarıyla nasıl ilişki kurabileceğimizi ve gündelik sorunların nasıl üstesinden gelebileceğimizi içeren, birbiriyle ilişkili olan sosyal ve duygusal yeterliliklerin, becerilerin ve kolaylaştırıcıların bir kesiti olduğunu vurgular. Bar-on, duygusal ve sosyal açıdan zeki olmayı ise; Kişinin, kendini etkili bir şekilde anlaması ve ifade edebilmesi, başkalarını iyi bir şekilde anlaması ve sağlıklı ilişkiler kurabilmesi, günlük talepler, sorunlar ve zorluklar karşısında etkin bir şekilde başa çıkabilmesi şeklinde tanımlamaktadır.

Günümüzde ise duygusal zekâ çok daha fazla önem verilen, araştırılan ve üzerinde tartışılan bir kavram haline gelmiştir. Bunun nedenleri arasında, insanların yaşamlarında başarı ve mutluluğa ulaşabilmeleri için belirli bir IQ seviyesi kadar belirli bir seviyede de duygusal zekâyı da sahip olmalarının gerekli olduğunun anlaşılması yer almaktadır (Doğan ve Demiral, 2007: 209-210). Bu noktada duygusal zekânın kapsamı, sözlü ve sözsüz duyguların ifadesini, değerlendirilmesini, kişinin, kendisinin ve başkalarının duygularını

anlamasını, duyguların düzenlenmesini ve duyguların sorunların çözümünde kullanılmasını içermektedir (Mayer ve Slovey, 1993: 433).

Yapılan tanımlamalar doğrultusunda duygusal zekânın kısaca; kendi duygu ve düşüncelerimizi anladığımız gibi başkalarının da duygu ve düşüncelerini anlamamız, duygular arasında gerekli olan ayrımları yapabilmemiz ve sağlıklı ilişkiler kurabilmemiz için gerekli olan, gündelik yaşantımızda karşılaşılabileceğimiz olası sorunlar, istekler ve baskılar karşısında çözüm yolları üretebilmemiz için duygularımızı uygun bir şekilde kullanma yeteneklerimiz olduğu anlaşılmaktadır.

3. DUYGUSAL ZEKÂNIN BİLEŞENLERİ

Salovey ve Mayer (1990: 190-191), duygusal zekâyâ yönelik olarak, duygusal bilgileri içeren ve kavramsal olarak ilişkili olan bazı zihinsel süreçlerin olduğunu ifade etmektedirler. Söz konusu bu zihinsel süreçlerin kapsamını ise kendinde ve diğerlerinde duyguları değerlendirmek ve ifade etmek, kendinde ve diğerlerinde duyguları düzenlemek ve duyguları uygun bir biçimde kullanmak olarak açıklamaktadırlar.

Goleman (1998) ise yapmış olduğu çalışmasında duygusal zekânın bileşenlerini şu şekilde değerlendirmektedir:

Öz farkındalık: Kişinin, kendi duygularının, güçlü ve zayıf yönlerini, dürtülerini, değer ve hedeflerini ve bunların başkaları üzerindeki etkilerini bilmesidir. Özellikleri; kendine güven, gerçekçi öz değerlendirme, mizah anlayışı, yapıcı eleştiridir.

Öz düzenleme: Kişinin, yapıcı olmayan, yıkıcı duygu ve dürtülerini kontrol edebilmesi veya doğru şekilde yönlendirebilmesidir. Özellikleri: bütünlük, güvenilirlik, belirsizlik ve değişim sonucu rahatlık.

Motivasyon: Başarıya ulaşabilmek için ihtiyaç duyulan güdülenme duygusudur. Özellikleri: işin kendisine ve zorluklarına karşı başarı tutkusu, sönmeyen bir enerji ve olası başarısızlıklar karşısında iyimserliktir.

Empati: Başkalarının duygularını anlamak ve kararlarımızda onların duygularını da göz önüne almaktır. Özellikleri: başkalarını anlama yeteneğine sahip olma ve geliştirme konusunda uzmanlık, kültürel farklılıklara karşı duyarlılık.

Sosyal Yetenek: İnsanlarla kurduğumuz ilişkileri istenen yöne taşımak için, ilişkileri yönetebilme becerisidir. Özellikleri: İnandırıcılık, yeni değişimlerde verimlilik, kapsamlı ağ çalışması, lider ekip oluşturma ve uzmanlık.

Genel manada duygusal zekâyı oluşturan ortak bileşenleri Furnham (2012: 10) yapmış olduğu çalışmasında aşağıdaki tabloda gösterildiği şekilde özetlemektedir.

Tablo 2: Duygusal Zekâ Bileşenlerinin Ortak Yönleri Tablosu (Furnham, 2012: 10).

ORTAK YÖNLER	ORTAK YÖNLERİN ÖZELLİĞİ
Uyumluluk	Esnek ve yeni koşullara uyum sağlamaya istekli
Öz güven	Açık sözlü, dürüst ve hakları için ayağa kalkmaya istekli
Duyguların ifadesi	Duygularını başkalarına iletme yeteneği
Duyguların yönetimi (diğerleri için)	Başkalarının duygularını etkileyebilmek
Duygu algısı (kendisi ve diğerleri için)	Kendilerinin ve diğer insanların duygularını anlamak
Duyguların düzenlenmesi	Duygularını kontrol edebilmek
Dürtüsellik (düşük)	Yansıtıcı ve daha az olası istekleri yerine getirmek
İlişki yetenekleri	Kişisel ilişkileri yerine getirme yeteneği
Benlik Saygısı	Başarılı ve kendinden emin
Kendini motive etme	Sıkıntılar karşısında pes etmemek
Sosyal yeterlilik	Mükemmel sosyal becerilere sahip başarılı ağ iletişimi
Stres yönetimi	Strese dayanma ve stresi düzenleme kabiliyeti
Empati	Başkasının bakış açısını anlama kabiliyeti
Mutluluk	Neşeli ve hayatlarından memnun
İyimserlik	Kendinden emin ve yaşamın parlak yüzüne bakma olasılığı yüksektir.

4. DUYGUSAL ZEKÂ MODELLERİ

Duygusal zekâ kavramı üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde, duygusal zekânın farklı bileşenler ile ele alındığı ve duygusal zekâ üzerine farklı modeller geliştirildiği görülmektedir. Ancak genel manada, duygusal zekâ modelleri, iki bilimsel yaklaşım temelinde ele alınmaktadır. Bunlar; yetenek modeli ve karma modellerdir.

Brackett ve arkadaşları (2011) yapmış oldukları çalışmalarında yetenek modelini ve karma modelleri şu şekilde açıklamaktadırlar; Yetenek modeli, duygusal zekâyı standart bir zekâ olarak görür ve standart bir zekâ için gerekli ölçütleri karşılar. Bu noktada duygusal zekâyı zihinsel bir yetenek olarak ölçer. Karma modeller ise, yetenek kabiliyetini, kişilik

özellikleri, iyimserlik, öz saygı ve duygusal benlik gibi yeterliliklerle bütünleştirir. Bu yaklaşımda duygusal zekânın ölçülmesi için performans değerlendirmelerinin aksine kişisel raporlama araçları kullanılır. Yani, insanlardan duygusal bir ifadeyi nasıl algıladıklarını göstermelerinin aksine kişisel raporlama ölçütleri ile kendilerinin ne kadar iyi olduklarını değerlendirmeleri ve raporlamaları istenir (Brackett vd., 2011: 90). Karma modeller her ne kadar duygusal zekâ kavramının zihinsel becerilerini içinde barındırsa da kişilik özelliklerini vurgulayan unsurlar üzerinde farklılıklar göstermektedirler (Doğan ve Şahin, 2007: 236).

Çalışmanın bu kısmında duygusal zekâ modelleri yetenek tabanlı ve karma modeller olarak ele alınmakta, yetenek tabanlı model olarak, Mayer ve Salovey'in modeli, karma modeller olarak ise Bar-On'un, Goleman'ın, Cooper ve Sawaf'ın modellerine yer verilmektedir.

4.1. Mayer ve Salovey' in Duygusal Zekâ Modeli

Mayer ve Salovey (1993) çalışmalarında duygusal zekâyı, kişinin kendinde ve başkalarında oluşan duyguları izlemesi, bu duygular arasında ayrım yapabilmesi, bu sayede edindiği bilgileri düşünme ve eylemlerinde bir rehber olarak kullanma yeteneğini barındıran sosyal zekânın bir türü olarak (Salovey ve Mayer, 1990) tanımlamışlardır. Bu tanımda duygusal zekânın içeriği sözlü ve sözsüz iletişim ile gelişen duyguların değerlendirilmesini, ifade edilmesini ve duyguların duygusal problemlerin çözülmesi noktasında uygun bir şekilde kullanılmasını içermektedir (Mayer ve Salovey, 1993: 433). Tanımdan da anlaşılacağı üzere duygusal zekâyı yetenek temelinde ele alan Mayer ve Salovey (1997) yapmış oldukları çalışmalarında duygusal zekânın dört boyutlu modelini aşağıda ki şekilde gösterildiği gibi açıklamaktadırlar.

DUYGUSAL ZEKÂ

- Kişinin hedeflerine ulaşabilmesi için duygularını yönetebilmesi
- Duyguları ve duyguların sinyallerini ve duygusal dili anlayabilme yeteneği
- Kişinin düşüncelerini kolaylaştırması için duygularını doğru bir şekilde kullanması
- Kişinin, kendinde ve başkalarında oluşan duyguları doğru bir şekilde algılaması

Şekil 1: Duygusal Zekânın Dört Boyutlu Modeli (Mayer ve Salovey, 2008: 507).

Şekil 1'de gösterilen her boyut genel anlamda duygusal zekâyı oluşturan bir dizi yeteneği tarif eder. Her boyutun psikososyal açıdan göreceli olarak belirli yetenek

alanlarında ilerleyen kendine özgü gelişimsel bir yörüngesi vardır (Mayer ve Salovey, 2008: 507). Bu modelde alt seviyede bulunan ve oldukça önemli olan temel beceriler, duyguları doğru bir şekilde anlayabilme yeteneği iken daha yüksek seviyede yer alan beceriler arasında duyguların doğru bir şekilde yönetilmesi yeteneğinin yer aldığı görülmektedir. Bu yetenekler dört boyuttan oluşan kaba bir hiyerarşide sırasıyla şu şekilde açıklanabilir (Mayer ve Salovey, 2008: 506):

- Kişinin, kendisinin ve başkalarının duygularını doğru bir şekilde algılaması,
- Kişinin düşüncelerini kolaylaştırması için duygularını doğru bir şekilde kullanması,
- Duyguları ve duyguların sinyalleri ve duygusal dili anlayabilme yeteneği ve
- Kişinin hedeflerine ulaşabilmesi için duygularını doğru bir şekilde yönetebilmesidir.

Yetenek tabanlı duygusal zekâ ölçümleri için geliştirilen ölçeklerden birincisi olan (Multi Factor Emotional Intelligence Scale- MEIS). Çoklu Faktör Duygusal Zekâ Ölçeğidir. MEIS dört bileşeni değerlendirmek için geliştirilmiş bir ölçektir (Mayer vd., 2003: 97). Mayer ve arkadaşlarının, duygulara yönelik bilgilerin işlenmesine dayalı bir dizi beceri olarak tanımladıkları, duygusal zekânın (EI), yeteneklere dayalı ölçeklerle ölçülmesine gösterilen ilgi ve MEIS ölçeğini geliştirme istekleri, yeni bir duygusal zekâ yetenek testini geliştirmelerine neden olmuştur. Mayer, Salovey ve Caruso'nun geliştirdikleri, Duygusal Zekâ Testi, (Mayer Salovey Caruso, Emotional Intelligence Test Versiyon 2.0 kısaca: MSCEIT V2.0,) duygusal zekânın dört dalını veya yetenek grubunu ölçmeyi amaçlamaktadır. Bunlar; (1) duyguları algılamak, (2) düşüncüyü kolaylaştırmak için duyguları kullanmak, (3) duyguları anlamak ve (4) duyguları yönetmektir (Mayer ve Salovey, 1997). MSCEIT V2.0, duygusal zekânın söz konusu bu dört boyutun her birini kendine özgü olan yetenekler doğrultusunda ölçmek için tasarlanmış ve geliştirilmiştir. Bu modelde dört yetenek boyutunun her biri kendi içinde iki görevle ölçülmektedir. Duyguların algılanması yüz ifadeleri ve resimlerle ölçülmekte; düşüncüyü kolaylaştırmak için duyguları kullanmak, duygular ve kolaylaştırma görevleri ile ölçülmekte; duyguları anlama, karışık bir takım duygular ile ölçülmekte, duyguları yönetmek ise duygu yönetimi ve duygusal ilişkilere yönelik görevler ile ölçülmektedir (Mayer vd., 2003: 99).

4.2. Bar-on' un Duygusal Zekâ Modeli

Duygusal sosyal zekânın tanımları ve kavramsallaştırmaları incelendiğinde genellikle; (1) Duyguları tanıma, anlama ve ifade etme yeteneği, (2) Başkalarının duygularını ve

hislerini anlama yeteneği, (3) Duyguları kontrol etme ve yönetme becerisi, (4) Kişisel ve kişilerarası sorunları yönetme, düzenleme ve çözme becerisi, (5) Kendini motive edebilme ve olumlu etki oluşturma yeteneği, gibi bileşenlerden bir ya da birkaçını içerdği görülmektedir (Bar-on, 2014: 3).

Karma modeller içerisinde en iyi bilinen modellerden biri olan Bar-On (1988) modelidir. Reuven Bar-on' un duygusal sosyal zekâ modeline göre, duygusal zekâ; Kendimizi etkili bir şekilde anlamayı ve ifade edebilmeyi, başkalarını anlayabilmeyi ve onlarla ilişki kurabilmeyi ve gündelik hayatta olası, baskı ve zorluklarla başa çıkabilmeyi belirleyen, birbiriyle ilişkili duygusal ve sosyal beceriler, yeterlilikler ve kolaylaştırıcılardan oluşur. Böylesine geniş bir tanımın yapısında yer alan duygusal ve sosyal yetkinlikler, beceriler ve kolaylaştırıcılar, beş meta-etkene dayanmaktadır. Bunlar: kişisel, kişiler arası, stres yönetimi, uyarlanabilirlik ve genel durumdur (Furnham, 2012: 3).

Bar-On' un Duygusal-Sosyal Zekâ (Emotional-Social Intelligence, ESI) modeli, duygusal-sosyal zekânın bir tahminini sağlayan, duygusal ve sosyal olarak zekice davranışların kişisel rapor ölçüsü olan Duygusal Zekâ Envanterinin (Emotional Quotient Inventory, EQ-i) geliştirilmiş halidir. Duygusal Zekâ Envanteri, Bar-On, tarafından yayınlanan ve bugüne kadar yaygın bir şekilde kullanılan bir duygusal-sosyal zekâ ölçeğidir (Bar-on, 2014: 4). Duygusal sosyal zekâ modelinde yer alan beş temel bileşen ve her bir temel bileşenin alt bileşenlerini şu şekilde açıklamak mümkündür (Bar-on, 2014: 21):

Kişisel: Kendini tanıma ve kendini ifade etme.

- Özsaygı: Kişinin kendisini doğru bir şekilde anlaması ve kabul etmesidir.
- Duygusal Öz-Farkındalık: Kişinin kendi duygularını bilmesi ve anlamasıdır.
- Kendine güven: Kişinin duygularını ve kendisini etkili ve yapıcı bir şekilde ifade etmesidir.
- Bağımsızlık: Duygusal anlamda başkalarına bağımlı olmamak
- Kendini gerçekleştirme: Kişinin hedeflerine ulaşabilmesi ve potansiyelini gerçekleştirme için çaba göstermesidir.

Sosyal (Kişilerarası): Sosyal farkındalık ve kişilerarası ilişki.

- Empati: Başkalarının duygu ve hislerini bilmek ve anlamak
- Sosyal sorumluluk: Kişinin grubuyla özdeşleşmesi ve işbirliği yapmasıdır.

- Sosyal ilişki: İnsanlarla karşılıklı tatmin edici, iyi ilişkiler kurabilmektir.

Stres Yönetimi: Duygusal yönetim ve duygu düzenleme.

- Stres toleransı: Duyguları etkili ve yapıcı bir şekilde yönetebilmektir.
- Dürtü kontrolü: Duyguları etkin ve yapıcı bir şekilde kontrol edebilmektir.

Uyarlanabilirlik: Değişim yönetimi.

- Gerçeklik-Test: Kişinin duygu ve düşüncelerini nesnel gerçeklikler ile doğrulayabilmesidir.
- Esneklik: Kişinin duygu ve düşüncelerini değişen yeni durumlara uyarlayabilmesidir.
- Sorun çözme: Kişisel ve kişilerarası oluşan sorunları etkin bir şekilde çözebilme.

Genel Durum: Kendini motive etme, güdüleme.

- İyimserlik: Olumlu olabilmek, hayata olumlu yönleriyle bakabilmektir.
- Mutlu olmak: Genel olarak kişinin, kendisiyle, başkalarıyla ve yaşamla kendini barışık hissetmesidir.

4.3. Goleman'ın Duygusal Zekâ Modeli

Goleman'a (1995) göre, bütünleşik bir duygusal zekâ kavramı, , insan davranışlarını tanımlamanın ötesinde kişiliğin organizasyonu ve iş performansı gibi teorilerle ilişkilendirilebilecek teorik bir yapı sunmaktadır. Goleman (1998) duygusal yetkinliği, iş yaşamında ileri derecede performans artışına yol açan ve duygusal zekâ temeline dayalı olarak gelişen öğrenilmiş bir yetenek olarak tanımlamaktadır. Bu noktada Goleman'ın (1995 ve 1998) yaptığı çalışmaları ve Boyatzis' in (1982) çalışması bütünleştirilerek, tanıma yeni bir bakış açısı kazandırılmıştır. Duygusal zekâ; bir insanın, kendini tanıması, özyönetim, sosyal farkındalık ve sosyal becerileri ile oluşturduğu yetkinlikleri, uygun zamanda ve durumun etkili olabilmesi için gereken çözüm yollarını gösterdiğinde gözlemlenebileceğine vurgu yapmaktadırlar (Boyatzis vd., 2000: 2-3).

1998 yılında Goleman, duygusal zekâ modeline dayanan, organizasyonlar için performans teorisini öneren ikinci kitabını sunmuştur. Bu çalışmada yer alan model, işyerinde ve örgütsel alanlarda etkinliği ve kişisel sonuçları tahmin etmek için tasarlanmıştır (Goleman, 1998). Model, birçok organizasyonda yapılan araştırmalar sonucu belirlenen bazı

yetkinliklere dayanmaktadır; bu yetkinliklerin başarılı çalışanların karakteristik özelliklerine yönelik olduğu düşünülmektedir (Berrocal, 2006: 9).

Boyatzis, Goleman ve Rhee' nin (2000) yapmış oldukları çalışmalarında yer alan (Emotional Competence Inventory) duygusal yeterlilik envanterini (ECI) oluşturan, ana boyutlar ve bu ana boyutların altında yer alan alt bileşenlerin teorik ve ampirik olarak kümelenmiş şekli aşağıda yer alan Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablonun sol tarafında, Goleman'ın (1998) çalışmasında yer alan ve duygusal zekânın ana boyutlarını oluşturan; öz farkındalık, öz düzenleme, motivasyon, empati ve sosyal becerilerin olduğu ve bu beş ana boyutun altında kümelenmiş toplam yirmi beş alt bileşenin bulunduğu görülmektedir. Tablonun sağ tarafında ise ECI'nin geliştirilmiş en son hali yer almaktadır. Duygusal zekânın ölçülmesi için kullanılan, Duygusal Zekâ Envanterinin (ECI), bu kısımda dört ana boyut ve her ana boyutun altında kümelenmiş alt bileşenler yer almaktadır.

Goleman'a (2001) göre, bu dört ana boyuttan her biri, organizasyon açısından gerekli görülen bir takım öğrenilmiş yetenek veya yetkinlikleri geliştirmek için sağlam bir temel oluşturur. Örneğin, öz farkındalık alanı, bir yürütmenin lider rolünü sergilemesinin zorunlu olduğu durumlarda gerekli olan karar verme sürecindeki olumlu ve olumsuz yönlerinin, doğru bir öz değerlendirmesini yapmak gibi öğrenilmiş yetkinliklerin geliştirilmesi açısından bir temel oluşturur. Goleman (2001) için, duygusal açıdan değerlendirilen bir yeterlilik, işe yönelik performans artışını sağlayan ve temeli duygusal zekâyâ dayanan öğrenilmiş bir yetenek anlamına gelmektedir (Berrocal, 2006: 9).

Tablo 3: Duygusal Zekâ Modelinde Yeterliliklerin Teorik ve Ampirik Kümelenmesi (Boyatzis, Goleman ve Rhee, 2000: 14).

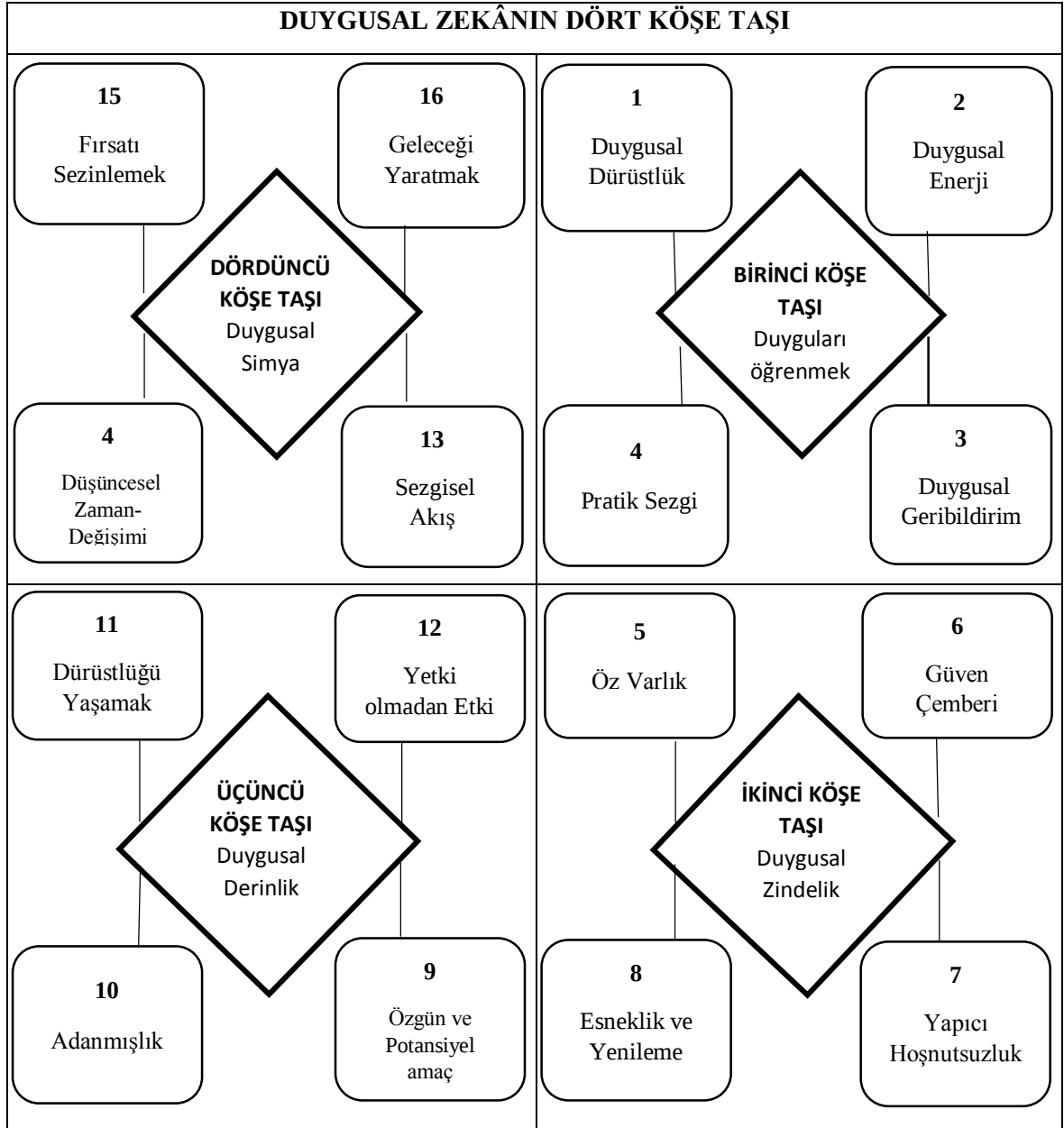
GOLEMAN (1998) TEORİK KÜMELEME	ECİ ORJİNAL HALİ AMPİRİK KÜMELEME	ECİ GEÇERLİ OLAN KÜMELEME
Öz Farkındalık: - Duygusal öz-farkındalık - Doğru Öz Değerlendirme - Özgüven	Öz Farkındalık: - Duygusal öz-farkındalık - Doğru Öz Değerlendirme - Dürüstlük	Öz Farkındalık: - Duygusal öz-farkındalık - Doğru Öz Değerlendirme - Özgüven
Öz Düzenleme: - Öz-kontrol, - Güvenilirlik - Dürüstlük - Uyumluluk - Yenilik	Öz Yönetim: - Öz-kontrol, - Güvenilirlik - Özgüven - Uyumluluk - Katalizörü Değiştir - Başarı Oryantasyonu - Girişim	Öz Yönetim: - Öz-kontrol, - Dürüstlük - Uyumluluk
Motivasyon: - Başarı Oryantasyonu - Bağlılık - Girişim - İyimserlik	Sosyal Beceriler: - Empati - Örgütsel farkındalık - Servis Oryantasyonu - Başkalarını Geliştirmek - Liderlik - İletişim - Etki - Güvenilirlik - Çatışma yönetimi - Yapı Tahvilleri - Takım Çalışması ve İşbirliği	Sosyal Farkındalık: - Empati - Örgütsel farkındalık - Servis Oryantasyonu - Başarı Oryantasyonu - Girişim
Empati: - Empati - Örgütsel farkındalık - Servis Oryantasyonu - Başkalarını Geliştirmek - Çeşitlilikten Faydalanma		Sosyal beceriler: - Liderlik - İletişim - Etki - Katalizörü Değiştir - Çatışma yönetimi - Yapı Tahvilleri - Takım Çalışması ve İşbirliği - Başkalarını Geliştirmek
Sosyal beceriler: - Liderlik özellikleri - İletişim - Etki - Katalizörü Değiştir - Çatışma yönetimi - Yapı Tahvilleri - Takım Çalışması ve İşbirliği - Grubun yetenekleri		

4.4. Cooper ve Sawaf' ın Duygusal Zekâ Modeli

Cooper ve Sawaf, duygusal zekâyı, “*duyguların gücünü ve hızlı algılayışını, insan enerjisi, bilgisi, ilişkileri ve etkisinin bir kaynağı olarak duyumsama, anlama ve etkin bir biçimde kullanma yeteneği*” olarak tanımlamaktadırlar (Cooper ve Sawaf, 1997: 12). Cooper ve Sawaf (1997), “Executive EQ” Liderlikte duygusal zekâ, adlı kitabında, duygusal zekânın dört temel taşı, yönetim düzeyinde ortaya koyar. Duygusal zekânın bu dört temel taşı; duygusal öğrenmek, duygusal zindelik, duygusal derinlik ve duygusal simyadan oluşmaktadır. Duygusal zekânın dört temel taşı şu şekilde açıklamak mümkündür:

- **Duyguları öğrenmek:** Dört köşe taşının ilki olan, duyguları öğrenmek; duygusal dürüstlük, duygusal enerji, duygusal geri bildirim ve pratik sezgi öğelerini içermektedir. Duyguları öğrenmek kişinin duygusal potansiyelinin farkında olması ve bunu ilişkilerinde değerlendirmesine dayalıdır. Duyguları öğrenmek, kişinin duygularının, doğuştan gelen bilgeliğinin farkında olması, saygı duyması ve değerlendirme yapması üzerine yoğunlaşmaktadır (Cooper ve Sawaf, 1997: 3).
- **Duygusal zindelik:** Dört köşe taşının ikincisi, duygusal zindelik. Duygusal zindelik köşe taşı; öz varlık, güven çemberi, yapıcı hoşnutsuzluk, esneklik ve yenilenme öğelerini içermektedir. Duygusal zindelik; fiziksel açıdan zinde olmak, nasıl ki vücutta dayanıklılık, güç ve esneklik oluşturuyorsa, söz konusu duygusal zindelik de zikredilen bu özellikleri kalp için oluşturur. Güven ve inanırlılığı geliştirerek duyguları tanıma becerisinin pratiğe dönüştürülmesine imkân tanır. Duygusal zindelik sayesinde, temel kişisel değerler, karakter ve onları canlı tutan ve yönlendiren duygularımızı anlamaya başlarız (Cooper ve Sawaf, 1997: 85).
- **Duygusal derinlik:** Dört köşe taşının üçüncü köşe taşı ise duygusal derinliktir, duygusal derinlik; özgün ve potansiyel amaç, adanmışlık, dürüstlüğü yaşamak ve yetki olmadan etki öğelerini içermektedir. Duygusal açıdan derinlik, bireyin temel karakter ve etkinliğini oluşturur. Bireyin potansiyelini, bütünlüğünü ve amaçlarını geliştirir (Cooper ve Sawaf, 1997: 177).
- **Duygusal simya:** Dört köşe taşının dördüncü ve son köşe taşı ise duygusal simyadır. Duygusal simya; sezgisel akış, düşüncesele zaman değişimi, fırsatı sezinleme ve geleceği yaratma öğelerini içerir. Simya, değerinin diğerlerine nispeten daha az olduğu düşünülen basit bir maddeyi, daha değerli bir şey haline dönüştürme gücü ya da işlemi olarak tanımlanmaktadır (Cooper ve Sawaf, 1997: 285). Bu noktada duygusal simya; daha az önem verilen duyguların daha değerli bir hale getirmek suretiyle duyguların gücünden faydalanma sürecini ifade etmektedir (Çakar ve Arbak, 2004: 39-40).

Robert K. Cooper ve Ayman Sawaf ‘ın geliştirmiş olduğu duygusal zekânın dört köşe taşı ve dört köşe taşının unsurlarını oluşturan öğelerin şekilsel gösterimi aşağıda yer alan Şekil 2’de gösterilmektedir.



Şekil 2: Cooper ve Sawaf'ın Duygusal Zekâ Dört Köşe Taşı Modeli (Cooper and Sawaf, 1997: 35).

Karma duygusal zekâ modelleri içerisinde değerlendirilen Cooper ve Sawaf'ın (1997) duygusal zekâ modelinde yöneticilerin duygusal zekâ ölçümlerini yapmak için geliştirdikleri ölçek ABD ve Kanada gibi ülkelerde kapsamlı bir araştırma ve uygulama yaparak istatistiksel açıdan güvenilirliğini test ettikleri EQ Haritası Soru Formu ile Değerlendirme Ölçeğidir (EQ Map). 5 bölüm ve 21 aşamadan oluşan soru formu ve EQ Haritasının içeriği: Çevre, Duyguları Öğrenmek, EQ Yeterlilikleri, EQ Değerler ve İnançları, EQ Sonuçlarından oluşmaktadır (Doğan ve Şahin, 2007: 242-245).

5. DUYGUSAL ZEKÂNIN ÖNEMİ

Duygusal zekâ ile ilgili beceriler geliştirebilen insanlar, kendi duygularını anlayıp ifade edebildikleri gibi diğer insanların da duygularını anlayabilir ve uygun davranışlar sergilemek için duygularını uygun bir şekilde kullanabilirler. Bir sorunu ele alan ve bu tür becerilere sahip olan bireyler, sorunun çözülmesi noktasında olası alternatiflere ulaşabilmek için çok daha fazla yaratıcı ve esnek olabildikleri gibi çeşitli alternatifler arasından seçim yaparken de duygu ve düşüncelerini uyumlu bir hale getirebilmeye çok daha yatkın olabilirler (Salovey ve Mayer, 1990: 200). Ayrıca bireyler, vereceği kararlarında ve kuracağı sosyal ilişkilerinde çok daha etkili ve başarılı sonuçlar elde edebilirler (Canbek, 2017: 43). Bu noktada duygusal zekâ, kendimizi ve çevremizdekileri daha derin ve ayrıntılı bir şekilde anlayabilmemizi sağlar (Cooper ve Sawaf, 1997: 377).

Daniel Goleman, 1998' de HBR'de yayımlanan makalesinde ise iş dünyasında, duygusal zekânın önemini göstermeye çalışmıştır. Bu çalışmasında Daniel Goleman, yaklaşık iki yüz büyük, küresel işletmede araştırmalar yapmıştır. Liderlik ve liderlikle ilgili geleneksel özelliklerin (zeka, azim, vizyon, gibi) başarı için gerekli olmakla birlikte yetersiz olduğunu ortaya koymaktadır. Goleman, bu çalışmasında etkili liderlerin, öz farkındalık, öz düzenleme, empati, motivasyon ve sosyal becerileri içeren yüksek derecede duygusal zekaya sahip olmaları ile diğerlerinden ayırt edilebileceğini vurgulamaktadır (Goleman, 1998).

Cooper ve Sawaf, liderlikte duygusal zekâ isimli çalışmalarında (1997: x) kurumlarda gerekli olan başarı faktörlerinin sağlayabileceği farklılıkları ortaya koymakta ve söz konusu bu başarı faktörlerini ise şu şekilde sıralamaktadırlar:

- Karar verme,
- Liderlik,
- Stratejik ve teknik girişimler,
- Açık ve dürüst bir iletişim,
- Güvenilir ilişkiler kurabilme ve ekip çalışması,
- Müşteri bağlılığı,
- Yaratıcılık ve yenilik.

Duygusal zekâyâ yönelik yapılan çalışmalar ve bu çalışmalardan elde edilen sonuçlar doğrultusunda duygusal zekânın, performans ve mutluluk üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkisinin olduğunu (Bar-on, 2010: 59), duygusal zekânın iş tecrübesi ile pozitif ilişkili

olduğunu (Shipley vd., 2010: 9), duygusal zekâ ile yönetsel liderlik arasında güçlü ve anlamlı bir ilişkinin olduğunu (Günsel vd., 2017: 19) söylemek mümkündür.

Öğretmenler üzerinde duygusal zekâyâ yönelik ülkemizde yapılan çalışmalar incelendiğinde ise öğretmenlerin duygusal zekâ düzeylerinin örgütsel vatandaşlık davranışları üzerinde pozitif yönde etki ettiği (Yancı ve Sağlam, 2014: 298), etkili bir kişilerarası iletişim kurmanın öğretmenlerin başarılı bir duygu yönetimi gerçekleştirmeleriyle ilişkili olduğu (Demir, 2019), öğretmenlerin duygusal zekâ ve örgütsel destek algılarının, girişimcilik davranışlarını olumlu yönde etkilediğini (Polat ve Aktop, 2010: 1) gösteren çalışmaların olduğunu görmek mümkündür.

Duygusal zekâ üzerine yapılan çalışmalar ve bu çalışmalar sonucunda elde edilen sonuçlar, hiç şüphesiz verilen örneklerden çok daha fazlasını teşkil etmektedir. Sadece verilen örneklerden hareketle günümüz dünyasında, eğitim, liderlik, performans, mutluluk, refah yönetim ve benzeri birçok alanda, sosyal bir varlık olan ve duygularından etkilenen insanların sahip oldukları duygusal zekâlarının, birey, toplum ve organizasyon için oldukça önemli bir kavram olduğunu görmek ve bilhassa eğitim sektöründe görev yapan ve mesleği gereği insanlarla sürekli iletişim kuran öğretmenler açısından duygusal zekâ kavramının oldukça önemli bir kavram olduğunu söylemek mümkündür.

Duygusal zekâ, duygularımızı tanıma, duyguların bize sağladığı bilgileri yorumlayabilme, karşımızdaki kişinin duygularını doğru biçimde anlayabilme gibi yetenekler ile bizlere; kendimizi motive edebilmemizde, sosyal ilişkilerimizde meydana gelen olumsuz durumlar karşısında daha kolay baş edebilmemizde, öfke ve stres gibi olumsuz duyguların yüksek olduğu durumlarda bile doğru kararlar verebilmemizde, karşımızdaki kişiyi daha kolay ve doğru bir şekilde anlayabilmemizde ve motive edebilmemizde önemli avantajlar sağlamaktadır. Bu noktada bizlere duygularımızı tanıma ve yönetme konusunda önemli avantajlar sağlayan duygusal zekâ kavramı şüphesiz ki iş dünyasında da oldukça önemli bir yere sahiptir.

İKİNCİ BÖLÜM

BİREYSEL YARATICILIK

1. YARATICILIK İLE İLGİLİ TANIMLAR

Yaratıcılık İngilizce’de “*creativity*”, Latince’de “*create*” sözcüğünden gelmektedir. Yaratıcılık sözcüğü anlam olarak, doğurmak, yaratmak, meydana getirmek demektir (Balay, 2010: 45). Yaratıcılık, geçmişten edinilen bilgi ve birikimlerin, tecrübelerin farklı şekillerde değerlendirilerek farklı bakış açılarına dönüştürülmesi sürecidir. Bu süreçte var olan bilginin yeniden üretilmesi ya da özgün olarak ortaya çıkması amaçlanmaktadır. Yaratıcılığın temelinde, var olan bir sorunun giderilmesi amacıyla sorunun analiz edilmesi, değerlendirilmesi, özgün ve farklı çözümler üretilmesi yer alır. Yaratıcılık, özünde kişisel özgürlüğü esas almakla birlikte entelektüel bilgi birikimi ve hayatı anlama yeteneğini de barındırır (Çellek, 2002: 1). Yaratıcı bir fikir, şaşırtıcı, yeni ve sonuçları açısından değerli, başka bir ifade ile faydalı olan bir düşüncedir (Boden, 1998: 347). Yaratıcılık hakkında yapılan tanımlar incelendiğinde;

- Yaratıcılık, problemleri tespit etme ve çözme sürecidir (Basadur, Graen ve Green, 1982).
- Yeni fikirlerin üretilmesi veya bilinen unsurların yeni bir oluşum haline getirilmesini içeren, bir takım sorunlara karşı değerli çözümler üretilmesidir (Sefertzi, 2000: 2).
- Mevcut bilginin yeniden yaratıcı bir şekilde kullanılmasıdır (Amabile, 1988: 79).
- Faydalı fikirler veya problem çözme tekniklerinin üretilmesidir (Amabile, Barsadec ve Mueller, 2005: 368).
- Olayları başkalarının yapmadığı şekillerde birbirine bağlarken başkalarının göremediklerini görme eylemidir (Blomberg, 2016: 17).
- Yaratıcılık, yeni ve uygun fikirlerin, işlem veya çözümlerin üretilmesine yol açan bir yaklaşım olarak bireysel düzeyde gerçekleşen bir yapıdır (Smith ve Shalley, 2003: 90).
- Yaratıcılık, kişinin zihninde yer alan bilgiler doğrultusunda daha önceden bir başkasının fark edemediği bağlantı noktalarının farkına varması ve bu noktaları açığa çıkarmasıyla ilgili bir süreçtir (Cengiz, Acuner ve Baki, 2007: 100).

- Yaratıcılık, özgün düşünme, yenilik yapma, alışılmış olanın ötesine geçme, farklılık oluşturma, risk alma ve bunları belli ölçüde diğerleriyle paylaşma sürecidir (Balay, 2010: 46).
- Yaratıcılık var olan gerçekliğe farklı olan yenilikler katmaktır (Çellek, 2002: 1).
- Yaratıcılık insanın var oluşu ile birlikte var olan ve ancak zaman içerisinde somut olarak kendini gösterebilen ya da geride kalıp somutlaşamayan bir kavramdır (Karakuş, 2018: 225).
- Yaratıcılık, alana özgü olan, sübjektif bir değerlendirme kararı ile belirli bir faaliyetin sonucunu ifade eder (Ford, 1996: 1115).
- Yaratıcılık, ortama ve şartlara bağlı olarak az ya da çok bütün insanlarda var olan, düşünme aşamasında kullanılan, farkındalıklar, duygular gibi zihinsel ve düşünsel olan özelliklerin bütünlüğü ile oluşan doğal bir beceridir (Onur ve Zorlu, 2017: 1547).

Yukarıda yapılan tanımlardan hareketle yaratıcılık, bir sorun veya problemin çözümü noktasında daha önce kimsenin farkına varamadığı bağlantı noktalarını bularak yeni, uygun ve değerli fikirler üretme ve bu fikirlerle yeni bir ürün, hizmet veya iş yapılış biçimlerini şekillendirme süreci olarak ifade edilebilir.

Hayatımızdaki tüm yenilikler yaratıcı olan fikirlerle başlar. Yeni bir hizmet, ürün ya da yeni bir programın başarılı bir şekilde uygulanması, öncelikle iyi bir fikre sahip olan bir kişi veya ekibe bağlı olduğu kadar, bu fikrin ilk halinin ötesinde geliştirilmesine de bağlıdır (Amabile vd., 1996: 1154). Yaratıcılık doğası gereği karmaşık bir olgudur. Yaratıcı bir eylem, yaratıcı bir şey üretmek için etkileşime giren kişisel süreçleri tanımlamanın ötesinde, aynı zamanda ilgili paydaşlarla, kabul edilen bilgeliği ve yaratıcı aktörler ile birden fazla alan ve alan arasındaki etkileşimleri içerir (Ford, 1996: 1132).

Cameron M. Ford yapmış olduğu çalışmasında yaratıcılığın üç özelliğine vurgu yapmaktadır (Ford, 1996: 1115):

- Birincisi, yaratıcılık sunulan bir ürünün niteliğidir. Bu noktada yaratıcı ürün kavramı, bağımsız olarak iletilen fikirler ve süreçler de dâhil olmak kaydıyla insanların inceleyebileceği ve yargılayabileceği herhangi bir şey olarak düşünülmelidir.

- İkincisi, yaratıcılık, ilgili alanın üyeleri tarafından bir ürünün değeri ve yeniliği hakkında yapılan kişisel bir yargıdır.
- Üçüncüsü, yaratıcılık değerlendirmeleri alana özgüdür ve zaman içinde bir alan yaratıcı eylem geliştikçe değişebilir.

1.1. Bireysel yaratıcılık

Yaratıcılık dar anlamda, yaratıcı insanlara özgü olan karakteristik yetenekleri ifade eder. Yaratıcı yetenekler, bireylerin yaratıcı davranışlarını belirgin bir şekilde gösterip gösteremeyeceklerini belirler. Gerekli yaratıcı yeteneklere sahip olan bireylerin aslında yaratıcı sonuçlar üretip üretmeyeceği, bireylerin motivasyonel ve ılımlı özelliklerine bağlıdır (Guilford, 1950: 444). Genel anlamda Yaratıcılık, çoğunlukla faydalı fikirler veya problem çözme tekniklerinin ortaya çıkarılması olarak tanımlanır. Bu noktada gerek fikir üretme gerek problem çözme sürecine atıfta bulunur (Amabile vd., 2005: 368).

Amabile (1998: 78-79) yaratıcılığın her bireyin içinde bulunan üç unsurun işlevi olduğunu belirtmektedir. Bu unsurlar; uzmanlık, yaratıcı düşünme becerileri ve motivasyondur. Bu üç unsuru Amabile şu şekilde açıklamaktadır:

- Uzmanlık: Bir kişinin işine yönelik sahip olması gereken bilgiyi ve yapabileceklerini kapsar.
- Yaratıcı düşünme becerileri: Kişinin var olan sorunların çözümüne yönelik yaklaşım tarzını belirler.
- Motivasyon: Kişinin, var olan sorunun çözümü için neler yapacağına yönelik istek ve güdülenme dürtüsüdür.

Yaratıcılık, entellektüel bilgi birikimini, kişisel özgürlüğün hâkim olduğu bir kişilik yapısını, yaşamı algılama, aktarma yetisini ve sezgisini içeren (Çellek, 2002) ve çok boyutla açıklanan bir kavramdır. İnsanların kişilik özellikleri, tecrübeleri, kişisel yetenekleri, sorunlarla başa çıkma becerileri ve motivasyonları, bireysel açıdan yaratıcılığı etkileyen unsurlardır (Şengül, 2015: 33). Yaratıcılık, insan zekâsının temel bir özelliğidir. Yaratıcı bir fikir, şaşırtıcı, yeni ve sonuçları açısından değerli olan bir düşüncedir (Boden, 1998: 347).

Yaratıcı düşünme, insanların var olan sorunları çözmek için, mevcut fikirlerini yeni birleşimler ile bir araya getirerek problem çözme kapasitelerini arttırdığını gösterir. Bu

beceriler kişinin kendisinin ötesinde aynı zamanda diğer insanların nasıl düşündüğü ve nasıl çalıştığı konusunda da oldukça önemlidir (Amabile, 1998: 79).

Yaratıcı kişilik özellikleri doğuştan gelen ve geliştirilebilen bir olgudur. Yaratıcı bireyler; yüksek derecede hayal gücüne ve kendine özgü fikirler üretebilme yeteneklerine sahip olan; olaylar arasında bağlantı kurabilen, orjinal ve esnek düşünebilen, akıcı bir şekilde çeşitli fikirler üretebilen, yeniliklere ve değişimlere karşı olumlu tutum sergileyebilen bireylerdir. Yaratıcı bir kişi etrafındaki eksikliklere ve yetersizliklere karşı tahammülsüzdür. Doğuştan var olan yaratıcı gücü, meraklı yapısı ve ıraksak düşünme özelliği ile var olan sorunlara ve yetersizliklere karşı çözümler arar. Bu yetenekler yaratıcı kişiyi yeni, özgün, farklı ve orijinal olan sonuçlara ulaştırır (Onur ve Zorlu, 2017: 1547-1548).

Yaratıcı kişilik, yaratıcı insanların temel karakteristik özelliklerinden biridir. Yaratıcı kişilik, Yaratıcı bir model icat etme, tasarlama, toplama, oluşturma ve planlama gibi faaliyetleri içeren yaratıcı davranışlar ile kendini gösterir. Bu tür davranışları belirgin bir şekilde sergileyebilen insanlar, yaratıcı insan olarak kabul edilirler (Guilford, 1950: 444). Bu noktadan hareketle, yaratıcılık potansiyeli yüksek olan bireylerin tipik özelliklerini kısaca şu şekilde sıralamak mümkündür (Çellek, 2002):

- Çevrelerinde olup bitenleri takip ederler,
- Meraklı bir kişilik yapısına sahiptirler,
- Temel sorunlara karşı ilgilidirler,
- Kişilikleri gelişmiştir, bağımsızdırlar,
- Konuşmaları akıcıdır,
- Düşünceleri yeni baştan şekillendirebilirler,
- Mizah anlayışları kuvvetlidir,
- Enerjik insanlardır,
- İçer dönük olabilirler.

Bireysel yaratıcılık kısaca doğuştan gelen ve geliştirilebilen, insanın sahip oldukları bilgi ve tecrübelerinin de etkisiyle insan zekâsının bir yansıması olarak yeni bir ürün, hizmet ya da var olan sorunlara farklı, yeni ve orijinal çözüm yolları üretebilmektir.

1.2. Örgütsel yaratıcılık

Yaratıcı yenilikler hayatımızda var olan ilerlemelerin temelini oluşturur. Yaratıcı başarılar her ne kadar birçok değişkenden etkilense de yaratıcılığın temeli, karmaşık sorunlara özgün, etkili ve kaliteli çözüm yolları üretilmesinde yatmaktadır (Mumford, Medeiros ve Partlow, 2012: 30).

Örgütsel yaratıcılık kavramı, örgütsel açıdan değişim ve yenilikler ile kısmen de olsa keşfedilmemiş olan bir alanı tanımlar. Örgütsel yaratıcılık, karmaşık olan bir sosyal yapı içerisinde birlikte hizmet veren çalışanlar tarafından, örgüt için faydalı, değerli ve yeni, bir hizmet, ürün, fikir ya da sürecin inşa edilmesidir (Woodman, Sawyer ve Griffin, 1993: 293).

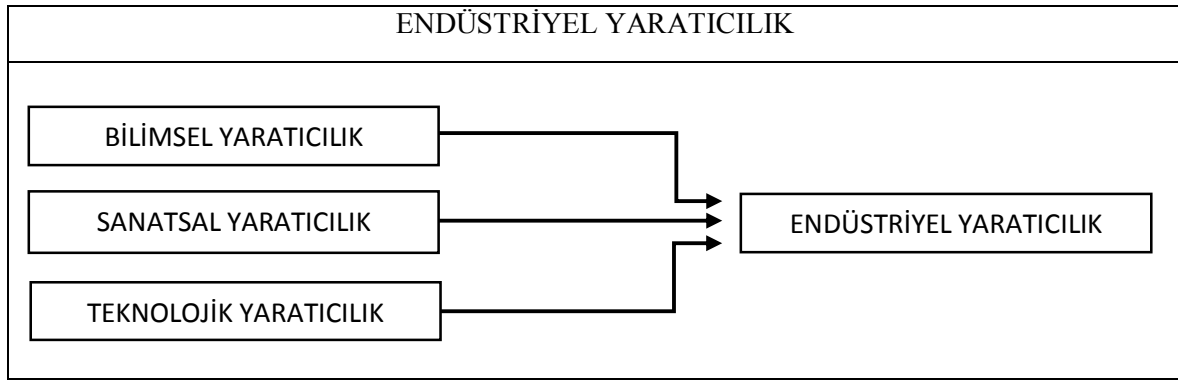
Örgütsel yaratıcılık, örgütlerin bütün işleyiş süreçlerinde ve bütün birimlerinde bir bütün olarak yaratıcı düşüncelerin uygulamaya alınmasını ifade eder (Cengiz vd., 2007: 98). Örgütsel yaratıcılık anlayışı, bu noktada mutlaka; yaratıcı süreç, yaratıcı ürün, yaratıcı kişi, unsurlarını ve bu unsurların her birinin davranış biçimleri üzerindeki etkilerini de içerecektir (Woodman vd., 1993: 293). Dolayısıyla örgütsel yaratıcılık kavramı, bir örgüt kapsamında yer alan yeni, faydalı, değerli ya da uygun fikirlerin, ürünlerin, işlemlerin veya hizmetlerin üretilmesini ifade eder (Blomberg, 2016: 20).

Blomberg, yapmış olduğu çalışmasında örgütsel yaratıcılığı, karmaşık bir sosyal sistem içerisinde birlikte çalışan bireyler açısından yeni, değerli ve kullanışlı olan, yeni bir fikir, ürün, hizmet, prosüdür ya da sürecin oluşturulması şeklinde tanımlamaktadır. Ayrıca, örgütsel yaratıcılığın, bağlamsal ve sosyal faktörlerin yanı sıra, resmi süreçlerden, örgütsel uygulamalardan, yapısal unsurlardan ve yönetimle ilgili konulardan da etkilendiğini ve bu nedenle örgütsel yaratıcılığın karmaşık, psikososyal bir süreç olduğuna vurgu yapmaktadır (Blomberg, 2016: 29-30).

2. YARATICILIĞIN TÜRLERİ

Yaratıcılık kavramı farklı kaynaklarda çeşitli türlere ayrılmıştır. Burada genel olarak yaratıcılığın ilgili alan açısından bazı çeşitlerine yer verilecektir. İlgili olduğu alan açısından yaratıcılık türlerini aşağıdaki gibi ifade etmek mümkündür:

- **Bilimsel Yaratıcılık:** Bilimsel yasa, kural ve yöntemlerden hareket ederek kuramsal ya da uygulamalı bilim dallarında yenilik getiren bir düşünce oluşturmaktır (Akt. Bakan ve Büyükbeşe, 2011: 9).
- **Sanatsal Yaratıcılık:** özgür bir ortam içerisinde, esinlenme ile içten gelen duyular doğrultusunda kişisel ya da toplumsal amaçlara ulaşılmasını kolaylaştıran güç kaynağıdır. Eğitimle geliştirilebileceği gibi bir yeteneğin olması da ön koşuldur (Akat, Budak ve Budak, 1999: 356).
- **Teknolojik Yaratıcılık:** Teknik buluşların somut örneklerini oluşturan, bilimsel buluşlara dayalı olarak gelişen ve üretime yönelik hedefleri barındıran çabalardır (Akat vd., 1999: 356).
- **Endüstriyel Yaratıcılık:** Bilimsel, sanatsal ve teknolojik yaratıcılığın birleşimi ile oluşan bir yaratıcılık türüdür (Akat vd., 1999: 356).



Şekil 3: Endüstriyel Yaratıcılığın Bileşenleri (Akat, Budak ve Budak, 1999: 356).

Akat ve arkadaşlarının (1999) yazmış oldukları, İşletme Yönetimi isimli kitaplarında yer alan yaratıcılık türlerinin şekilsel gösterimi temel alınarak çizilmiş olan Şekil 3’de gösterildiği gibi, Endüstriyel yaratıcılık; bilimsel, sanatsal ve teknolojik yaratıcılığın birleşimi sonucu meydana gelen bir yaratıcılık türüdür.

- **Toplumsal yaratıcılık:** Bir toplumun yenilik oluşturma ya da yaratıcı düşünme yeteneği, o toplumda yer alan kişi ve kurumlarına bağlı olarak gelişebileceğinden, kurumlarda yaratıcılığın uygun yönetim sistemleri ve yöntemler ile sistematik bir hale getirilmesi mümkündür. Bu açıdan kurumsal yaratıcılık şeklinde bir kavram anlamsız olmayacaktır. Ancak bir toplum için bu şekilde bir sistemin kurulması pek de mümkün olmayabilir. Diğer yandan eğitim sistemi, kültürel değerler ya da devlet

yönetimi gibi unsurlar ile yaratıcılık olumlu veya olumsuz yönde etkilenebilir (Bakan ve Büyükbeşe, 2011: 10).

Yaratıcılığın çeşitlerine yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde yaratıcılığın farklı çeşitlerinin olduğu çalışmalar görmek mümkündür. Örneğin, Buket Canal yapmış olduğu çalışmada, Robinson'un (1989), yaratıcılığın 5 türünü; yenilikçi, özgün, ortaya çıkan, verimli ve açıklayıcı yaratıcılık olarak ele aldığını belirtmekte ve bu yaratıcılık çeşitlerinin şu şeklide açıklandığını aktarmaktadır (Canal, 2017: 63-64);

- **Yenilikçi Yaratıcılık:** Herhangi bir alana yönelik olarak daha üst seviyelere çıkmak için bireylerin fikirlerine ve bildiklerine yeni fikir ve bilgiler eklemesidir.
- **Özgün ya da İcatçı Yaratıcılık:** Var olan fikir ve ürünlere yönelik yeni kullanım alanları bulmaktır.
- **Ortaya Çıkan Yaratıcılık:** İnsanoğluna faydalı ve kapsamlı etkileri olan yeni bir fikrin ortaya konulmasını ifade eder.
- **Verimli ya da Üretken Yaratıcılık:** Bireyin kendisi için yeni fikir ve ürünler geliştirmesini ifade eder. Burada geliştirilen ürün ya da fikirlerin başkaları için yeni olması gibi bir zorunluluk yoktur.
- **Açıklayıcı Yaratıcılık:** Duygu ve fikirleri açıklar. Bir yetenek olması ya da orijinallik göstermesi zorunluluğu yoktur. Örneğin resimlerle duygu ve fikirler iyi bir şekilde ifade edilebilir.

3. YARATICILIKLA İLGİLİ KURAMLAR

Yaratıcılıkla ilgili kuramlar başlığı altında; Psikoanalitik Kuram, Gestalt Kuramı, Bilişsel Kuram ve İnsancıl Kuramlara aşağıda ilgili başlıklar altında yer verilmektedir ancak ilgili alan yazında yaratıcılıkla ilgili olan bu kuramların dışında algı kuramı, çağrışım kuramı, faktöriyalist kuram gibi başka kuramlar da bulunmaktadır.

3.1. Psikoanalitik (Psikodinamik) Kuram

Sigmund Freud'un ilk olarak ele aldığı, Ernest ve Lawrence' nin geliştirdikleri, psikoanalitik yaratıcı düşünce kuramı, yaratıcılığın psikolojik temelleri üzerinde yoğunlaşan bir kuramdır (Gülerli, 2014; 33).

Psikoanalitik ya da Psikodinamik Kuram, yaratıcılığa yönelik kuramlar içerisinde belki de en çok tartışılan kuram olmuştur. Bu kuram insan davranışlarının sadece bilinçli

süreçlerle açıklanamayacağını belirtirken psikolojinin, insanın bilinçaltını da araştırmasının gereğine vurgu yapmaktadır. Bu kuram yaratıcılığı, insanın bilinçaltına ittiği ve yokluğunu hissettiği bazı duygularının ansızın ortaya çıktığı özgür bir esinlenme süreci olarak açıklamaktadır (Onur, 2018: 148).

3.2. Gestalt (Bütüncül) Kuramı

Gestalt psikolojisi 1910'lu yıllarda, öncülüğünü Max Wertheimer, Kurt Kolfka, Wolfgang Köhler ve Kurt Lewin gibi isimlerin yaptığı bir akım olarak doğmuştur. Bu ekol insan davranışlarının sistemli ve bütünsel özelliklerini vurgulamaktadır. Davranışları oluşturan bilişsel süreçlerin temel bileşenlere indirgenerek anlaşılamayacağına vurgu yapmaktadır (Yavuzer, 2016: 309).

Gestalt teorisi, bütünün parçadan önce geldiğini hatta bütünün, analizi yapılabilen her bir ögenin içinde bulunduğunu ve bütüne bağımlı olduğunu belirtmektedir. Bu teori “bütünün, parçaların toplamından daha büyük olduğu ve kendine özgü olan özellikler taşıdığı anlayışına” dayanmaktadır. Kişi dışarıdan algıladığı uyarıcılara kendi yorumunu da katarak bir bütün oluşturmaktadır (Gülererli, 2014: 37). Gestalt psikoloji kuramı, yaratıcılığa çözülmesi gereken sorunların parçalara ayrılması, yeni bir bütün içerisinde yeniden keşfedilmesi ve yeniden yapılandırılması olarak bakmaktadır (Onur, 2018: 151).

3.3. Bilişsel Gelişimsel Kuram

Yıldırım'a göre (2006) Bilişsel Gelişimsel Kuram, kişinin kendisine ve diğerlerine ait olan bilgilerin, karmaşık ve geniş yapıların koordine edilmesi, değerlendirilmesi ve yorumlanmasının nasıl olabileceğini açıklayan yapılar üzerine kurulmuştur. Kelly, insanların kendi yarattıkları “geçirgen” kalıplarından bakarak dünyayı gördüklerini belirtirken söz konusu bu kalıplara da “kişisel yapılar” adını vermiştir. Yapı, bireyin yaşadığı dünyayı yorumlamasına ve inşa etmesine yardımcı olan düşünceler grubunu ifade eder. Yapılar kişinin yaşamındaki deneyimlerini tanımlamasına, dünyayı organize etmesine ve sınıflandırmasına yardımcı olan unsurlardır. Burada önemli olan kişinin çevresindeki olaylara yönelik algıları ve yorumlarıdır (Akt. Karacabey, 2011: 9).

Yaratıcılık kavramını, dinamik, esnek ve ilişkili bir problem çözme süreci olarak ele alan bilişsel kuram, bu sürecin sonunda ortaya özgün bir ürün koyulması gerektiğine vurgu yapar. Bilişsel kuramın yaklaşımına göre, yaratıcı ürün, bilişsel öğrenme, geçmiş deneyimler ve yakın çevre etkileşimlerine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır (Onur, 2018: 153).

3.4. Hümanist Kuram (İnsancıl Kişilik Yaklaşım Kuramı)

İnsancıl yaklaşımın iki temsilcisi olan Carl Rogers ve Abraham Maslow, kendini gerçekleştirme eğilimi ve benlik kavramı gibi önemli yapılara vurgu yapmışlardır (Gündüz, 2016: 114).

Hümanistik yaklaşım, insan doğasının doğuştan iyi olduğunu öne süren bir yaklaşımdır. Bu yaklaşımın önemli temsilcilerinden biri olan Carl Rogers, benlik kavramının, bireylerin çocukluklarından başlayarak çevreleriyle kurdukları sağlıklı ve dengeli ilişkiler içerisinde gelişmekte olduğunu ve bireylerin sahip oldukları gerçek benliklerinin yanı sıra olmasını arzuladıkları ideal benliklerinin de bulunduğunu vurgulamaktadır. Hümanistik yaklaşımın bir diğer önemli temsilcisi olan Abraham Maslow ise insanların farklı güdülenme duygularına sahip olduklarını ve insanları harekete geçiren ana mekanizmanın ihtiyaçlar olduğunu belirtmekte (Gündüz, 2016: 119), söz konusu yaratıcılık kavramına ise insanın kendini gerçekleştirmesi şeklinde ihtiyaçlar hiyerarşisinin en üst basamağında yer vermektedir (Onur, 2018: 149).

4. YARATICILIğIN KAVRAMSALLAşTIRILMASI

Yaratıcılık ilk olarak felsefe alanında ele alınan bir kavram olmuş ve daha sonra psikoloji, sosyal bilimler, güzel sanatlar, eğitim bilimleri gibi birçok farklı disiplinlerinde ele aldığı bir konu haline gelmiştir. XV. ve XIX. yüzyıllar arasında sadece güzel sanatlar alanıyla ilişkili bir olgu olarak görülen yaratıcılık kavramı, bu dönemlerde daha ziyade tanrısal, olağanüstü glere dayalı olarak açıklanmaya çalışılmıştır (Onur ve Zorlu, 2017: 1537).

Yaratıcılık kavramı, 1950'den önce ve 1950'den sonra iki ayrı dönemde incelendiğinde, 1950'den önce yaratıcılık konusunda yeterli düzeyde çalışmaların yapılmadığı görülmektedir (Kaufman, 2009: 8). Guilford 1950'de yapmış olduğu çalışmasında, psikologların yaratıcılığa odaklanmaları gerektiğini, yaratıcılığın önemli bir konu olduğunu ve bu konuda yapılan çalışmaların yeterli düzeyde olmadığını belirtmektedir (Guilford, 1950: 454). Guilford'un yapmış olduğu tespitten günümüze yaratıcılık kavramı, birçok farklı boyutu ile ele alınmaya başlanmış ve yaratıcı düşünce hakkında bakış açısı değişmiştir.

Günümüzde yaratıcılık üzerine yapılan çalışmalarda yaratıcılığın genel manada üç farklı açıdan ele alındığı görülmektedir. Bunlardan birincisi, insanların ne kadar yaratıcı olup

olmadıklarını belirlemek için bilişsel ve kişilik özellikleri üzerine yapılan çalışmalardır. İkincisi, örgütsel faktörlerin incelenmesidir. Bir örgüt içerisinde hangi faktörlerin yaratıcılığı geliştirmeye ya da engellemeye yönelik olduğunu belirlemek için yapılan çalışmalardır. Üçüncüsü ise eğitim veya gelişim açısından yapılan çalışmalardır. İnsanları eğitip daha yaratıcı bireyler haline getirmek ya da insanların doğuştan gelen yaratıcılıklarını kullanma yeteneklerini geliştirmek için yapılan çalışmalar olduğu görülmektedir (Basadur vd., 1982: 41-42). Günümüz dünyasında yapılan çalışmalar yaratıcılığın; her insanda mevcut olduğuna (Amabile, 1998: 78), yaratıcılığın, yaratıcı kişilerin karakteristik özelliklerinden biri olduğuna (Guilford, 1950: 444), yaratıcı problem çözmenin bir takım karmaşık bilişsel süreçlerin etkin bir şekilde yürütülmesine bağlı olarak gerçekleştiğine (Mumford vd. 2012; 34) ve yaratıcılık konusunda eğitim alanların, aldıkları eğitimden sonra problem bulma ve çözme, düşünce ve performanslarında önemli ölçüde artışlar gösterdiğine (Basadur vd., 1982: 41) yönelik tespitlerin yapıldığı çalışmalar bulunmaktadır.

Yaratıcılık kavramı günümüzde üzerinde sıklıkla çalışılan bir kavram olduğu kadar aynı zamanda başka kavramlarla ilişkisi araştırılan ve farklı boyutlarıyla ele alınan bir kavram haline gelmiştir. Söz konusu yaratıcılıkla ilgili kavramlara, yaratıcılığın boyutlarına ve önemine izleyen başlıklar altında yer verilmektedir.

5. YARATICILIK İLE İLGİLİ KAVRAMLAR

Yaratıcılık ve yenilik birbiriyle ilgili olan kavramlar olmakla birlikte farklı disiplinler ile ele alınarak incelenmiştir. Yenilik, sosyoloji, mühendislik, ekonomi ve örgütsel teori gibi disiplinlerin ilgi alanını oluştururken, yaratıcılık daha ziyade psikoloji içerisinde incelenen bir alan olmuştur (Ford, 1996: 1112). Yaratıcılığın nasıl kavramsallaştırıldığı ya da nasıl tanımlandığı bir tarafta dursun, yenilik kavramı kaçınılmaz olarak yaratıcılıkla ilişkili olan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Blomberg, 2016: 17).

Yaratıcılığın örgütlerde yaşam bulmuş hali inovasyonla ilgili süreçler ile paralel bir şekilde ortaya çıkmaktadır (Şengül, 2015: 26). Bir fikrin yaratıcı olarak kabul edilebilmesi için yenilik ve kullanışlılığa sahip olması gerekir. Dolayısıyla çalışanların yaratıcılıkları, bireysel olarak çalışanlar tarafından yeni ve yararlı fikirlerin üretilmesini ifade eder, yenilik ise yaratıcı fikirlerin kuruluş tarafından başarılı bir şekilde uygulanmasını içerdiğinden, çalışanların yarattığı yaratıcılık genellikle inovasyonun başlangıç noktasını oluşturur (Zhou and George, 2001: 683).

Cameron M. Ford (1996: 1117-1118) yapmış olduğu çalışmasında yaratıcılık ve alışkanlık eylemlerinin kavramsal olarak birbirinden bağımsız, davranışsal seçenekler olduğunu belirtmektedir. Bir davranış bölümü içinde değerlendirilen yaratıcı ve alışılmış eylemlerin etkilerini kolaylaştırıcı ve zorlaştırıcı olan başlıca etkilerine yönelik olarak; eylemlerin, duyumlamanın, motivasyonun, bilginin ve yeteneğin ortak etkisinden kaynaklandığına vurgu yapmaktadır. Bu işlemlerden herhangi birinin eksik olması belirli bir davranış açısından, bu davranışı güçsüz kılan diğer eylemleri yapabileceği anlamına gelir. Örneğin, yaratıcı düşünme yeteneğinin eksikliği, diğer faktörlerden kolaylaştırıcı olan etkileri olumsuz şekilde etkileyebilecektir.

6. YARATICILIĞIN OLUŞUM AŞAMALARI

Akat ve arkadaşları yapmış oldukları çalışmalarında yaratıcılığı bir süreç olarak değerlendirmekte ve yaratıcılığın gerçekleşmesini beş aşamada ele almaktadırlar. Söz konusu yaratıcılığın gerçekleşmesi sürecinde yer alan bu aşamaları şu şekilde açıklamaktadırlar (Akat vd., 1999: 359-360):

1. Aşama: Bilgi toplama aşamasıdır. Bilgi toplama aşaması, sorular ve cevapların iç içe olduğu bir aşamadır. Araştırmacı, bu aşamada sorulara cevaplar aramakta, çeşitli etkileşimlerle, yayınlarla ve gerçekleştirdiği diyaloglarla, bilgi toplama, bilgisini zenginleştirme ve geliştirme gayreti göstermektedir. Bu aşama bazen çok uzun zaman alabilmektedir.

2. Aşama: Kuluçka ya da sorun ayıklama aşamasıdır. Bu aşamanın en belirgin özelliği, araştırmacının kendinden ve mevcut olan seçeneklerden doyum almamasıdır. Kimi zaman sorunun çözümüne yaklaştığı kimi zaman uzaklaştığı bir aşamadır. Sorunun çözümüne yönelik buluşlara ulaşmaya çalıştığından bu aşamaya “kuluçka” aşaması da denilmektedir.

3. Aşama: Aydınlanma aşamasıdır. İlk iki aşamada sürekli gerilim halinde olan araştırmacı bu aşamada aniden bir buluş ışığının zekâsını aydınlattığını ve çözüme ulaştığını fark eder. Bu aşama genelde kısadır, buluş aniden gelişir ve araştırmacı gerilimden uzaklaşır.

4. Aşama: Deneme aşamasıdır. Bu aşamada aydınlanma aşamasında ulaşılan fikirlerin uygulanmasına geçilir. Elde edilen buluş deney ortamında gözlemlenebilecek bir şekilde ortaya konulur ve deneme yanılma yöntemleri ile tekrar tekrar test edilir. Bu aşama aynı zamanda eleştiri aşaması olarak ta bilinmektedir. Bu aşamada olası iki sonuç elde edilebilir.

- Buluş uygulanabilir bir sonuca ulaşmamış ise tekrar kuluçka aşamasına geri dönülür.
- Ya da buluş uygulanabilir hale getirilir.

5. Aşama: Buluşun yayılması, sosyalleşmesi aşamasıdır. Bir fikir toplum tarafından kabul edilebilir olmalıdır. Buluşun sosyalleşmesi bu noktada ortaya konulan buluşun toplumda kabul görmesi anlamına gelmektedir.

Yaratıcılık sürecinin ilk dört aşaması bir buz dağının görünmeyen su altındaki kısmına benzemektedir. Görünen kısım ise en son aşamadır. Son aşamada elde edilen yenilik basit ve kolay gibi görünse de aslında görünmeyen ilk dört aşamada gerçekleştirilen yoğun uğraşların bir sonucudur.

7. YARATICILIĞIN BOYUTLARI

Onur ve Zorlu, yapmış oldukları çalışmalarında yaratıcılığı, birey, süreç ve ürün etkileşimi ile gelişen bir olgu olarak üç boyutuyla ele almakta ve bu boyutlarda bulunan her bir etkenin yaratıcılığın farklı olan yönlerini ve dinamiklerini ortaya koyduğunu vurgulamaktadırlar (Onur ve Zorlu, 2017: 1547-1548).

Yaratıcı birey, yüksek derecede hayal gücüne ve özgün fikirler üretebilme yeteneğine sahip olan; olaylar arasında bir takım ilişkiler kurabilen orijinal ve esnek düşünebilen, akıcı bir şekilde çeşitli fikirler üretebilen, yenilik ve değişimleri olumlu karşılayan bireydir. Yaratıcı kişi etrafındaki eksikliklere ya da sorunlara karşı, doğuştan gelen yaratıcı gücü ve meraklı yapısı sayesinde çözümler arar.

Yaratıcı süreçte, var olan eksikliklerin belirlenmesi, çözülmesi gereken sorunun tanımlanması ve soruna yönelik olaylar arasında çeşitli bağlantıların kurulması ve sorunun çözümüne dair hipotezlerin oluşturulması yer alır. Yaratıcı süreç, dinamik, değişken bir fikir/ürün üretme ve farkındalık oluşturma aşamasıdır.

Yaratıcı ürün, bilinen gerçeklerin varlık kazandığı, bilinmeyen gerçekliklerin ise ortaya çıkarıldığı bir aşamadır. Yaratıcı ürün var olan bilgilerin yeniden sentezlenmesi ve özgün bir şekilde yorumlanmasıyla yarar sağlayan sonuçların ortaya çıkarılmasıdır. Bu aşamada yaratıcılığın özgün, yeni, farklı olan nesneler üretme yeteneği olduğu görülür.

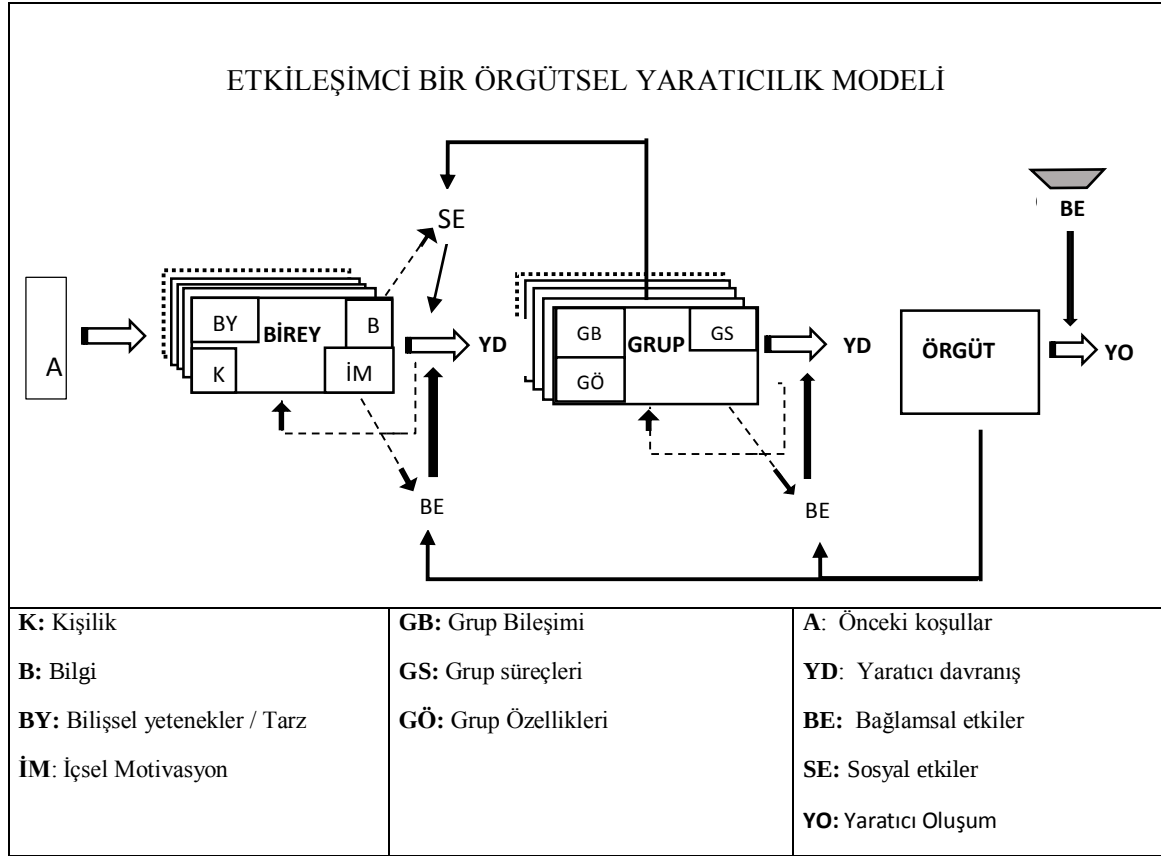
8. YARATICILIK MODELLERİ

Yaratıcılık modelleri başlığı altında, etkileşimci yaratıcılık modeli, yaratıcı süreç modeli ve bileşen yaratıcılık modeli yer almaktadır.

8.1. Etkileşimci Yaratıcılık Modeli

Woodman ve Schoenfeldt (1989, 1990), bireysel düzeyde etkileşimi ele alan bir yaratıcı davranış modeli önermişlerdir. Bu modele göre, yaratıcılık, belirli bir durum karşısında bir kişinin davranışlarında oluşan karmaşıklığın bir ürünüdür. Bu durum, yaratıcılığın başarısını kolaylaştıran ya da engelleyen faktörleri, bağlamsal ve sosyal etkiler açısından tanımlamaktadır. Etkileşimci model, bir kişinin önceden belirlenmiş bazı koşullardan etkileneceğine ve bu durum karşısında, gerek bilişsel yeteneklerini gerek bilişsel olmayan özelliklerini veya eğilimlerini yansıtacağına vurgu yapmaktadır. Bu model kişiliğin önemli unsurlarını, bilişsel ve sosyal psikolojisini, yaratıcılığın açıklanması noktasında birleştiren bütünleştirici bir çerçeve sunar (Woodman vd., 1993: 294).

Woodman ve Schoenfeldt'in (1990) yaptıkları bu çalışmaya dayanarak Woodman, Sawyer ve Griffin'de (1993), etkileşimci bir yaratıcılık modeli sundular. Woodman ve arkadaşları yapmış oldukları etkileşimci yaratıcılık modelinde, yaratıcılığı, her bir analiz düzeyinde gerçekleşen kişinin ve durumun karmaşık etkileşimlerini içeren bir yapı olarak tanımlamışlardır (Woodman vd., 1993: 296). Bu modelde yaratıcılığı etkileyen ilgili durumları, birey, grup ve organizasyon düzeyinde "sosyal etkiler" ve "bağlamsal etkiler" açısından da açıklamışlardır (Ford, 1996: 1133-1134). Söz konusu Woodman ve arkadaşlarının yapmış oldukları etkileşimci yaratıcılık modelinin şekilsel gösterimi aşağıda yer alan şekil 4'de gösterilmektedir.



Şekil 4: Etkileşimci Örgütsel Yaratıcılık Modeli (Woodman, Sawyer ve Griffin, 1993: 295).

Şekil 4’de görülen noktalı çizgiler, kontrollü bir şekilde geri besleme döngülerini göstermektedir. Bunlar (Woodman vd., 1993: 296);

- Davranış sonuçlarının, bireylerin ve grupların sonraki davranışları üzerindeki etkilerini,
- Sosyal ve bağlamsal etki süreçleriyle, bireylere ve gruplara verilen geri bildirimleri,
- Bireysel ve grup davranışlarının zaman içinde ortaya çıkmasıyla sosyal ve bağlamsal durum üzerinde karşılıklı etkilerin olduğunu göstermektedir.

Örgütsel yaratıcılık karmaşık bir sosyal sistemin içerisinde çevreden gelen yaratıcı sonuçlar da dahil olmak üzere grup yaratıcılığının ve bağlamsal etkilerin bir fonksiyonu (Woodman vd., 1993), olduğunu gösteren şekil, birey düzeyinde yaratıcılığı etkileyen faktörlerin; bireyin sahip olduğu kişiliği, bilgisi, bilişsel yeteneği ve içsel motivasyonu gibi unsurlara bağlı olduğunu göstermektedir. Söz konusu şekilde yer alan grup düzeyinde yaratıcılığın ise; grubun özellikleri, grubun bileşimi ve grup süreçleri gibi unsurlara bağlı olarak gelişebileceği görülmektedir.

8.2. Yaratıcı Süreç Modeli

Mumford ve arkadaşları (1991), yaratıcı düşünce olaylarının dâhil olduğu kritik süreçleri belirlemeye yönelik (Creative Process Model) yaratıcı süreç modelini önermişlerdir. Bu model üç kritik öneriye dayanmaktadır. Birincisi, yaratıcı problem çözme, diğer problem çözme biçimlerinde olduğu gibi, bilgiyi yorumlamak için bilginin temel alınması gereğine vurgu yaparak, bilgi ve bilgiye dayanmalıdır. İkincisi, yalnızca var olan bilgiye dayanarak yeni fikirler üretilemeyeceği, yeni fikirlerin üretilmesine imkân sağlayan yeni bir bilgiyi üretmek için bu bilginin yeniden birleştirilmesi ve yeniden düzenlenmesi gerekir. Üçüncüsü, yaratıcı bir proje çalışmasını yönlendirebilmek için değerlendirilmesi ve Uygulanması mümkün olan planlara dönüştürülmelidir (Mumford vd., 2012: 31).

Bu üç temel öneri, Mumford ve arkadaşlarının yaratıcı süreç modelini geliştirmelerinin dayanağını oluşturmuştur. Bu modelde yaratıcı düşünce, var olan problemin tanımlanmasıyla başlar. Tanımlanan problemler daha sonra kavramsal bir birleşim oluşturmak için temel oluşturur. Kavramsal birleşimden sonra oluşan bilgi, fikirlerin üretmesine ve değerlendirilmesine imkân sağlar. Uygulanabilir fikirler seçildikten sonra uygulama planları yapılır, planlar uygulanırken yapılan eylemlerin sonuçları aktif olarak izlenir. Bu süreçler, aktif bir şekilde çalışmak için düzenlenir ve herhangi bir sürecin yürütülememesi durumunda, insanların erken işlem faaliyetlerine geri dönmelerine yardımcı olur (Mumford vd., 2012: 31-32).

8.3. Bileşen Yaratıcılık Modeli

Bileşen teorisi, yaratıcılığı yansıtan üç önemli faktörün; bireysel bileşen, dış bileşen ve sosyal ortam, olduğunu vurgulamaktadır (Amabile ve Pillemer, 2012: 9).

Yaratıcı sürecin önceki modellerinden yola çıkarak, bileşen teorisi, yeni ve uygun fikirlerin üretildiği sürecin her aşamasını kuvvetli bir şekilde etkileyebilecek bileşenleri belirler. Yaratıcılık teorisi gibi bileşen teorisi de yaratıcı problem çözmenin karmaşık olduğunu ancak çözüm için de uygun bir yol bulunduğunu vurgular. Bileşen teorisi, problem veya görev sunumu olarak adlandırılan ilk aşamayı, kişinin bir sorunu çözme veya yeni bir görev üstlenme fırsatı ya da ihtiyacı olduğunun farkına vardığı nokta olarak değerlendirir. İkinci aşama, hazırlık aşamasıdır. Alanla ilgili bilgi ve beceriler, kişinin görevi yerine getirebilmesinde önemli bir rol oynar. Yaratıcılıkla ilgili bilgi, beceri ve görev motivasyonu, çözümlerin veya müdahale yollarının üretildiği üçüncü aşama olan, aşama oluşturma

sonucunu da büyük ölçüde belirler. Dördüncü aşama ise, yanıt doğrulama aşamasıdır, kişi yanıtların, yeniliğini ve kullanışlılığını değerlendirmek için alanla ilgili bilgi ve becerilerine güvenir. İlk ve son aşamada, oluşan yanıtlar iletilir ve sürecin sonucu değerlendirilir. Sonuç başarılı ise, başkaları tarafından kabul edilebilen yeni ve kullanışlı bir çözüm yolu bulunmuş olur. Başarısızlık söz konusu ise çözüm açısından ilerleme olmaz, süreç sona erer. Bu noktada kişi muhtemelen ilk aşamaya geri döner ve başka bir yol dener (Amabile ve Pillemer, 2012: 10).

9. YARATICILIĞIN GELİŞTİRİLMESİ

Uzmanlık ve yaratıcı düşünme becerileri, yaratıcılık için bireyin temel kaynaklarıdır. Ancak üçüncü bir faktör olan motivasyon, insanların gerçekte neler yapabileceklerini belirler. Bu noktada motivasyonu dışsal ve içsel motivasyon olarak ele almak gerekirse: Dışsal motivasyon, bireyin kendisinin dışında, dışarıdan kaynaklanan, ücret, ödül gibi faktörlerin etkisiyle bireyde oluşan bir güdülenme duygusudur. İçsel motivasyon ise bireyin kendisinden kaynaklanan tutku ve ilgi gibi, bir kişinin bir işi yapmaya yönelik içsel arzusunu ifade eder. Bu noktada yaratıcılık için içsel olan motivasyon çok daha önemlidir (Amabile, 1998: 79).

Uğurlu ve Ceylan (2014: 98-99) yapmış oldukları çalışmalarında yaratıcı bir örgüt ortamı oluşturmak için yöneticilerin göstermesi gereken bazı davranışları vurgulamışlardır. Bu davranışlar; yöneticilerin astlarına karşı bir danışman gibi davranması, çalışanların otonomi ve özgürlüklerinin olması, ödüllendirme sisteminin olması, yaratıcılık faaliyetleri için gerekli olan kaynakların sağlanması, İletişim ve bilgi paylaşımı şeklinde sıralamaktadırlar.

Örgütlerde yaratıcılığın gerçekleşmesi için gereken koşulları ise Amabile şu şekilde sıralamaktadır (Amabile, 1997: 48):

- **Örgütsel Cesaretlendirme:** Yaratıcılık açısından yapıcı olan fikir yargılama sistemi, yaratıcı çalışmaları ödüllendirme, yeni fikirler geliştirme ve paylaşma sistemleri, örgütün amaçları hakkında ortak bir vizyon anlayışı ile yaratıcılığın desteklendiği bir örgüt kültürünü içerir.
- **Denetleyici Teşvik:** İyi bir çalışma ortamı için uygun modeller oluşturan, çalışma gruplarını destekleyen ve onlara güvenen, bireysel katkılara değer veren yönetici desteğini içerir.

- **Çalışma Grubunun Desteği:** İnsanların sağlıklı iletişim kurabildikleri, birbirlerine güvendiği, yardım ettiği ve kendilerini yaptıkları işe karşı sorumlu hissettikleri yetenekli bir çalışma grubunun sağlayacağı desteği ifade eder.
- **Kaynak Yeterliliği:** İşin yapılması noktasında gerekli olan araç-gereçlere, fonlara, tesislere ve bilgiler dâhil olmak üzere uygun kaynaklara erişim sağlanabilmesini ifade eder.
- **İşin Zorluğu:** Zorlu ve önemli görevler üzerinde çalışıldığına yönelik hissiyata sahip olmayı ifade eder.
- **Özgürlük:** Çalışma ortamında ne yapacağı veya nasıl yapacağına karar vermede bireyin özgürlüğü; yaptığı işin kendi kontrolünde olduğuna dair duyduğu hissiyattır.

Sefertizi (2000: 4) ise yapmış olduğu çalışmasında, bir kurumda yaratıcılığı artırmak ya da teşvik etmek için gerekli olan temel unsurları şu şekilde sıralamaktadır:

- Mutlu olmalı, eğlenmeli,
- İletişim kanallarını açık tutulmalı,
- Dış bilgi kaynaklarıyla iletişim sağlanabilmeli,
- Başarısızlık kabul edilebilmeli,
- Katılımcı karar vermeli ve çalışanların katkısı desteklemeli,
- Yeni fikirler denenmelidir.

Yaratıcı kazanımlar, insan zihninde bilişsel süreçlerden geçmek suretiyle oluşan bilişsel faaliyetlerdir. Bu faaliyetlerde bireyler yaratıcı problem çözme aşamasında, sınırlı olan kaynakları bilinçli bir karar vererek kullanmaktadırlar (Şengül, 2015: 27). Yaratıcılık, ortama ve şartlara bağlı olarak gelişen, farklı düzeylerde de olsa bütün insanlarda bulunan, düşünme aşamasında kullanılan, duygular, duyular, düşünsel ve zihinsel özellikler ile oluşan doğal bir yeti olarak tanımlanmaktadır (Onur ve Zorlu, 2017: 1547). Yaratıcılık olgusu, yaratıcı düşünme sonucu gerçekleşir. Üretilen bir fikrin yaratıcı olduğu kadar da bir getirisinin de olması gereklidir. Yaratıcı düşünme ve yaratıcılık konusunu ele alan çalışmalar incelediğinde yaratıcılık ile ilgili şu tespitleri yapmak mümkündür. Yaratıcılık (Samen, 2008: 365- 366);

- İlk’ tir. Daha önce yapılmamış olanı gerçekleştirmektir.
- Hayal gücü ve sezgilerin kullanımı ile gerçekleşir.
- Yeni bir fikir, ürün, hizmet üretmektir.

- Daha önce var olan herhangi bir şeyin son şeklini almasıdır.
- Katma değer getirir.
- Merak ve sorgulama sonucunda gerçekleşen bir olaydır. Nedir, neden böyledir, Daha farklı olabilir mi? vb. sorular bireyi yaratıcı düşünmeye yönlendiren sorulardır.
- Yaratıcılık öğretilir ve eğitim yoluyla geliştirebilir.
- İhtiyaçtır. Sürekli sorunların yaşanması ihtimalinin olması, yaratıcılığa olan ihtiyacı da arttırmaktadır.
- Değişimlerin hızlı yaşandığı günümüz ortamında bir zorunluluktur.
- Özgür düşünebilme ve özgür çalışabilme ortamı yaratıcılık için gereklidir.
- Yaratıcılığın boyutları vardır ve bir takım süreçlerden oluşur.

Yaratıcılık, zekâ gibi çok boyutla açıklanan bir kavramdır. İnsanların kişilik yapıları, yetenekleri, deneyimleri, problem çözme becerileri ve motivasyonları yaratıcılığı bireysel anlamda etkileyen unsurlardır (Şengül, 2015: 33). Yeni ve özgün olan bir ürünün ortaya çıkması yaratıcı düşünme yetisi ile gerçekleşirken; alana yönelik eksiklerin ve ihtiyaçların giderilmesi, söz konusu alana ait bilgi birikimi ile mümkün olmaktadır. Bu noktada yaratıcılığın gerçekleşmesi, bilgiyi ve bu bilgiyi işleyecek yeteneği zorunlu kılmaktadır (Şengül, 2015: 27).

10. YARATICILIĞIN GELİŞTİRİLMESİNE YÖNELİK BAZI TEKNİKLER

Yaratıcılığı geliştirme noktasında yaratıcılığı geliştirecek pek çok teknik bulunmaktadır. Beyin fırtınası, hikâye biniş, lotus çiçeği, denetim listeleri, morfolojik analiz, haritalama süreci, gezi tekniği, bilgisayar tabanlı yaratıcılık teknikleri, yaratıcılığın geliştirilmesi adına kullanılan tekniklerden bazılarıdır (Sefertizi, 2000: 7). Çalışmanın bu kısmında genel manada tüm kurumlar için geçerli olan ve sıklıkla kullanılan ya da kullanılma potansiyeline sahip olan yöntem ve teknikler üzerinde durulmuştur.

10.1. Beyin Fırtınası Tekniği: Alex Osborn tarafından 1930'larda geliştirilen bu yöntemin temel amacı insanların var olan yaratıcılıklarının açığa çıkarılmasıdır (Samen, 2008: 375). Bu yöntem, ortaya atılan bir konuyla ilgili olarak, katılımcıların az zamanda çok sayıda görüş bildirmelerini sağlayan bir öğretim yöntemidir. Bu yöntemde katılımcıların görüşleri alınırken gönüllülük esasına uyulması elzemdir. Görüşler alındıktan sonra uygun olan bir veya birkaç görüş yine katılımcılar ile birlikte değerlendirilir. Beyin fırtınası yapılırken katılımcıların görüşlerini hür bir şekilde söyleyebilecekleri bir ortam

oluşturulmalı ve her türlü görüş ve önerilerini rahatlıkla söyleyebilecekleri önceden belirtilmelidir (Taşkaya, 2017: 115-117).

Beyin fırtınasını yönetecek kişi, beyin fırtınası yapılırken görüş bildirmeye yönelik bir ölçüt belirlememelidir. Sonuç kısmında ise var olan bütün görüşler değerlendirilmeli ve gereken elemeler katılımcılarla birlikte yapılmalıdır. Beyin fırtınası, sistemli bir şekilde yapılması gereken bir aktivitedir. Beyin fırtınası uygulamasında kullanılabilecek bazı teknikler vardır ve bu teknikler, yöntemin tekdüze olmasını engeller. Bu noktada, fikir taraması, hızlı beyin fırtınası, ters beyin fırtınası, nominal gruplama tekniği ve serbest çağrışım gibi teknikler beyin fırtınası uygulanırken kullanılan teknikler arasında yer alır (Taşkaya, 2017: 115-117).

Sefertizi (2000: 7-8) yapmış olduğu çalışmada beyin fırtınasında önemli görülen dört noktayı şu şekilde aktarmaktadır.

- Hiçbir fikir üzerine eleştiri yapılmaz.
- Tüm fikirler, saçma olsa bile, memnuniyetle karşılanır.
- Üretilen fikirlerin çok sayıda olması önemli bir unsurdur. Fikir havuzu geniş olduğu ölçüde muhtemelen yüksek kalitede olan fikirleri de içerecektir.
- Yeni fikirler üretmek, fikirleri birleştirmek ve geliştirilen fikirlere dayalı olarak yeni fikirleri inşa etmek de önemli olan bir diğer unsurdur.

Beyin fırtınası uygulaması genellikle 6 ile 10 kişiden oluşan bir grup içinde gerçekleştirilir. Lider, fikirlerin üretilmesini teşvik eder. Gerekli veri ve bilgileri toplamak için bir hazırlık aşaması gerekir. Bu aşamada bir kayıt cihazı, sorunun ve fikirlerin yazılacağı beyaz tahta kullanılır. Askıya alma kararı, serbest tekerlek, miktar ve çapraz sürtünme gibi beyin fırtınası için birkaç kılavuz mevcuttur. Bütün işlemler birkaç aşamada yapılır ve normalde bir saat sürer. Bu aşamalar; sorunun tespiti, ısınma oturumu, beyin fırtınası ve en uygun fikrin bulunması için değerlendirme yapılması aşamalarından oluşur (Sefertizi, 2000: 7-8).

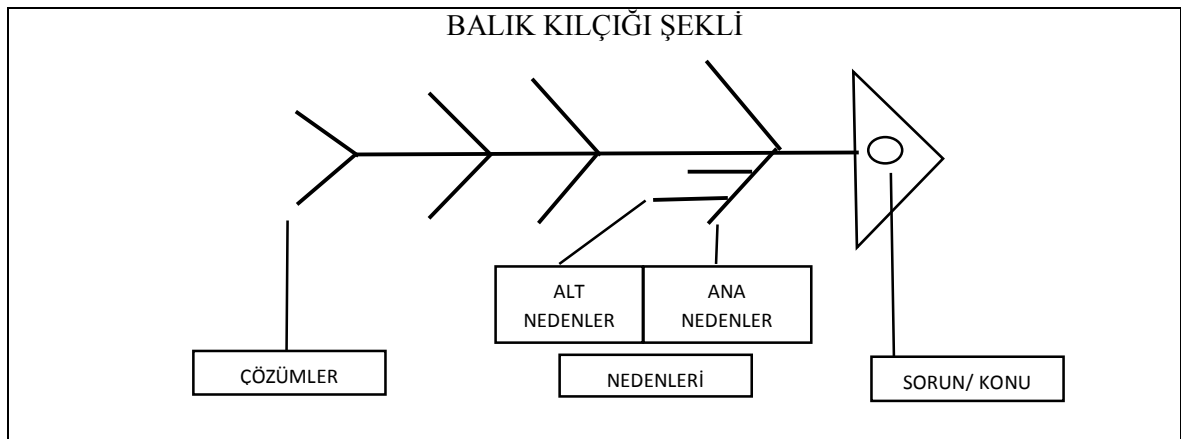
10.2. Gordon Tekniği: Beyin fırtınası tekniğine benzer olmakla birlikte bir grup konferans tekniğidir, bu teknikte tartışma konuları bağımsız seçilir. Beyin fırtınasından farklı olan temel özelliği, bu teknikte grup liderinin dışında, konferansa katılan hiç kimsenin sorunun özelliğini bilmemesidir. Bu durumun nedeni çabuk ve aniden oluşan sorunları önlemektir. Bu teknikte toplantıya katılacak olan aday sayısı 5 ile 12 kişi arasında değişebilir

ve beyin fırtınasından daha uzun bir sürede tamamlanır. Gordon tekniğinin başarısı daha ziyade grup liderine bağlıdır. Teknik bilgi, ileriye görme, sezgi gücü gibi özelliklerin yanı sıra fikirlerin oluşumu sırasında gerçek sorunlarla ilişkilendirilmesi de esastır (Akat, Budak ve Budak, 1999: 372).

10.3. Phillips 66, Buzz Toplantıları Tekniği: Bu teknikte büyük gruplar 5 veya 6 kişiden oluşan daha küçük gruplara ayrılmaktadır. Her gruba bir başkan atanır. Grup lideri sorunu açıkladıktan sonra, her grup kendi arasında toplanır. Bu teknik küçük gruplarda gerçekleştirilen bir beyin fırtınası özelliği taşır. Bu teknik sorunların çözümlerine, arındırma sürecine ve değerlendirme yükünü azaltmaya yardım etmektedir (Akat vd., 1999: 372).

10.4. Sinektik Tekniği: Sinektik, bilinmeyen ve alakasız gibi görünen kavramların, bilinen ve alakalı gibi görülen kavramlarla ilişkilendirilmek suretiyle bir benzetimin yapılması anlamına gelir. Sinektik tekniği ile benzerliklerden yararlanarak zor olan bir konunun açıklanması daha kolay bir hale getirilmektedir (Taşkaya, 2017: 186).

10.5. Balık Kılçığı Tekniği: İshikawa diyagramı da denilen, balık kılçığı tekniği kavram haritası yönetimi içerisinde en çok bilinen tekniklerden bir tanesidir. Balık kılçığı tekniği daha ziyade bir problemin sebep ve sonuçları üzerine yoğunlaşmanın gerekli olduğu durumlarda kullanılan bir tekniktir. Sebep sonuç diyagramı da denilir. Bu teknikte balık kılçığı şeklinde bir kavram haritası çizilir. Çizilen balık kılçığının baş kısmına ele alınacak konu ya da sorun yazılır. Kılçıkların olduğu yerlere ise ele alınan sorunun nedenleri ve alt nedenleri yazılır. Balığın kuyruk kısmına ise elde edilen sonuç ya da sonuçlar yazılır (Taşkaya, 2017: 144-145). Söz konusu balık kılçığının şekilsel gösterimi şekil 5’de yer almaktadır.



10.6. Altı Şapka Düşünme Tekniği: Bir konu ya da problem hakkında yanlı bir düşünce ile farklı bakış açılarının değerlendirilmesine ve karar verilmesine yardımcı olan, Edvard De Bono' nun geliştirdiği bir tekniktir. Edvard De Bono' ya (1999) göre şapkaların renkleri ve düşünme tarzları aşağıda maddeler halinde sıralanmaktadır (Kanadlı, 2016: 264):

- Beyaz şapka: Tarafsız ve objektif bakış açısını yansıtan şapkadır. Bu şapkayı takan kişi konu veya probleme yönelik bilinenleri bilimsel gerçekler ve sayısal verileri kullanarak açıklar.
- Kırmızı şapka: Kızgınlık, öfke ve heyecan gibi duyguları yansıtan şapkadır. Bu şapkayı takan kişi, konu ya da problemin kendisini duygusal açıdan nedenli etkilediğini ve neler hissettirdiğini açıklar.
- Siyah şapka: Karamsar bir bakış açısını yansıtan şapkadır. Bu şapkayı takan kişi konunun ya da sorunun ortaya çıkaracağı durumları eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir.
- Sarı şapka: İyimser bir bakış açısını yansıtan şapkadır. Bu şapkayı takan kişi konunun ya da sorunun ortaya çıkaracağı yararları ve avantajları yapıcı bir bakış açısıyla değerlendirir.
- Yeşil şapka: Yeni ve yaratıcı fikirleri ifade eder. Bu şapkayı takan kişi konunun ya da sorunun çözümüne yönelik yeni ve yaratıcı fikirler üretir.
- Mavi şapka: Serinkanlı ve her şeyin tarafı olan bir bakış açısını yansıtan şapkadır. Bu şapkayı takan kişi konu ya da sorun hakkında diğer şapkaların ifade ettiklerini değerlendirir, özetler ve sonuçlara ulaştırır.

10.7. Zihin Haritası: 1960'lar da beyin ve zihin üzerine çalışmalar yapan, Tony Buzan'ın geliştirdiği bir yöntemdir. Bilginin kolaylıkla işlenmesi ve uzun süre hafızada kalmasını sağlayacak bir yöntem olduğu gibi bilgileri kaydeden ve düzenleyen bir diyagramdır. Bu yöntem aynı zamanda hafıza, yaratıcılık, öğrenme gibi her türlü beyin işlevlerine uygun bütüncül ve görsel bir düşünme aracıdır. Zihin haritası oluşturma aşamaları (Kanadlı, 2016: 289):

- Hedef kavram, problem veya konu, merkeze çizilen bir resim ile temsil edilir.
- Merkeze çizilen resmin etrafına bir ağacın dalları gibi dallar çizilerek önce ana konular veya sorunlar dallandırılır. Daha sonra alt konular ele alınarak bu dallardan yayılır

- Her bir dalda anahtar bir kelime veya resim kullanılmak suretiyle zihin haritası oluşturulur.

10.8. Zorlanmış İlişkiler Tekniği: Normalde ilişkili olmayan iki ya da daha fazla görüş arasında ilişki kurmaya zorlanan tekniklere “zorlanmış ilişkiler tekniği” adı verilir. Bu tekniklerden en bilinenlerini şu şekilde açıklamak mümkündür (Akat vd., 1999: 372-373):

- Katalog tekniği: Bir kataloğun veya rehberin içinden rastgele örnekleme yoluyla bir konu, nesne veya kelime seçilir. Daha sonra aynı şekilde ikinci bir konu, nesne veya kelime seçilerek aralarında ilişki kurulmaya çalışılır.
- Listeleme tekniği: Çeşitli sayıda nesneler ya da görüşler sıralanır. Sıralanan görüş ya da nesneler genellikle konu ile bağlantılıdır. Bu sıralamada her ögeye bir numara verilir ve ilk numaradaki ögenin diğerleriyle ilişkisi araştırılır, faydalı görülenler geliştirilmeye çalışılır.
- Gözlenen nesneler tekniği: Bu teknikte ögelerden sadece bir tanesi önceden belirlenmiş bir amaç doğrultusunda seçilir. Sabit tutulan bu öge bir ürün ya da sorun olabilir. Diğer ögelerde gelişigüzel seçilir ve aralarında zorlanmış bir ilişki kurularak sonuçlar gözlenir.

Yaratıcılığı geliştirme teknikleri uygulanırken dikkat edilmesi gereken bazı önemli noktalar bulunmaktadır. Tüm yaratıcı teknikler için dikkat edilmesi gereken bu önemli noktaları şu şekilde sıralamak mümkündür (Sefertizi, 2000: 4);

- Acele bir şekilde karar verilmemeli, oluşturulan fikirler filtrelenmelidir.
- Mümkün görülmeyen ara maddeler de kullanılmalıdır.
- Anlamak istediğimiz durum ile anladığımız başka bir durum arasında benzerlikler bularak yeni benzetmeler oluşturulmalıdır.
- Yaratıcı ve uygun durumların oluşturulması için ideal bir vizyon oluşturulmalıdır.
- İdeal vizyonun gerçekleştirilmesini sağlayacak yollar aranmalıdır.
- Daha önce ilgisiz gibi görünen bağlantı noktaları veya fikirler birbiriyle ilişkilendirilmelidir.
- Bir sorunun çözümü için birden fazla çözüm yolları üretilmelidir.

11. YARATICILIĞIN EĞİTİM ALANINDA YERİ VE ÖNEMİ

Yaratıcılık, özel bir fakülte veya küçük bir elit kesim ile sınırlı olan psikolojik bir özellik değildir. Aksine, genel olarak insan zekâsının bir özelliğidir. Fikir birliği, hatırlatma, algı, yapılandırılmış bir problem alanını tarama, analogik düşünme ve yansıtıcı özeleştirme yapabilmek gibi insan zekâsının kapasitelerine dayalı olarak gerçekleşir. Sadece bilişsel bir boyut olan yeni fikirlerin üretilmesi değil, aynı zamanda motivasyon ve duyguyu da içerir. Yaratıcılık, kültürel bağlam ve kişilik faktörleriyle de yakından ilişkilidir (Boden, 1998: 347). Yaratıcı kişilik özellikleri doğuştan gelen ve geliştirilebilen bir olgudur (Onur ve Zorlu, 2017: 1547).

Yaratıcılık eğitimin her alanında olduğu gibi sanatta, bilimde ve yaşamda da geçerlidir. Çünkü bunlar yaşamın içerisinde hep birbiriyle ilişkilidir. Yaratıcı birey, yeni alanları araştıran, yeni gözlemler yapan, yeni çıkarımlar ve yeni kestirmelerde bulunan bireydir. Eğitimin hedefi, öğrencilere pek çok alanda sorunların nasıl çözüleceğini öğretmek olmalıdır. Bu nedenle öğretmenlerin, yaratıcılığın gelişmesine yönelik yaptıkları ya da yapacakları her türlü katkı, sadece bireyler açısından değil, aynı zamanda toplum açısından da yararlı olacaktır (Çellek, 2002). Bu noktada öğretmenlerin, yaratıcılığın gelişmesine yönelik yapabilecekleri çalışmaları teşvik eden bir eğitim sistemin olması da yaratıcılığın geliştirilmesi açısından oldukça önem arz etmektedir.

Guilford yapmış olduğu çalışmasında, öğretmenlerin birçoğunun, öğrencilere nasıl yaratıcı düşüneceklerini öğretmenin asıl amaçları olduğunu iddia ettiklerini ve öğrencilere yaratıcı düşünmeyi öğretmekten gurur duyan öğretmenlerin olduğunu ancak bu öğretmenlerin, öğrencilerin başarılarını ölçerken onların yaratıcı düşüncelerinden uzak olan, neredeyse tamamen gerçeklere dayalı bir şekilde klasik sınavlar doğrultusunda not verdiklerini belirtmektedir. Guilford, öğrencilere yaratıcı düşünmeyi öğretmeye başlamadan önce, öğrenme süreci hakkındaki anlayışımızda bazı değişiklikler yapmamız gerektiğine vurgu yapmaktadır (Guilford, 1950: 448).

Ülkemizde, Guilford' un yapmış olduğu bu önemli tespiti doğrular nitelikte olan bazı çalışmaların yapılmış olduğunu görmek mümkündür. Örneğin, Özaşkın ve Bacanak (2016: 213), yapmış oldukları çalışmalarında, ülkemizde öğretim programlarında yaratıcılık konusuna önem verilmesinin gereğine dair vurgu yapıldığını ancak yapılandırılmış programa uyma, esnekliğin olmaması ve bir üst öğretim aşamasına geçiş için yapılan

sınavların baskısı ve benzeri sebeplerden ötürü yaratıcılık eğitime gerektiği kadar önem verilmediğini vurgulamaktadırlar. Günlük hayatımızın her aşamasında, iş hayatımızda ve hatta bütün sosyal ilişkilerimizde yüzleşmek zorunda olduğumuz sorunların okullarda öğretilmediğini, gerçek hayatta yüzleşmek zorunda olduğumuz sorunlara karşı farklı olan, özgün ve orijinal çözümler bulabilmemizin yaratıcı düşünebilmemizi gerekli kıldığını, yaratıcı düşünme potansiyelinin her bireyde mevcut olmakla birlikte bu potansiyelin en verimli şekilde geliştirilebileceği ortamların da okullar olduğunu belirtmektedirler.

Öğretmenlerin, öğrencilerin yaratıcılıklarını geliştirebilmeleri için öncelikle yaratıcı bir kişilik yapısına sahip olmaları yani öğrenciler için uygun bir rol model olmaları gerekmektedir. Öğrencilerin, yaratıcılıklarını yönelebilecek uygun bir öğretme-öğrenme ortamı düzenleyebilmek ve öğrencilerin yaratıcılıklarının gelişmesine rehberlik edebilmek için, öğretmenlerin öncelikle esnek, akıcı ve orijinal düşünebilme gücüne sahip olmaları gerekmektedir (Yenilmez ve Yolcu, 2007: 97- 98).

Erdoğan (2006: 95), yaratıcılık ile öğretmen davranışları ve akademik başarı arasındaki ilişkileri araştırdığı çalışmada, öğretmenlerin öğrencilerine karşı demokratik davranışlar sergilemelerinin, öğrencilerin yaratıcılıklarının gelişmesine katkı sağladığını, öğrencilerin yaratıcılıkları ile akademik başarıları arasında düşük ama anlamlı ilişkiler olduğunu belirtmektedir.

Yaratıcılık hakkında ülkemizde öğretmenlere yönelik yapılan bazı çalışmalarda ise öğretmenlerin yaratıcılık algıları üzerinde etki eden bazı unsurların araştırıldığı görülmektedir. Örneğin, Balay (2014: 439) yapmış olduğu çalışmada, öğretmenlerin, örgütsel yaratıcılık ve yönetsel etkililik algıları arasında pozitif yönde yüksek düzeyde bir ilişki ve örgütsel yaratıcılığın yönetsel etkililiğin anlamlı bir yordayıcısı olduğu tespitinde bulunurken, Uğurlu ve Ceylan (2014: 96), yapmış oldukları çalışmalarında, öğretmenlerin yöneticilerine ilişkin etik liderlik algılarının, yönetsel yaratıcılık algılarıyla anlamlı bir ilişkisi olduğunu vurgulamaktadırlar. İşleyen ve Küçük (2013: 199) ise öğretmen adaylarının yaratıcı düşünme düzeylerini farklı değişkenler açısından inceledikleri çalışmalarında, öğretmen adaylarının cinsiyetleri açısından anlamlı bir farklılık olmadığını ancak bölümleri açısından değerlendirildiğinde sınıf öğretmeni adaylarının lehinde anlamlı bir fark olduğunu belirtmişlerdir.

Yukarıda örneklendirilen çalışmalar doğrultusunda yaratıcı düşünme ve yaratıcılık yeteneklerinin geliştirilmesinin, kurumsal, yönetsel, etik liderlik, demokratik davranışlar ve benzeri pek çok faktörden etkilendiğini ve etkilenebileceğini söylemek mümkündür. Diğer yandan yapılan açıklamalar doğrultusunda yaratıcılığın doğuştan gelen ve her insanda bulunan bir özellik olduğunu, yaratıcı yeteneklerinin eğitim yoluyla geliştirilmesinin mümkün olduğunu, hayatımızda var olan her yeniliğin başlangıcının yaratıcı fikirler olduğunu, insanların yaratıcılık potansiyellerinin gelişmesinde eğitimin önemli olduğunu, eğitimin gerçekleştiği okulların ve bu okullarda uygulanan eğitim müfredatının yaratıcı düşünme süreçleriyle uyumlu olması gerektiğini ve öğretmenlerin yaratıcılığı benimsemelerinin, teşvik etmelerinin gerekli ve önemli bir konu olduğunu söylemek mümkündür.

12. ÖRGÜTLER AÇISINDAN YARATICILIĞI GELİŞTİRMENİN ÖNEMİ

Yaratıcılığı geliştirmek bir örgütün kendini geliştirmesinde önemli olan bir unsurdur. Örgütlerin yaratıcı bir kimliği benimsemeleri; yeni ürünler tasarlamada, rekabette üstünlük sağlamada ve büyümeyi gerçekleştirmede stratejik bir öneme sahiptir (Samen, 2008: 368). Bu noktada örgütün her kademesinde yer alan çalışanların yaratıcı cevapları, örgütsel inovasyon açısından daha da önemli bir hale gelmiştir. Dolayısıyla örgütler, yaratıcılığı cesaretlendirecek ya da engelleyecek etkenler üzerinde odaklanmıştır (Amabile, 2005: 367). Örgütlerde yaratıcılığı geliştirmek için yöneticilerin neler yapabileceğini ve bunların örgüte sağlayacağı katkıları şu şekilde sıralamak mümkündür (Amabile, 1998: 79-84):

- Yöneticilerin yaratıcılığı teşvik etme noktasında yapabilecekleri arasında, belki de en etkili olanı insanları doğru görevlerle yerleştirmeleridir. Yöneticiler, insanları uzmanlık alanlarına ve yaratıcılık alanındaki yeteneklerine uygun olan işlere yerleştirebilir ve bu şekilde insanların içsel motivasyonlarını tetikleyebilirler.
- Yaratıcılığın kilit noktası insanlara özerklik kazandırmaktır. Bir işin nasıl yapılacağına dair karar verme özgürlüğü, insanların daha da yaratıcı olmalarına neden olabilir. Burada kast edilen amaç dışı tercihler değildir. Amaca yönelik olan tercihlerdir. Bu gibi tercihler, insanların meydan okuma duygularını artırarak içsel motivasyonlarını yükseltecek eğilimdedir.
- Yaratıcı fikirler üreten ekipler oluşturabilmek için çeşitli bakış açılarına sahip ve geçmiş tecrübeleri olan karşılıklı destekleyici gruplar oluşturmak gerekir.

Oluşturulan bu gruplar, çeşitli entelektüel bilgilere ve çalışma prensiplerine sahip insanlardan oluştuğundan, farklı uzmanlık bilgileri ve yaratıcı düşünme yöntemleri, genellikle heyecan verici ve kullanışlı yollarla birleştirilir.

- Yöneticilerin, yaratıcı çabaları teşvik etmek için övgüde bulunmaları, gerektiğinde yaratıcı çabaları ödüllendirmeleri, yaratıcı fikirlere açık olmalarının yanı sıra yöneticilerin zor olan sorunların çözümünde ısrar ederek, ekip içinde işbirliğini ve iletişimi teşvik etmenin rol modelleri olarak hizmet etmelidir.
- Örgütün yaratıcılığa verdiği destek yaratıcılığı geliştirir. Bu destek, bir kuruluştaki öncelikle liderlerinin işidir; uygun sistemler veya prosedürleri uygulamaya koymak ve yaratıcı olan çabaların öncelikli olduğunu belirten değerleri açık bir şekilde vurgulamak gereklidir.
- En önemlisi, bir kuruluştaki lider, bilgi paylaşımına ve işbirliğine önem vermelidir. İnsanlar, birlikte çalışarak ne denli çok fikir ve veri alışverişi sağlarsa, o kadar çok bilgiye erişmiş olurlar. Bilgi paylaşımı ve işbirliği, insanların çalışma zevkini arttıracaktır. Dolayısıyla insanların içsel motivasyonları da artmış olacaktır.

Örgütsel ortamlarda yaratıcılığın geliştirilmesinde hiç kuşkusuz yöneticilerin yaratıcılık konusunda sahip oldukları bakış açıları ve yaratıcılığı desteklemeleri, öncelikle örgütü oluşturan bireylerin ve grupların yaratıcılığını etkileyebilme potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda bireyin ya da bireylerden oluşan grupların yaratıcılığı, örgütün ürün, hizmet ve iş yapış süreçlerinde yaratıcılığı ve yaratıcılığa bağlı olarak gerçekleşen inovasyonu da beraberinde getirmektedir.

Yaratıcılığın gelişmesi noktasında örgüt yapısı ve iklimi de oldukça önemli olan etkenlerdir. Yaratıcı düşünceyi örgütlerde gerçekleştirecek olan temel unsur insan faktörüdür. Katı hiyerarşinin egemen olduğu, esnek olmayan örgütlerde gereksiz denetim ve yoğun talimatlar, çalışanların yaratıcılıklarını sergilemelerine engel olacaktır. Çalışanların üstlerinden gelecek talimatlara, kural ve emirlere adapte olması yaratıcı fikirler üretmelerini geri planda bırakacaktır. Katı hiyerarşi, sürekli emir, yersiz denetim gibi olumsuz unsurların olduğu örgüt yapıları, örgütün başarılarını olumsuz etkilemekle birlikte örgütün sahip olduğu nitelikli çalışanları kaybetmesine de neden olacaktır (Samen, 2008: 377).

Yaratıcılık ile ilgili ülkemizde yapılan çalışmalar incelendiğinde; Buket Canal, yapmış olduğu çalışmada örgütsel özdeşleşme ve bireysel yaratıcılık arasında pozitif ve anlamlı

bir ilişki olduğunu (Canal, 2017: 95), çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik ve alt boyutlarının “yenilik, proaktiflik ve özerklik” performansları üzerinde etkisi olduğunu (Kanbur ve Özyer, 2016: 264), Örgütsel yaratıcılık noktasında, örgütsel yaratıcılığı belirleyen faktörlerden yönetim desteğinin en önemli faktör olduğu ve bunu sırasıyla açık politika, takdir, otonomi ve esneklik gibi faktörlerinin izlediğini (Cengiz vd., 2007: 98) vurgulayan çalışmalar görmek mümkündür.

13. YARATICILIĞIN SONUÇLARI

Basadur ve arkadaşları yapmış oldukları çalışmalarında, yaratıcılık konusunda eğitim alan katılımcıların, aldıkları eğitimden sonra problem bulma ve çözme düşünceleri ve performanslarında önemli ölçüde artış gösterdiklerini belirlemişlerdir (Basadur vd., 1982: 41).

Eğitim ile geliştirilebilen yaratıcılığın, genel manada işletmeler açısından sonuçları ele alınacak olunursa; Kurumların hedeflerine daha rahat ulaşabilmesini mümkün kılan, ürün, hizmet ve süreçlerini değiştirmek için, yeni fikirler üretebilme potansiyeline sahip olan yaratıcılık kavramı, işletmeler için sürdürülebilir bir avantaj sağlamanın da kilit noktası olarak kabul edilmektedir (Amabile, 2005: 367).

Yaratıcılık bir işletmenin gelişmesi noktasında önemli olan bir unsurdur. Yaratıcı bir kimliğe sahip olmak işletmeler açısından, yeni ürünler geliştirme, rekabet üstünlüğüne sahip olma ve büyümeyi sağlama alanlarında stratejik öneme sahiptir (Samen, 2008: 368).

Yaratıcılık, var olan tüm inovasyonların temelidir ve bir organizasyon içinde gerçekleştirilen inovasyon çalışmalarının, psikolojik algıları, fikirlerinin üretilmesi ve uygulanması süreçlerini etkilemesi muhtemeldir (Amabile vd., 1996: 1155). Yaratıcılık, işletmeler açısından değerlendirildiği zaman, İşletmeler üzerinde beklenen bazı sonuçları şu şekilde sıralanmaktadır (Sefertzi, 2000: 5):

- Yeni ürün ve yeni süreç fikirleri açısından yenilik,
- Ürün ve hizmetlerde sürekli iyileşme,
- Üretkenlik açısından artış,
- Verimlilik açısından artış,
- Üretimin gerçekleşme hızında artış,
- Esneklik açısından artış,
- Ürün ve hizmetlerin kalitesinde artış ve

- Yüksek performans.

İnovasyon kavramı genellikle farklı durumlarda farklı kişilerce kullanılabilecek maddi varlıklar olarak yani herhangi bir şey benimsenebilir ya da yayılabilir şeklinde tanımlanmaktadır. Böylesine bir tanım inovasyon konusunda araştırma yapanların, transferlerin yapılabildiği hiyerarşilerde ve pazarlarda oluşan, örgütsel bağlamlara odaklanmalarına neden olmuştur. Ancak, yaratıcılığın, hem kendine özgü olan hem de benimsenebilir çözümleri ile hiyerarşilerin ve pazarların içinde ve ötesinde ortaya çıkabilecek sorunların çözümüne katkıda bulunduğu da görülür. Örneğin, yaratıcılık tasarım aşamasında bir yeniliğin pazarlanabilecek özelliklerinin geliştirilmesine katkı sağlayabileceği gibi diğer yandan yeniliğin benimseme sürecinde ortaya çıkabilecek, sorunların çözülmesine de hizmet edebilir (Ford, 1996: 1113).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME

Örgütsel özdeşleşme sürecini araştıran çalışmaların temel dayanak noktası, Sosyal Kimlik Teorisine dayanmaktadır. Sosyal Kimlik Teorisi; insanların kendilerini ve diğerlerini farklı sosyal kategorilere ait olarak algılamaları üzerine kuruludur. Bu algılar insanlara, milliyet, ırk, din, mezhep, cinsiyet gibi sosyal ve demografik gruplara göre çeşitli sınıflandırmalar yaparak kendilerini tanımlamalarına olanak sağlamaktadır (Foreman ve Whetten, 2002: 619). Özdeşleşme kimlik ile ortaya çıkan bir süreçtir (Scott, Corman ve Cheney, 1998: 304), kimliklerimizi daha büyük varlıklara bağlamaya yönelik sahip olduğumuz güçlü bir insan eğilimidir (Meal 2001: 2). Dolayısıyla örgütsel özdeşleşmeye geçmeden önce örgütsel kimlik kavramının anlaşılması gerekmektedir. Bu çalışmada kimlik, özdeşleşmenin bir öncülü olarak değerlendirilmekte ve örgütsel kimlik ile örgütsel özdeşleşme ilişkisine ayrı ayrı başlıklar altında yer verilmektedir.

1. ÖRGÜTSEL KİMLİK

Sosyal kimlik teorisine göre insanlar kendilerini ve başkalarını bir örgüte üyelik noktasında, (cinsiyet, yaş, dini görüş ve benzeri) çeşitli sosyal kategorilere ayırarak sınıflandırma eğilimindedirler (Tajfel ve Turner, 1985: 281). Bu noktada, sosyal sınıflandırma iki önemli işlevi yerine getirmektedir. Sosyal sınıflandırmanın birinci işlevi; kişinin içinde bulunduğu sosyal çevresini bilişsel olarak parçalara ayırır ve düzenler, böylece bireye diğerleri hakkında tanımlama yapmasının sistematik olarak bir yolunu açar. Sosyal sınıflandırmanın ikinci işlevi ise, bireyin sosyal ortamda bulunmasına veya kendisini tanımlayabilmesine imkân sağlar (Ashforth ve Meal, 1989: 20-21).

Ashforth ve Meal (1992: 104-105), yapmış oldukları çalışmalarında, Tolman'ın (1943) sosyal kimliğin, kişinin sınıflandırdığı bir gruba karşı duyduğu aidiyet algısı olduğuna, bireyin, kendisini konumlandığı grubun gerçek veya sembolik bir üyesi olarak (Ben bir erkeğim, Öğrenciyim gibi) tanımladığına vurgu yaptığını belirtmektedirler. Araştırmacılar, toplumsal kimlik belirleme ile bireyin, grubun kaderiyle psikolojik olarak iç içe geçtiğini, ortak bir kader anlayışı paylaştığını, grubun başarı ya da başarısızlıklarını birlikte yaşadığını algıladıklarını, dolayısıyla örgütsel kimliğin, kişinin bir örgüte karşı aidiyeti noktasında, kendisini tanımladığı belirli bir sosyal kimlik edinme şekli olduğunu belirtmektedirler.

Sosyal kimlik, insanların kendi algıları ile ait olduklarını hissettikleri sosyal kategorilerden türeyen kişisel bakış açılarını içermektedir (Tajfel ve Turner, 1985: 281). Bu noktada sosyal kimlikler, insanları (örneğin cinsiyet, yaş, din, etnik yapı, vb.) çeşitli şekillerde sınıflandırmak için kullanılabilecek sosyo-demografik grupların listesinden daha fazlasını kapsamaktadır. Sosyal kimlikler görecelidir. İnsanların, kendilerini psikolojik olarak anlamlı bir şekilde tanımlamaları, bireysel olarak algıladıkları ölçüde farklılık gösterir. Diğer bir deyişle sosyal kimlikler, kişisel tanımlamalarımızın merkezinde yer alırlar. Sosyal kimliklerin işlevleri ve anlamları zaman içinde değişebilir (Haslam, Jetten ve Haslam, 2009: 6).

Örgütsel kimliğin ne olduğunun daha iyi anlaşılması için kimliğin ne olduğunu anlamamız gerekmektedir. Kimlik "ben kimim?" sorusuna kişinin verebileceği bireysel cevabın içeriğini oluştururken, örgütsel kimlik ise "biz kimiz?" sorusuna verilecek cevabın içeriğini kapsamaktadır (Ashforth, Harrison ve Corley, 2008: 327). Örgütsel kimlik, kişinin kendisini belirli bir organizasyona üyeliği açısından tanımladığı belirli bir sosyal kimlik edinme şeklidir (Ashforth ve Meal, 1992: 105).

Bu noktada Van Dick ve arkadaşlarına göre sosyal kimliğin ayırt edici üç boyuttan oluştuğu vurgulanmaktadır. Söz konusu bu boyutlar;

- 1) Bilişsel boyut; bir gruba ait olma bilgisi,
- 2) Duygusal boyut; ait olduğunu hissettiği gruba karşı duyduğu duygusal bir bağlılık,
- 3) Değerlendirme boyutu; grup hakkında içerden veya dışarıdan algılanan çağrışımlardır (Van Dick vd., 2004: 173). Sosyal kimliğin bu boyutlarına ilaveten bazı araştırmacılar yapmış oldukları çalışmalarında, grubun faaliyetlerine katılım, giyim tarzı, yeme alışkanlıkları gibi kimliğin davranışsal boyutunu oluşturan dördüncü boyutuna da (Yayak, 2018: 778) yer vermişlerdir.

Örgütsel kimlik hakkında evrensel bir biçimde kabul edilmiş tek bir tanımdan söz etmek mümkün değildir. Genel manada örgütsel kimlik hakkında kabul edilen bazı tanımlar incelendiğinde; örgütsel kimlik, örgüt üyelerinin toplu olarak paylaştıkları inançlar kümesi (Dutton, Dukerich ve Harquail, 1994: 239-263), örgüt üyelerinin, örgüte yönelik merkezi ve kalıcı olarak algıladıkları özelliklerin toplu olarak anlaşılması ve örgütü diğer örgütlerden farklı kılan özellikler üzerinde ortak bir anlayış sağlanması (Albert ve Whetten, 1985), bireyde insan topluluklarına karşı oluşan birlik ya da aidiyet algısı (Ashforth ve Meal, 1989:

34), kişinin, kendi örgütü hakkında sahip olduğu inançları (Pratt, 1998: 172) şeklinde yapılan tanımların örgütsel kimliğin açıklanması noktasında sıklıkla yapılan tanımlar olduğu görülmektedir.

1.1. Sosyal Kimlik Teorisi (Social Identity Theory, SIT)

İnsanlar kendilerini gruplara ayırma ve kendi grubunu diğer gruplardan üstün olarak algılama eğilimi içerisinde oldukları. İnsanların gruplar arası karşılaştırma yaparak ait oldukları grubu diğer gruplardan üstün görmelerinin nedeni, olumlu bir öz değerlendirme yapmaları konusunda sahip oldukları güdüleridir. İnsanlar bu öz değerlendirmelere, diğer gruplardan üstün olarak algıladıkları kendi gruplarıyla özdeşleşerek ulaşırlar. Özdeşleşme noktasında karşımıza sosyal kimlik kavramı çıkar. Bu konuda yapılan yeni ve kapsamlı çalışmalarda, kavramın tanımlanmasında ve süreçlerin açıklanmasında Sosyal Kimlik Kuramının önemli bir rol oynadığı görülmektedir (Demirtaş, 2003: 124).

Örgütsel kimlik algısı köken olarak sosyal kimlik teorisine (SIT) dayanır. Bu anlayışta, bir tarafta kişinin üyesi olduğu grup tarafından oluşan, sosyal kimliğin belirlediği arkadaşlık ve paylaşım duygusu gibi davranışlar yer alırken, diğer taraftan kişiyi başkalarından farklı kılan kendine has özellikleri ve bireysel kimliğinden kaynaklanan ben odaklı davranışları yer almaktadır (Hogg, 1997: 93-114).

Sosyal kimlik teorisine göre benlik kavramı, kişinin kendine özgü olan bireysel özelliklerini (bedensel özellikleri, kişisel yetenekleri, psikolojik özellikleri, hobileri. vb.) kapsayan kişisel bir kimliğe ve güçlü grup sınıflandırmalarını içeren sosyal bir kimliğe sahip olmasıdır. Dolayısıyla sosyal kimlik edinme, bireyde insan topluluklarına karşı oluşan birlik ya da aidiyet algısıdır. Örneğin, bir kadın kendisi hakkında bir grup ya da gruplar şeklinde bir tanımlama yapabilir (ben bir kadınıym; ben Amerikalıyım), kişi kendisini grup ya da grupların gerçek veya sembolik bir üyesi olarak görebilir ve ait olduğu grubun kaderini kendi kaderi gibi algılayabilir. Bu anlamda sosyal tanımlama, kişinin ben kimim sorusuna kısmen de olsa cevap verebilmektedir (Ashforth ve Meal, 1989: 20-21).

1.2. Sosyal Kategori Teorisi (Social Category Theory, SCT)

Kendi kendini kategorize etme teorisi Turner ve arkadaşlarının sosyal kimlik teorisine dayalı olarak gelişmiştir Sosyal kimlik teorisi, grup üyeliğinin benlik kavramında etkili olduğu üç süreci tanımlamaktadır. Birinci süreç, sosyal kategorilere ayırmaktır. Kişi, kendini ve diğerlerini çeşitli sınıflara ayırmak, gruplar arasındaki sınırları netleştirecek ve böylece

sosyal davranışları şekillendirecektir. İkinci süreç, sosyal kimliktir. Bireyler sosyal sınıflandırma neticesinde sosyal çevresindeki konumunu tanımlarlar. Bireyin kendisi hakkında yaptığı tanım, grubuna karşı üyeliği konusunda verdiği değer ile bulunduğu konumundan ürettiği tanımları kişinin sosyal kimliğini oluşturur. Üçüncü süreç ise sosyal karşılaştırmadır. Sosyal kimlik teorisi, insanların bulundukları konumlarının iyi ya da kötü olduğunun anlaşılması noktasında kendilerini ve gruplarını diğerleriyle sosyal karşılaştırma yaparak belirlediklerini vurgular (Peterson, 2007: 2).

Kendi kendini kategorize etme kuramı, sosyal sınıflandırma sürecinin işleyişini grup davranışlarının bilişsel temeli olarak ele alır. Kişi kendini ve diğerlerini grup içi ya da grup dışı sosyal sınıflara ayırırken, kıstas olarak grup içi ya da grup dışı prototipe uygun olan benzerlikler olduğuna vurgu yapar. Yani kişi, grubu tanımlayan özellikleri bilişsel olarak algılar ve algılamalar sonucunda sınıflara ayırır. Kişi, kendini kategorileştirme sürecinde bilişsel olarak kendini yerleştirdiği grubun prototipine uygun olan özellikleri özümser. Böylece kendi kendine kavramına karşı duyarsızlaşır. Benliğin bu dönüşümü grup oluşumlarının altında yatan bir süreçtir. Burada ki duyarsızlaşma kendini kavramsallaştırmadır. Bu kavramsallaştırma başkalarının algılayışlarının temelini oluşturur (Hogg ve Terry, 2000: 123). Bu noktada sergilediğimiz tutumlarımızın çoğu olmasa bile, önemli bir kısmı kendimizi tanımladığımız grupları yansıtır ve hatta tanımlar (Smith ve Hogg, 2008: 2).

Kendi kendini kategorize etme teorisi aynı zamanda sosyal kimliğin önemine de vurgu yapar. Sosyal sınıflandırma, belirli bir kategorinin ulaşılabilceği düzeyi ve bu kategori ile gerçeklik arasındaki uygunluğu esas almaktadır. Örneğin, bir kişi bireysel düzeyde bir başkasını kategorize ediyorsa o zaman kişiyi diğerinden ayıran özelliklere odaklanabilmektedir. Grup düzeyinde kategorize yapıyorsa grubu diğer gruplardan ayıran en belirgin özellikleri esas alarak değerlendirme yapabilmektedir (Peterson, 2007: 3). Bir grubun belirli bir alanda diğer gruplara oranla algılanan bir üstünlüğü, gruplar arası pozitif karşılaştırmalar yapmak suretiyle belirlenmektedir. Grubun pozitif yönde bir üstünlüğü, üyelerinin benlik saygısını, refahını ve zihinsel açıdan sağlığını arttıracak yönelimde olmasını gerektirmektedir (Haslam vd., 2009: 5-6).

1.3. Sosyal Kimliğin Özdeşleşme Üzerindeki Etkisi

Ashforth ve Mael (1989: 25-26) sosyal kimlik teorisinin, örgütler için birbiriyle ilişkili üç genel öneri sunduğunu ve bu önerilerin örgütsel özdeşleşme üzerinde etkili olabileceğini vurgularlar.

- Bunlardan birincisi; insanlar, sahip oldukları kimliklerinin belirgin olan yönleriyle uyumlu faaliyetleri tercih etme yönelimindedirler. Kimlikleriyle uyumlu faaliyet gösteren örgütleri desteklerler.
- İkincisi; kimlik belirleme aynı zamanda çalışanların, grup değerlerinin, normlarının ve homojenliğin tutum ve davranışlarında içselleştirmelerine ve bunlara bağlı kalmasına neden olur.
- Üçüncüsü; sosyal kimlik, grubun farklılığı, imajı, dış gruplarla rekabeti ve geleneksel sebepler de dâhil olmak üzere, kimliğin belirlenmesinde etkili olan öncülleri güçlendirir. Kişisel olarak birey grupla özdeşleştikçe, grup içi değerleri benimser ve uygulamaları daha canlı hale gelir. Grup benzersiz, farklı ve ayırt edici olarak algılanır.

Özdeşleşmeye dayalı olarak uygunluk ile ilişkilendirilen sosyal etki süreci, grubun kurallarına uygun davranışlar edinmenin üç aşamada geliştiğini vurgulamaktadır. Birinci aşamada: insanlar bir grubun üyesi olarak sınıflandırılır ve tanımlanır. İkinci aşamada: gruba özgün prototipik özellikler, mevcut bilgilerden ve yapılan sosyal karşılaştırmalardan elde edilir. Diğer bir ifadeyle başkalarının grubu ifade ettiği tanımladığı tutumlar oluşturulur. Üçüncü ve son aşamada ise grup üyeleri grubun prototipik özelliklerini benimser ve bu prototipik özellikler grup üyesinin kendi davranışlarına rehberlik eder. Kurallar belirlendikten sonra kendi kendini kategorize etme, tutumlar üzerinde normatif davranışlar üretir. Bu referans bilgi etkisi sürecinde grup üyeleri, grup hakkında ve gruba yönelik uygun davranışlar hakkında bilgi edinirler (Smith ve Hogg, 2008: 8-9).

Bir örgütün kimliği, örgüt üyelerinin toplu olarak paylaştıkları inançlar kümesini oluştururken algılanan örgütsel kimlik, bireysel olarak örgüt üyelerinin inançlarını oluşturur. Örgütler üyelerini ortak bir görüş doğrultusunda sınırlı bir şekilde sosyalleştirdikleri için, algılanan örgütsel kimlik, örgütün ortak kimliğinden farklılıklar gösterebilir. Algılanan örgütsel kimlik, bir üyenin örgütün kendine özgü, merkezi ve kalıcı nitelikleri hakkındaki inançlarını yansıtır ve üyelerinin örgütleriyle özdeşleşme derecesini etkileyen güçlü bir bağ

işlevi görür (Dutton vd., 1994: 239-263). Bireyin kendi öz kavramı ve algıladığı örgütsel kimliği güçlü ve benzer olduğunda, bilişsel ve duygusal olarak kendini daha iyi ifade ederek, hedefe yönelik davranışlar gösterecektir (Boutwell, 2003: 3).

Örgütsel özdeşleşme, örgütün kimliği ve örgüt üyesinin öz kavramı arasındaki olumlu ilişkilerle güçlenir. Diğer bir deyişle, örgütü sosyal bir grup olarak tanımlayan kavram, aynı zamanda kendi örgütleriyle güçlü bir şekilde özdeşleşen, örgüt üyeleri için öz kavramlarını da tanımlar. Örgütsel kimlik ile benlik kavramı arasındaki bu pozitif uyumlu olan ilişki, örgüt üyelerinin, kimliklerini de güçlendirmektedir. Güçlü örgütsel özdeşleşme, çalışanlarda, bağlılık, devamlılık ve sadakat gibi davranışsal tutumlara yol açabilmektedir (Boutwell, 2003: 2 - 3).

2. ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME

Özdeşleşme (identification), sözlük anlamına göre; 1). Bir nesne ya da kişinin bir kümenin tüm özelliklerini özümlemesi veya onunla bütünleşmesi. 2). Bireyin başkalarıyla kişilik kaynaşması gerçekleştirecek ölçüde onların yaşantılarına ve duygularına katılması süreci. 3). Bireyin bu yolla kendi kimliğini tanıması ve tanımlaması süreci. 4). *Sinema* seyircisinin kendini bir yıldızla, bir film kahramanı ile bir tutup, onun başından geçenleri sanki kendi yaşıyormuş gibi bir hisse kapılması (kelimeler.gen.tr/) olarak tanımlanmaktadır.

Örgütler açısından, bireyin örgütüyle özdeşleşmesi ele alındığında, bu noktada örgütsel özdeşleşmeye dair kavramsal olarak ilgili alanyazında heterojen bir çoğunluk olduğu görülmektedir. Örgütsel özdeşleşmeye yönelik yapılan açıklamaları genel olarak aşağıda yer aldığı gibi sıralamak mümkündür.

- Örgütsel özdeşleşme, birçok değişim unsurunu bünyesinde barındıran sürekli bir gelişme sürecidir (Cheney, 1983: 342).
- Örgüte yönelik algılanan birliktelik duygusu ve örgütün başarı ya da başarısızlıklarını kendi başarı ya da başarısızlığı gibi tanımlamaktır (Ashforth ve Meal, 1992: 103).
- Kişinin kendi öz kavramının örgütünü tanımlarken kullandığı kavramların çoğuna sahip olduğuna inanmasıdır (Dutton, vd., 1994: 239 - 240).
- Kimliklerimizi daha büyük varlıklara bağlamaya yönelik sahip olduğumuz güçlü bir insan eğilimidir (Mael, 2001: 2).

- Örgütsel özdeşleşme, bireyin örgütüyle arasındaki psikolojik bağıdır (Reade, 2010: 1269).
- Örgüt üyesinin, bilişsel olarak kendini, örgütün bir parçası olarak hissetmesi ve örgütün değerlerini içselleştirmesi ya da duygusal olarak örgütüne karşı üyeliğinden gurur duyması, bilişsel ve duygusal olarak örgütü ile arasında bir bağ kurmasıdır (Riketta, 2005: 361).
- Bireyin kendisini kurumu ile bütünleştirmesi ve kurumda bulunmaktan, kurumun bir üyesi olmaktan gurur duymasıdır (Zencirkıran ve Keser, 2018: 293).

Yapılan tanımlar doğrultusunda örgütsel özdeşleşme kısaca, bireyin, örgütüne karşı duyduğu birliktelik duygusu, örgütün değerlerini içselleştirmesi ve örgütün bir üyesi olmaktan gurur duyması olarak ifade edilebilir.

Örgütsel kimlik, sosyal kimliğin kendine özgü olan özel bir biçimidir. Sigmund Freud'un 1922' de dar anlamda "bir başkasıyla kurulan duygusal anlamda bir bağ" olarak tanımladığı bu kavramı, Lasswel (1965), büyük ölçüde milliyetçilik gibi kitlesel özdeşleşmelere odaklanarak daha geniş bir anlamda değerlendirmiştir. Patchen' in 1970' de üç bileşenden oluşan kimlik kuramı teorisi, Cheney'nin (1983) Örgütsel Kimlik Anketi'nin geliştirilmesine yol açan benzerlik, üyelik ve sadakat bileşenleriydi. Söz konusu bu boyutları ölçmek için geliştirilen, örgütsel kimlik soruları; (1) kişinin bir örgüte üye olmasının bağlılık, aidiyet ve gurur duyma duygularını, (2) örgüte karşı bağlılık ve örgütün amaçlarına ulaşması noktasında destek olmalarını, (3) örgüte mensup olanlar ile örgüt arasında ortak değer ve hedeflerin benzer olduğunun algılanmasını kapsadığı görülmektedir (Akt. Gautam vd., 2004: 301-315).

3. ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME VE ÖRGÜTSEL KİMLİK İLİŞKİSİ

Scott, Corman ve Cheney yapmış oldukları çalışmalarında kimliğin, bir örgütün üyesi tarafından çizilebilecek bir takım kural ve kaynaklardan oluştuğunu, özdeşleşmenin ise kim olduğumuzu belirlemeye yardımcı olduğunu ve aynı zamanda başkalarıyla etkileşime girmemiz için gerekli olan kaynakları sağladığını belirtmektedirler (Scott vd., 1998: 304-305).

Örgütsel özdeşleşmenin temelinde, sosyal kimlik kuramı yer alır. Sosyal kimlik kuramı; insanların kendilerini ve diğerlerini farklı sosyal kategorilere ait olarak algılamaları esasına dayanmaktadır. İnsanlar milliyet, ırk, din, mezhep, cinsiyet gibi sosyal ve

demografik gruplara göre çeşitli sınıflandırmalar yapmaktadırlar (Foreman ve Whetten, 2002: 619). Bu kategoriler, taşıdıkları kendine özgü olan özellikleri ile insanların kendilerini tanımlayabilmelerinde etkili olmaktadır (Balcı vd., 2012: 51). Özdeşleşme, kimliklerimizi daha büyük varlıklara bağlamaya yönelik sahip olduğumuz güçlü bir insan eğilimidir. Bir grup, örgüt, ülke ya da bir hareketle özdeşleştirmeye inandığımızda, bağlı olduğumuz kuruluşun gerçekleştirdiği faaliyetlerin bizi yansıttığına ve bizimde yaptığımız faaliyetlerimizin kuruluşa yansıdığına inanırız (Mael, 2001: 2).

Özdeşleşme, kişinin diğerlerine veya örgütüne karşı kendini sosyal yaşamdaki ögelere bağladığı devam eden aktif bir süreçtir. Bu noktada kimliğin bize sağladığı önemli katkılar vardır; bize düşüncelerimizi düzenlememizde, deneyimlerimizi doğru bir şekilde yorumlamamızda, verdiğimiz kararlarımızda ve benliğimizi desteklememizde yardımcı olurlar (Cheney, 1983: 342). Özdeşleşme, kimliklerin üzerine inşa edildiği için bize rehberlik eden dinamik sosyal süreçleri temsil eder. Bu dinamik sosyal süreç, bireyin bazı hedeflere bağlantısını gösteren açıkça ya da dolaylı olarak sosyal ortamlarda tezahür eden davranışlarını içerir (Scott vd., 1998: 306).

Kimlik ve özdeşleşme, yapısal bakış açısına göre birbiriyle ilişkili olan kavramlardır. Yapılar ve sistemler birbirini işaret eder, bu açıdan değerlendirilirse asıl vurgulanması gereken nokta aralarındaki ikililiktir. Kimlik ve ikililik, kimliğin sağladığı kaynaklar ile bizim özdeşleşme tanımlarımız arasında var olan bağlantıları anlamamızı sağlar. Kimlik tanımlaması, kimliklerin onaylanmasını da içerdiği için kimliklerin yeniden üretilmesine, bölgeselleştirilmesine ve bütünleştirilmesine aracılık eder (Scott, vd., 1998: 306).

Kimlik ve özdeşleşme, güçlü yapılardır. Bu yapılar sahip oldukları gücün bir kısmını yerleşik bir kimlik duygusuna duyulan ihtiyaçtan alırken; bir kuruluş, grup veya kişi olsun, her bireyin veya örgütün "ben kimim?" ya da "biz kimiz?" sorusuna verilecek bir ön cevaba ihtiyacı vardır. Bu noktada kimlikler örgütleri, grupları, kişi ya da kişileri belirli sınıflara yerleştirir. Kimlik ve özdeşleşme sahip olduğu gücün diğer bir kısmını da, bu yapıların sahip oldukları bütünleyici ve üretken kapasitelerinden almaktadırlar (Albert, Ashforth ve Dutton, 2000: 13).

Scott, Corman ve Cheney (1998: 304), yapmış oldukları çalışmalarında, kimliğin, inanç, tutum, davranış, varsayım, alışkanlıklar gibi kurallardan oluştuğunu ve her kimliğin, bizim için nelerin önemli olduğunu, kim olduğumuz ve nasıl davranmamız gerektiği ile ilgili

kuralları barındıran bir yapı olduğunu vurgularlar. Örneğin, bir öğretmen, öğretmenlik mesleğine ait olmanın sosyal kategori içerisinde ne gibi anlamlar taşıdığına dair bazı varsayımları, değerleri ve inançları taşır.

Bir örgütün sahip olduğu kimliği, üyelerin paylaştığı inançlar kümesini temsil ederken, algılanan örgütsel kimlik ise üyelerin bireysel olarak inançlarını ifade eder. Örgütler üyelerini ortak bir görüş doğrultusunda sınırlı bir biçimde sosyalleştirdikleri için, algılanan örgüt kimliği, kuruluşun ortak kimliğinden farklılık gösterebilir. Algılanan örgütsel kimlik, bir üyenin örgütün kendine özgü, merkezi ve kalıcı nitelikleri hakkındaki inançlarını yansıtır. Algılanan örgütsel kimliğin bireyin kimlik seviyesini ne derece etkilediği ise bu görüntünün kişisel olarak çekiciliğine bağlıdır (Dutton, Dukerich ve Harquail, 1994: 243-244). Örgütsel görüntü iki kilit noktada insanların örgütleriyle özdeşleşmelerinin gücünü etkilemektedir. Bu iki kilit nokta; çalışanların örgütün kimliğine ilişkin algıları ve örgütün dış görüntüsünün çekiciliğidir. Örgütsel kimlik, çalışanların "örgüt neyi temsil ediyor?" sorusuna cevap verebilmelerine yardım yardımcı olur. Çalışanlar bu merkezi, kalıcı ve farklı özellikleri düşündüklerinde, algılanan bir örgütsel kimlik oluştururlar. Algılanan örgütsel kimlik, kişisel düzeyde oluşan bir yapıdır ve üyelerinin her biri açısından anlaşıldığı şekilde organizasyonun kimliğini tanımlar. Algılanan bir örgütsel kimlik, kendine özgü olan üç prensibi gerçekleştirdiği takdirde bireye çekici gelir. Bunlar; süreklilik, özgünlük ve kendini geliştirmedir. İkinci bir kilit nokta olan örgütün dış görüntüsünün de örgütsel özdeşleşmenin gücünü etkileyeceği belirtilmektedir (Dukerich, Golden ve Shortell, 2002: 507-533).

Bireyler, örgütlerini tanımlarken kullandıkları kavramları, kendilerini tanımlarken kullandıkları kavramlara ilave ettiklerinde örgütleriyle bağlanmış olurlar. Üyelerin kendi öz kavramı, insanların sosyal anlamda nasıl davrandıklarını ve neler hissettiklerini araştıran yorumlayıcı bir yapıdır. Kişinin kendi kavramı, cinsiyet, ırk ya da meslek gibi farklı sosyal gruplara dayalı üyelikten gelişen farklı kimliklerden oluşabilir. Kişi, bir organizasyon üyesi olarak, örgütün sahip olduğu kimliği alternatif kimliklerden daha belirgin bir şekilde algıladığında ve kişinin kendi öz kavramının örgütünü tanımlarken kullandığı kavramların çoğuna sahip olduğuna inandığında örgüt ile güçlü bir şekilde özdeşleşmiş olur (Dutton vd., 1994; 239-240).

Riketta ve arkadaşları (2006: 85-86) yapmış oldukları çalışmalarında, üyelerin örgütlerine bağlanmalarının (duygusal ve hesaplanmış), katılım ve özdeşleşmeleri de dâhil

olmak üzere birbirinden farklı olan, çeşitli konseptler ile kavramsallaştırıldığını belirtmektedirler. Araştırmacılar tanımlamanın, örgütün bir üyesi olarak kişinin kendine özgü olan algılarının, genel benlik kavramına yerleştirilmesiyle oluştuğunu, yerleşik ve derin yapı tanımlaması şeklinde iki ayrı formdan oluşan karmaşık bir kavram olduğunu belirtmektedirler. Bu noktada durumsal tanımlamanın, insanların kişisel ortak ilgi alanlarına yönelik durumsal ipuçları algıladıklarında ortaya çıktığını ve sadece devam ettiği müddetçe sürdürüldüğünü vurgulamaktadırlar. İstihdam ilişkisinde, öz-kavram örgütün bireyi kendi bünyesine katması için sahip olduğu algıyı değiştirdiğinde (örneğin, x örgütünde yönetici olmayı istemek, kişinin öz-kavramının bir parçasını oluşturduğunda) ortaya çıktığını, bu durumda derin yapı tanımlamasının ise işyeri ve kendisi hakkında rol, zaman ve durum arasında daha geniş bir benlik kavramıyla uyum sağlayan kendi kendine kavramının yönlerini tespit etmek için kullanıldığını belirtmektedirler.

4. ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMENİN BOYUTLARI

Örgütsel özdeşleşmenin boyutlarının ele alındığı çalışmalarda, farklı bakış açılarıyla örgütsel özdeşleşmenin boyutlarının değerlendirildiği ve bu konuda heterojen bir çoğunluk olduğu görülmektedir.

Brown (1969: 346-347), yapmış olduğu çalışmada özdeşleşme kavramının; (1) üyelik kavramını içerdiğini, (2) bireyin mevcut pozisyonunu yansıttığını, (3) performans, çalışma motivasyonu, bireysel katkı ve diğer ilgili sonuçlara yönelik öngörüler sağlayan özel bir öngörme potansiyeline sahip olduğunu, (4) ve motivasyon ile ilgili faktörleri içerdiğini belirtmektedir.

Örgütsel özdeşleşmeye dair yapılan açıklamaların odağında, örgütsel özdeşleşmenin, örgüt üyesinin bilişsel olarak kendini, örgütün bir parçası olarak hissetmesi ve örgütün değerlerini içselleştirmesi ya da duygusal olarak örgütüne karşı hissettiği üyelikten gurur duyması, bilişsel ve duygusal olarak örgütü ile arasında bir bağ kurması şeklinde tanımlanmaktadır (Riketta, 2005: 361).

İnsanlar bir kuruma yönelik güçlü bir kimlik algısı oluşturduklarında, ya da kendilerini bir kurum ile özdeşleştirdiklerine inandıklarında, bu kurumun var olan tutum ve inançları, bireyin sahip olduğu tutum, inanç ve davranışları üzerinde de etki oluşturmaktadır (Ertürk, 2003: 149).

Örgütsel özdeşleşmenin farklı boyutlarıyla ele alındığı başka çalışmalar da görmek mümkündür. Ancak genel manada örgütsel özdeşleşme, Cheney'nin 1983'de Örgütsel özdeşleşme ölçeğini geliştirirken kullandığı benzerlik, üyelik ve sadakat bileşenleri gibi bileşenler ile ele alındığından, bu boyutlar üzerinde odaklanılacaktır.

4.1. Örgütsel Özdeşleşme Bağlamında Aidiyet

Kelime anlamı, ait olmak ya da mensubiyet hali olarak da açıklanan aidiyet kavramı, bir katılım çabasının tezahürüdür. Aidiyet, kişi ve toplum arasında kurulan bağın bir ifadesidir. İnsanları benzer kategorilerde tanımlamamıza yardımcı olan bir unsurdur. Bilinçli (meslek, eğitim, vb.) veya bilinçsiz (ırk, aile, vb.) bir şekilde oluşan ve değişiklik arz eden bir durumdur. Doğum ile başlayan mensubiyet, kişinin yaşadığı ve geliştiği çevrenin bilişsel, duyuşsal ve sosyal öğrenme yoluyla benliğine yerleştirmesi ve o çevreyle özdeşleşmesi şeklinde sürüp gitmektedir (Keskin ve Pakdemirli, 2016: 2580).

Örgütsel özdeşleşme bağlamında bireyin bir örgüte ya da bir gruba karşı üyeliği ve bu üyeliğin bireyin algılarında örgütüne ya da grubuna karşı oluşan bir aidiyet (mensubiyet) hissi örgütsel kimlik ve örgütsel özdeşleşme hakkında yapılan çalışmalarda oldukça sık yer almaktadır. Tajfel'e göre, kişinin benlik algısının sosyal bir grup ya da gruplara üyeliği hakkında sahip olduğu bilgisinden ve söz konusu bu üyeliğe verdiği değer ve duygusal anlamdan kaynaklanan kişinin bir parçasıdır (Tajfel, 1982: 2). Örgüt ile birey arasındaki değerlerinin örtüşmesi veya bireyin örgütün bir parçası olması ya da kendini örgütüne ait olarak hissetmesi (Ashforth ve Mael, 1989: 34), örgütüne karşı algıladığı birlikteliğin ötesinde örgütün başarı ya da başarısızlığını kendine ait başarı ya da başarısızlık olarak tanımlamasıdır (Ashforth ve Meal, 1992: 103).

Aidiyet sosyal kimlik açısından ele alındığında, özdeşleşme, daha ziyade aidiyet sağlanması amaçlanan grubun özelliklerinin benimsenmesi ve gruba karşı aidiyet algısının kişinin zihninde yer etmesiyle oluşmaktadır. Ayrıca bu duruma bağlı olarak kişi, kendi grubunu diğer gruplarla kıyaslayabilmektedir (Coşkun ve Afşar, 2016: 36). Aidiyet kavramı bu noktada iki farklı bakış açısı ile değerlendirilmektedir. Bu bakış açılarından ilki davranışsal aidiyettir. Davranışsal aidiyet, çalışanların, örgütün bir parçası olarak gereken davranışları sergilemelerini ifade eder. İkinci bakış açısı ise tutumsal aidiyettir. Tutumsal aidiyet ise çalışanların örgüt ile ilişkilerine yönelik algılarını, örgütün hedef ve değerlerine olan bağlılıklarını ifade eder (Meyer ve Allen, 1991: 62).

4.2. Örgütsel Özdeşleşme Bağlamında Benzerlik

Chatman'a göre kişi ile örgüt arasındaki uyum, örgütün değerleri ve kuralları ile çalışanın değerleri arasındaki uyuma ya da örtüşmedir (Chatman, 1989: 339). Bu noktada bireylerin bir kuruma dâhil olabilmesinin, kuruluşun önemli özelliklerinin bireyin özellikleriyle uyumlu olduğunu algılanmasıyla ilgili olduğu varsayılmaktadır (Brown, 1969: 346).

Bireyler üyesi oldukları sosyal grupları da dikkate alarak kendilerini değerlendirir, tanımlar ve sınıflandırmalar yaparlar (Turner, 1987: 30). Bireyler yapmış oldukları bu sınıflandırmalar neticesinde kendilerini yerleştirdikleri gruplarla özdeşleşirler. Bireylerin bir grupla özdeşleşmeleri sonucunda sosyal kimlikleri şekillenir (Demirtaş, 2003: 130). Örgütsel özdeşleşme çalışanlar açısından bireysel ve örgütsel değerlerin benzeşmesi ve çalışanın örgüte karşı aidiyet algısının oluşması ya da çalışanın kendini tanımlarken örgütün bir üyesiymiş gibi algıladığı bir süreçtir (Riketta, 2005: 360).

Örgütsel kimlik algısı, kişinin mensubu olduğu örgüte yönelik tanımladığı kavramlar doğrultusunda kendisini ne kadar ifade edebileceğinin bir göstergesidir. Başka bir ifadeyle, kişinin kendisine ve örgüte karşı yaptığı tanımlar arasında oluşan benzerliğin bir derecesidir (Dutton vd., 1994: 239). İnsanlar bir kuruma yönelik güçlü bir kimlik algısı oluşturduklarında, ya da kendilerini bir kurum ile özdeşleştirdiklerine inandıklarında, bu kurumun var olan tutum ve inançları, bireyin sahip olduğu tutum, inanç ve davranışları üzerinde de etki oluşturmaktadır (Ertürk, 2003: 149).

4.3. Örgütsel Özdeşleşme Bağlamında Bağlılık

Örgütsel bağlılık, bir bireyin örgütün amaç ve değerlerini kabullenmesi, örgütün amaçlarına ulaşabilmesi için gayret göstermesi ve örgüte karşı üyeliğini sürdürme isteğidir (Durna ve Eren, 2005: 211). Kısaca örgütsel bağlılık, bireylerin örgütlerine karşı sadakat tutumu ve örgütün başarılı olabilmesi adına çaba sarf etmesidir (Doğan ve Kılıç, 2007: 39).

Örgütsel bağlılık hakkında yapılan tanımlar incelendiğinde genellikle davranışsal ve tutumsal (duygusal) bağlılık olmak üzere iki temel yaklaşım altında toplandığı görülmektedir. Gautam ve arkadaşlarına göre, tutumsal bağlılık, bireylerin örgütleriyle olan ilişkileri hakkında düşünmeye başladıkları süreçler üzerine odaklanır (Gautam vd., 2004: 304). Bu konuda tutumsal yaklaşım araştırmaları, büyük oranda, bağlılığın gelişmesinde etkili olan koşulların belirlenmesi ve bağlılığın davranışsal sonuçlarına yönelik çalışmaları

içerir. Davranışsal bağlılık ise, bir davranışın sergilenmesi, tekrar edilmesi için gerekli olan koşulları ve bu tür davranışların tutum değişikliği üzerindeki etkilerine odaklanmıştır (Meyer ve Allen, 1991: 61).

Örgütsel bağlılıkla ilgili yapılan çalışmalarda genel olarak kullanılan bağlılık modelleri Mowday ve arkadaşlarının (1979), O'Reilly ve Chatman (1986)'ın ve Allen ve Meyer (1990)'ın modelleridir. Mowday vd. (1979) örgütsel bağlılık modelini; Bireyin kuruluşun amaç ve değerlerine güçlü bir şekilde inanması ve kabullenmesi, kuruluşun amaç ve hedeflerine ulaşması noktasında çaba sarf etmesi ve kuruluşa karşı üyeliğini sağlama açısından güçlü bir istek duyması boyutlarıyla ele almışlardır (Mowday, Steers ve Porter, 1979: 226). O'Reilly ve Chatman'ın (1996) geliştirdikleri modelde örgütsel bağlılık, uyum, özdeşleşme ve içselleştirme olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Uyum; dışsal ödüller için uygunluk. Örgüt üyeliğine dayalı kimlik belirleme. Kişisel ve örgütsel değerlerde uyum sağlamayı esas alan özümsemedir (O'Reilly ve Chatman, 1996: 493). Meyer ve Allen' in (1991), örgütsel bağlılık modelinde ise örgütsel bağlılığın psikolojik bir durum olarak üç boyuttan oluştuğu görülmektedir. Söz konusu bu boyutlar; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılıktan oluşmaktadır (Meyer ve Allen, 1991: 61).

Örgütsel bağlılık hakkında farklı ve birçok tanım olsa da genel manada üç önemli noktaya değindiği görülmektedir. Bunlar; bir örgüte duygusal anlamda bağlılık, örgütten ayrılmayla ilgili algılanan olası maliyetler ve örgütte kalma konusunda zorunluluktur (Meyer ve Allen, 1991: 63-64).

Örgütsel bağlılık bireyin belirli bir kuruluşla özdeşleşmesinin ve örgütte yer almasının göreceli gücüdür. Bu noktada örgütsel bağlılık en az üç faktör ile karakterize edilebilir;

- Bireyin kuruluşun amaç ve değerlerine güçlü bir şekilde inanması ve kabullenmesi,
- Kuruluşun amaç ve hedeflerine ulaşması noktasında çaba sarf etmesi,
- Kuruluşa karşı üyeliğini sağlama açısından güçlü bir istek duymasıdır.

Örgütsel bağlılık bu özellikleriyle değerlendirildiğinde, bir kuruma pasif bir sadakat göstermenin ötesinde, örgütün refahına katkıda bulunmaya istekli olacağı aktif olan bir ilişkiyi vurgular. Örgütsel bağlılık, yukarıda açıklanan üç davranış biçiminin gösterilmesine yönelik bir eğilimin olabileceğini ileri sürer (Mowday vd., 1979: 226).

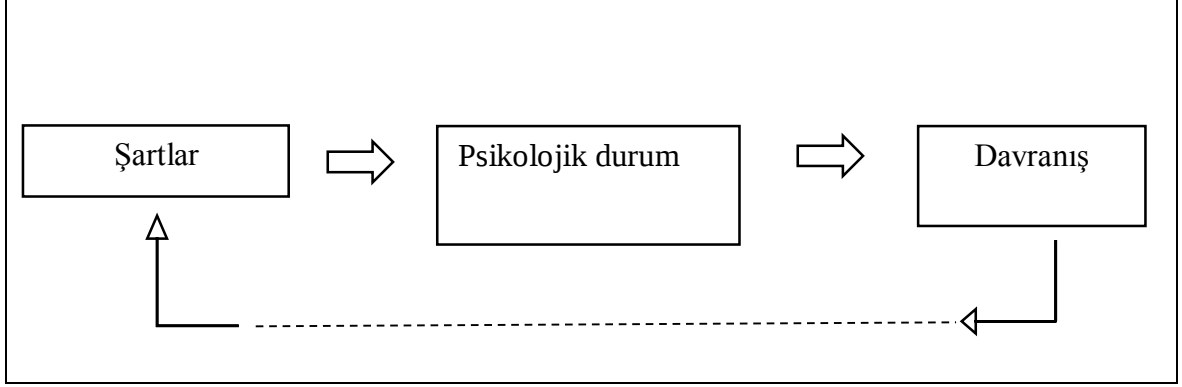
Örgütsel bağlılığa yönelik yapılan tanımlar farklılık gösterse de bağlılık hakkında yapılan tanımların, davranışlara odaklandığı belirgin bir şekilde kendini göstermektedir. Örneğin, görev yetkileri ve sınırları belirlenmiş olan bir üyenin, resmi veya olması gereken beklentilerin ötesinde davranışlar gösterdiğinde, bağlılığın açık tezahürlerine odaklanılır. Bu ve benzeri davranışlar, bireylerin alternatifi olan davranış şekillerinden vazgeçtiği ve kendilerini örgütleriyle ilişkilendirmeye çalıştıkları, kuruluşların özelliklerini temsil eder. (Mowday vd., 1979: 225).

Gautam, Van Dick ve Wagner (2004: 304), yapmış oldukları çalışmalarında örgütsel bağlılığı üç bileşeniyle ele almışlardır. Söz konusu bu bileşenler; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılıktır.

- Duygusal bağlılık: Duygusal anlamda bağlılığı güçlü olan bireyler örgütsel üyeliklerini devam ettirmek isterler.
- Devam bağlılığı: üyeliğin iki temel nedenden devam edeceğini vurgular. Birincisi organizasyondan ayrılmanın olası maliyetleri, ikincisi alternatif iş sıkıntısıdır.
- Normatif bağlılık ise sosyal olarak kabul edilmiş, iş ahlakı gibi normlardan kaynaklanan, örgüte karşı üyeliğin devam etmesi noktasında kişinin içsel baskısı ve sorumluluk duygusudur.

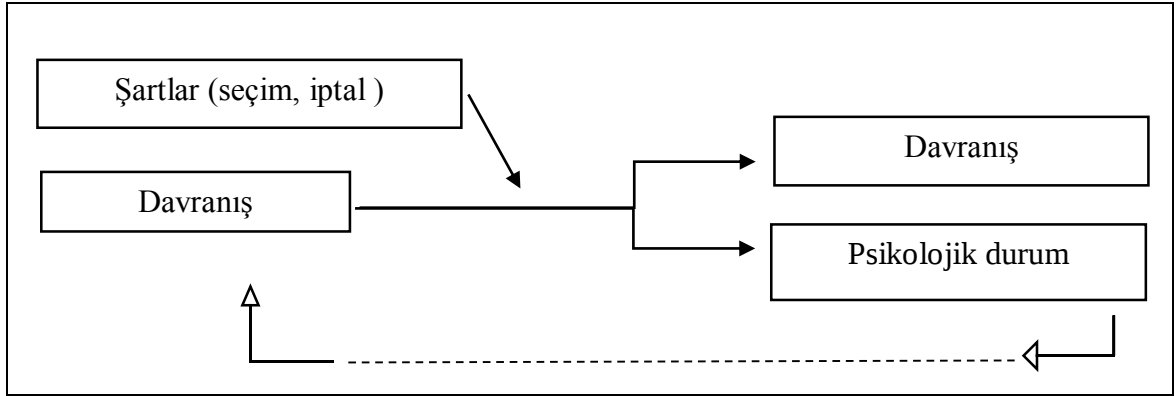
Meyer ve Allen, yapmış oldukları çalışmalarında örgütsel bağlılığın psikolojik bir durum olarak üç bileşenden oluştuğunu belirtmişlerdir. Söz konusu bu bileşenler; Duygusal bağlılık: bir arzuyu gidermek için, Devam bağlılığı: ihtiyaçlardan kaynaklanan, Normatif bağlılık: bir örgüte karşı istihdamı sürdürme zorunluluğudur. Her bileşenin farklı öncüllerin bir işlevi olmak kaydıyla geliştiği ve her birey için farklı etkileri olduğu düşünülmektedir (Meyer ve Allen, 1991: 61). Duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık, en iyi tutumsal bağlılık türleri olmaktan ziyade ayırt edici olan etkenler olarak değerlendirilir; yani çalışanlar bu psikolojik durumların her birini farklı düzeylerde de yaşayabilirler. Örneğin bazı çalışanlar hem güçlü bir ihtiyaç hem de kalma zorunluluğunu gidermek için örgüte bağlılık hissi duyarken, diğerleri sadece güçlü bir arzuyu gidermek için bağlılık hissi duyabilir. Bir kişinin örgüte olan bağlılığının “net toplamı” psikolojik durumların her birini yansıtır (Allen ve Meyer, 1990: 3-4).

Örgütsel bağlılık açısından ele alınan tutumsal bağlılık perspektifinin şekilsel gösterimi şekil 6’da, örgütsel bağlılık açısından ele alınan davranışsal bağlılık perspektifinin şekilsel gösterimi ise şekil 7’de gösterilmektedir.



Şekil 6: Örgütsel Bağlılık Açısından Tutum Perspektifi (Meyer ve Allen, 1991: 63).

Tutumsal bağlılık, bireylerin örgütleriyle aralarındaki ilişkileri düşünmeye başladığı süreçler üzerine odaklanır. Bireylerin kendi değer ve hedeflerinin örgütün sahip olduğu değer ve hedefleriyle ne kadar uyum gösterdiğini algıladığı bir zihin seti olarak düşünülebilir (Meyer ve Allen, 1991: 62).



Şekil 7: Örgütsel Bağlılık Açısından Davranış Perspektifi (Meyer ve Allen, 1991: 63).

Davranışsal bağlılık, bireylerin belirli bir örgüte bağlanma süreciyle ve bu süreçte olası problemlerle nasıl başa çıktıklarıyla ilgilidir (Meyer ve Allen, 1991: 62).

5. ÖZDEŞLEŞME MODELLERİ

Özdeşleşme modelleri başlığı altında, geliştirilmiş özdeşleşme modeli ve yapısal özdeşleşme modeline yer verilmektedir.

5.1. Geliştirilmiş Özdeşleşme Modeli

Kreiner ve Ashforth (2004: 3-5) yapmış oldukları çalışmalarında özdeşleşmeyi dört farklı şekilde ele almıştır. Bunlar: Özdeşleşme, özdeşleşememe, kararsız özdeşleşme ve tarafsız özdeşleşme şeklindedir.

- Özdeşleşme (Identification): kişinin kendisini tanımlarken, kişisel özelliklerinin örgütünü tanımlarken kullandığı kavramlara benzer olduğunu algıladığı durumlarda gerçekleşmiş olur.
- Özdeşleşememe (Disidentification): kişinin örgütünü tanımladığına inandığı örgütün sahip olduğu özelliklere ve ilkelerine, bireyin sahip olmadığını anlaması durumlarında ortaya çıkar.
- Kararsız özdeşleşme (Ambivalent identification): kişinin örgütüne karşı aynı zamanda bir yandan özdeşleştiğini diğer yandan özdeşleşemediğini algıladığı durumlardır.
- Tarafsız özdeşleşme (Neutral identification): kişinin örgütüyle ne özdeşleşebildiğini ne de özdeşleşemediğini algıladığı durumlarda söz konusudur.

5.2. Yapısal Özdeşleşme Modeli

Scott, Corman ve Cheney (1998) Örgütte yapısal bir kimlik modelinin geliştirilmesi ile ilgili yapmış oldukları çalışmalarında örgütsel yapılanma teorisinin üç temel yönüne dayanarak bir özdeşleşme kuramı geliştirmişlerdir. Bu modele göre özdeşleşme süreci, bireylerin diğer bireylerle sosyal etkileşimlerinde gözlemlenen, tanımlamalar tarafından oluşturulan ve yaratılan kimlikleri de kapsayan bir ikililik olarak ele alınır. Bu modelin yapısal bileşeni, Yapılanma teorisini: yapının ikiliği, yapıların bölgeselleştirilmesi ve konumlandırılmış faaliyet olarak incelemektedirler.

Scott, Corman ve Cheney (1998: 301-302) yapmış oldukları çalışmalarında, Giddens'in (1984) kimlik yapılandırma kuramının, insan eylemlerinin yapı ve aracılık ettiği süreci barındıran sistemler arasındaki ikililik üzerine odaklandığını ve bugün gerçekleştirdiğimiz eylemlerin sonuçlarının gelecekte kullanacağımız güvenilir yapısal kaynaklar olabileceğine vurgu yapıldığını ifade etmektedirler. Araştırmacılar, yapıların, belirli durumları ortaya çıkarabilecek aktörlerin yararlanabileceği üretici kurallar ve kaynaklar olarak görülmekte olduğunu belirtirken Giddens'in bölgeselleşme nosyonunu ise; bu yapıların zaman ve mekâna yayılma doğrultusunda oluşan formül veya genel prosedürler

olarak fayda sağlayacak bir şekilde öne sürülmekte olduğuna vurgu yapmaktadırlar. Scott ve çalışma arkadaşları, Giddens'in yapılanma ve bölgeselleşme kuramına, yapılandırma teorisi ve tanımlama arasındaki üçüncü ve son bağlantı olarak gördükleri, bağlanma sürecinin durumsal eylem kısmını da ekleyerek genişletilmiş bir model sunmuşlardır.

6. ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMENİN ÖNCÜLLERİ

Örgütsel özdeşleşme ile ilgili yapılan araştırmalar incelendiğinde örgütsel özdeşleşmenin bazı değişkenlere bağlı olarak gerçekleşeceğine ve örgütsel özdeşleşmenin gerçekleşmesine katkı sağlaması noktasında farklı öncüllerin olması gerektiğine yönelik güçlü kanıtların olduğu görülmektedir. Dutton ve arkadaşları, örgütün sahip olduğu imajın güçlü olmasının, örgüt üyesinin öz saygısını arttıracak ve örgütsel özdeşleşmeyi güçlendireceğini belirtirken (Dutton vd., 1994: 239-263), Dukerich ve arkadaşları yapmış oldukları çalışmalarında, örgütsel kimliğin çekici olmasının ve örgütün dış görüntüsünün olumlu bir şekilde değerlendirilmesinin, örgüt ile özdeşleşme noktasında güçlü bir ilişkisi olduğunu belirtmektedirler (Dukerich vd., 2002: 527). Lievens ve arkadaşları ise yapmış oldukları çalışmalarında, örgütün algılanan kimliği ile örgüt üyelerinin özdeşleşmelerinin pozitif yönde ilişkili olduğunu vurgulamaktadırlar (Lievens, Van Hove ve Anseel, 2007: 45-59).

Örgütsel özdeşleşmenin öncülü olarak örgütsel kimliği ele alan bazı çalışmalarda ise örgütsel kimliğin güçlü olması durumunda, kişinin öz kavramının örgütüyle benzer olan özelliklerin çoğuna sahip olabileceği ve örgütsel özdeşleşmenin, örgütün kimliği ile kişinin öz-kavramı arasındaki pozitif ilişkiye bağlı olarak güçlenebileceği belirtilmektedir (Boutwell, 2003: 9). Örgütsel özdeşleşmeyi, kişinin kendi kimliği ile örgütün kimliğinin karşılaştırılması sürecine dayalı olarak ele alan Foreman ve Whetten ise yapmış oldukları çalışmalarında, kimliğin karşılaştırılması sürecinde belirlenen uyum seviyesine bağlı olarak özdeşleşmenin gerçekleşebileceğine vurgu yapmaktadırlar (Foreman ve Whetten, 2002: 619).

Corley ve arkadaşları yapmış oldukları çalışmalarında kimlik ve imaj kavramlarının örgütsel özdeşleşme noktasında kullanılan temel kavramlar olduğunu belirtmektedirler (Corley vd., 2000: 63).

Bartels (2006: 12) yapmış olduğu çalışmasında bazı öncüllerin örgütsel özdeşleşme ile ilişkilendirildiğini belirtmektedir. Örgütsel özdeşleşmenin söz konusu öncüllerini ise

Çalışanlar ve kurum arasında gerçekleşen iletişimin kalitesi, çalışanların (cinsiyet, eğitim düzeyi, yaş, çalışma süresi gibi) demografik özellikleri, iş tatmini ve kurumsal itibar olarak ele almaktadır.

Örgütsel özdeşleşmeye yönelik olarak yapılan çalışmalarda bazı kavramların örgütsel özdeşleşmeyle ilişkili olduğu ve özdeşleşmeyi etkileyebileceği görölmektedir. Bu doğrultuda ölkemizde yapılan çalışmalar incelendiğinde; Tokgöz ve Seymen (2013: 71), örgütsel özdeşleşme ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında güçlü bir ilişki olduğunu, Coşkun ve Afşar (2016: 32-43), örgütsel desteğin örgütsel özdeşleşme üzerinde etkili olduğunu, Sökmen (2019: 980-990), örgütsel özdeşleşme, örgütsel bağlılık ve iş tatmini arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.

Yukarıda verilen örnekler doğrultusunda; örgütün sahip olduğu kimliğinin çekiciliği ve güçlü olması, örgütün imajı, çalışan ve kurum arasında gerçekleşen iletişimin kalitesi, çalışanların (eğitim düzeyi, yaş, çalışma süresi gibi) demografik özellikleri ve iş tatmini gibi unsurların örgütsel özdeşleşmenin birer öncülü olarak değerlendirildiği görülürken örgütsel özdeşleşmenin; örgütsel vatandaşlık, örgütsel bağlılık, örgütsel destek, örgütsel güven ve iş tatmini gibi örgütler açısından oldukça önemli olan bazı kavramlarla da ilişkili olduğu görölmektedir.

7. ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMENİN SONUÇLARI

Örgütsel özdeşleşme hakkında yapılmış çalışmalar incelendiğinde, örgütleriyle güçlü bir şekilde özdeşleşen bireylerin, örgütlerine karşı daha olumlu tutum ve davranışlar sergiledikleri görölmektedir (Ashforth ve Mael, 1989; Mael ve Ashforth, 1992; Dutton, Dukerich ve Harquail, 1994; Scott vd., 1999; Boutwell, 2003; Bartels, 2006; Riketta vd., 2006; Ashforth vd., 2008).

Örgütsel özdeşleşme, birey ve örgüt açısından ayrı ayrı ele alındığında her ikisi içinde ayrı bir öneme sahip olduğu görülür. Birey açısından örgütsel özdeşleşme, bireyin kendini geliştirmesine, yani kolektif benlik duygusu geliştirilmesine, güvenlik, bağlılık, belirsizlikleri azaltma gibi temel insan ihtiyaçların karşılanmasına ve yeni ortamlarda etkileşime girmesine imkân tanır. Örgütler açısından ele alındığında; işbirliği, çaba, katılım, görev performansı, bilgi paylaşımı, koordineli faaliyet, iş tatmini, örgütsel vatandaşlık davranışları ve yaratıcı performans gibi faaliyetler üzerinde etkili olduğu vurgulanmaktadır (Ashforth vd., 2008: 335-337).

Özdeşleşme daha yüksek iş tatmini, daha fazla ekstra çaba, işten ayrılma niyetinde azalış ve iş bırakma oranlarında düşüşe yol açar. Diğer bir değişle kuruluşuna karşı güçlü bir şekilde özdeşleşen çalışanlar, kuruluşun amaç ve hedeflerine ulaşabilmesi için daha fazla gayret gösterme eğiliminde olurlar. Kurumuyla güçlü bir şekilde özdeşleşen çalışanların olumlu yönde örgütsel davranışlar sergilemeleri iç organizasyon düzeyinde etki ettiği gibi kurumun dış çevresinde de etki edebilir. Örneğin, çalışanlar arasındaki iş memnuniyetinin yüksek düzeylerde olması, çalışanların müşterilere karşı daha olumlu davranışlar göstermelerine etki edecek, bu da müşteri memnuniyetini artıracaktır. Dolayısıyla, çalışanlar örgütleriyle güçlü bir şekilde özdeşleştikleri takdirde, bu durum örgütün dış çevresi tarafından olumlu değerlendirilmeler almasına neden olacaktır (Bartels, 2006: 1-2).

Örgütsel özdeşleşme güçlü olduğu takdirde, organizasyon içi işbirliği ve olumlu vatandaşlık davranışları gibi örgütsel açıdan arzu edilen sonuçlar sağlanacaktır (Dutton vd., 1994: 240). Bireyin kendi öz kavramı ile örgütünün sahip olduğu özelliklerin çoğunun aynı olması durumunda örgütsel kimliği ile kendi öz kavramı arasındaki pozitif ilişkiden dolayı çalışanların özdeşleşmeleri güçlenir. Diğer bir değişle örgütü bir sosyal varlık olarak tanımlayan kavramlar aynı zamanda örgütüyle güçlü bir şekilde özdeşleşen bireylerin kendi öz kavramlarını da tanımlar. Güçlü özdeşleşme çalışanlarda uzun istihdam, bağlılık ve sadakat gibi davranışsal tutamlara neden olur (Boutwell, 2003: 2-3).

Örgütsel özdeşleşmenin birey ve örgüt açısından yararlarını şu şekilde örneklendirmek mümkündür (Zencirkıran ve Keser, 2018: 293).

- Çalışanların kurumlarıyla özdeşleşmeleri, yapmış oldukları işlerden hoşnut olmalarını ve işlerini önemli bulmalarını sağlar. Dolayısıyla işlerinden ayrılmayı düşünmez ve çalıştıkları kurumlarına daha fazla bağlanırlar.
- Kurum açısından örgütüyle özdeşleşen bir çalışan, örgütün amaçlarıyla kendi amaçlarını aynı görerek kurumun amaçlarına ulaşması noktasında daha da fazla katkı sağlamaya gayret gösterecektir.
- Kurumun hedeflerine yönelik yapılan faaliyetlere daha fazla katılmaya gönüllü bir şekilde katkıda bulunacaktır.

Sökmen (2019: 980) yapmış olduğu çalışmada, çalışanların örgütsel özdeşleşme algılarının artmasıyla örgütsel bağlılık ve iş tatmini düzeylerinin artacağını ifade eder iken Cüce, Güney ve Tayfur (2013: 21) ise yapmış oldukları çalışmalarında örgütüyle

özdeşleşmiş bireylerin örgütün değerini kendi değerleri gibi benimseyeceklerine ve her ortamda örgütlerine sahip çıkacaklarına, uygun fırsatlar olsa bile örgütten ayrılmanın olumsuz yönde psikolojik etkileri olacağından örgütte kalmayı tercih edebileceklerine vurgu yapmaktadırlar. Çalışmacılar özdeşleşmeyi etkileyen faktörlerin bilinmesinin ve bu doğrultuda uygulamalar geliştirilmesinin önemli olduğunu, örgütüyle özdeşleşmiş bireylerin performans ve motivasyonlarının artacağını, işten ayrılma isteklerinin azalacağını belirtmektedirler. Uzun (2018: 133) yapmış olduğu çalışmada, algılanan örgütsel destek ile örgütsel güven ve örgütsel özdeşleşme arasında pozitif yönde, işten ayrılma niyetleri arasında ise negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM- YÖNTEM

DUYGUSAL ZEKÂNIN BİREYSEL YARATICILIK ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMENİN ARACI ROLÜNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

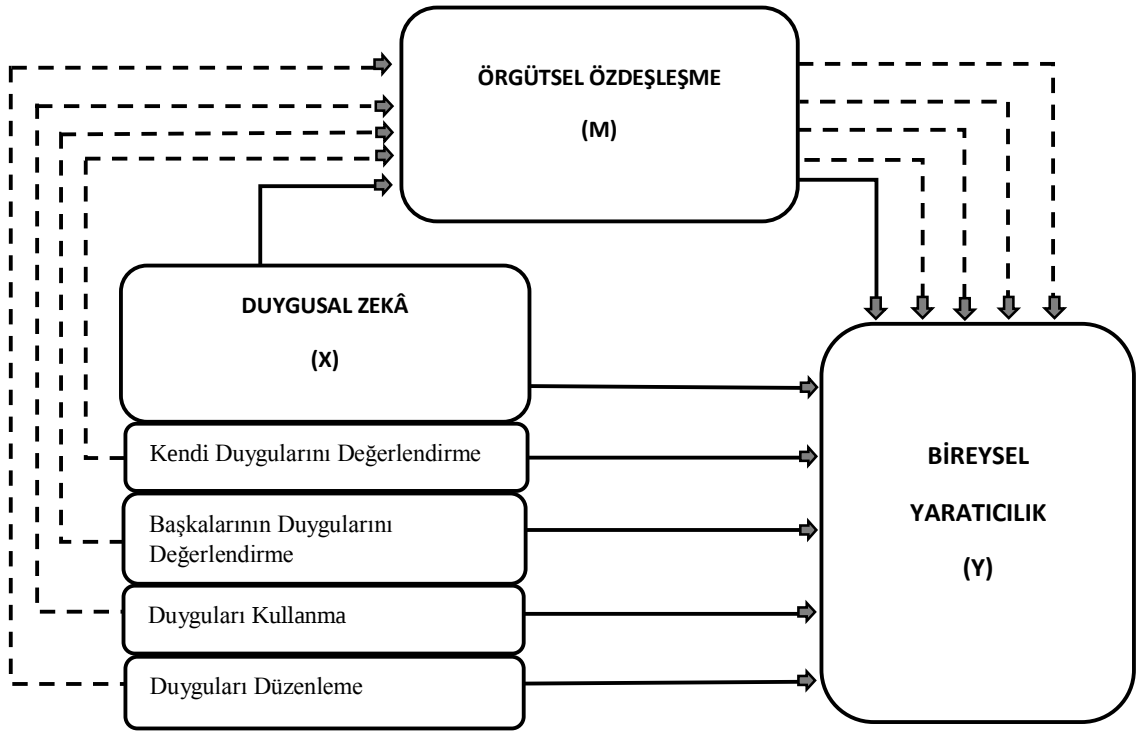
Günlük hayatın içerisinde karşılaşılan çeşitli problemlerin aşılması noktasında hiç şüphesiz farklı çözüm yolları bulmak ve uygulamak yaratıcı fikirlerle mümkün olmaktadır. Yaratıcı fikirlerin yegâne kaynağı insandır. Çalışanların, örgütlerine karşı duymuş oldukları aidiyet duygularının geliştirilmesi, örgüt değerlerini özümsemelerine ve örgütün başarılı sonuçlar elde edebilmesi adına daha fazla çaba göstermelerine katkı sağlayabilmektedir. Bir örgütte aynı amaç uğruna bir arada bulunan insanların, duyguları doğru bir şekilde anlamaları, düzenlemeleri ve kullanmaları, etkili ve verimli bir şekilde çalışabilmeleri ve sağlıklı iletişim kurabilmeleri için oldukça önemlidir. Çalışanların yaratıcılıklarını sergileyebilecekleri, sağlıklı iletişimin gerçekleştiği ve çalışanların kurumlarına karşı aidiyet duygularını geliştirebildikleri böylesine örgüt ortamlarının, çalışanlar ve örgütler üzerindeki etkilerini incelemenin, literatüre kayda değer bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu bağlamda yapılan araştırmalar incelendiğinde, duygusal zekânın, bireysel yaratıcılık üzerinde etkili olduğu (Büyükşalvarcı ve Gündoğan, 2018; Bender, 2006) görülmektedir. Ayrıca alan yazında, duygusal zekânın, örgütsel özdeşleşme üzerinde (Yılmaz, 2018; Adıgüzel ve Kuloğlu, 2019; Zehir vd., 2019), örgütsel özdeşleşmenin de bireysel yaratıcılık üzerinde ki etkilerini inceleyen ve anlamlı sonuçlar elde eden çalışmaların olduğu da (Akyüz, 2015: 213; Kaplan ve Canal, 2018) görülmektedir. Söz konusu araştırmalar ile çalışanların duygusal zekâ düzeyleri, bireysel yaratıcılık yetenekleri ve örgütsel özdeşleşme konusundaki algıları üzerine çeşitli bulgular elde edilmiş olmasıyla birlikte mevcut çalışma kapsamında yürütülecek araştırmalar ile bu bilgi birikimine katkı sağlanması hedeflenmektedir.

Öğretmenlerin duygusal zekâ ve bireysel yaratıcılık algıları üzerinde örgütsel özdeşleşmelerinin aracı rolünün incelenmesinin amaçlandığı bu çalışmada, duygusal zekâ dört alt boyutu ile ele alınmakta ve duygusal zekânın her bir alt boyutunun bireysel yaratıcılık algısı üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolü incelenmektedir. Dolayısıyla bu çalışma ile alan yazına kayda değer bir katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

2. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Çalışmanın amacı doğrultusunda geliştirilen araştırma modeli Şekil 8’de gösterilmektedir. Modelde de görülebileceği üzere çalışmadan daha fazla sonuç elde edebilmek amacıyla duygusal zekânın alt boyutları olan kendi duygularını değerlendirme, başkalarının duygularını değerlendirme, duyguların kullanılması ve duyguların düzenlenmesi boyutları araştırma modeline dâhil edilmiştir.



Şekil 8: Araştırma Modelinin Şekilsel Gösterimi.

Bu araştırma modelinde Duygusal Zekâ (D.Z) ve duygusal zekânın alt boyutları olan; Kendi Duygularını Değerlendirme (K.D.D), Başkalarının Duygularını Değerlendirme (B.D.D), Duygularının Kullanılması (D.K) ve Duyguların Düzenlenmesi (D.D) boyutları, araştırma modelinin bağımsız değişkenlerini oluşturmaktadır. Modelde yer alan Bireysel Yaratıcılık (B.Y), araştırma modelinin bağımlı değişkenini oluştururken modelde yer alan Örgütsel Özdeşleşme (Ö.Ö) ise araştırma modelinin aracı değişkenini oluşturmaktadır.

3. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Ülkemizde yapılan bazı araştırmalar duygusal zekânın, bireysel yaratıcılık üzerinde etkisi olduğunu göstermektedir (Büyükşalvarcı ve Gündoğan, 2018; Bender, 2006). Ayrıca duygusal zekânın, örgütsel özdeşleşme (Yılmaz, 2018; Adıgüzel ve Kuloğlu, 2019; Zehir vd., 2019) ve örgütsel özdeşleşmenin de bireysel yaratıcılık üzerinde ki etkilerini inceleyen ve anlamlı sonuçlar elde eden çalışmaların olduğunu (Kaplan ve Canal, 2018; Akyüz, 2015) görmek de mümkündür. Buna karşın duygusal zekânın, bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı etkisini inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Duygusal zekânın, bireyin örgüt içerisinde yer alan diğer kişilerle geliştireceği sosyal ilişkilerinde daha etkili olacağı ve dolayısıyla örgütsel özdeşleşmesinin yüksek olacağı düşünülebilir. Hâlihazırda bu düşüncüyü destekleyen bazı araştırmalar bulunmaktadır (Yılmaz, 2018; Adıgüzel ve Kuloğlu, 2019: 22; Zehir vd., 2019: 262). Diğer taraftan örgütsel özdeşleşmenin de bireysel yaratıcılığı olumlu bir şekilde etkileyeceği düşünülebilir. Aynı şekilde bu düşüncüyü destekleyen araştırmalar da bulunmaktadır (Kaplan ve Canal, 2018: 53; Akyüz, 2015: 213). Bu bilgiler ışığında duygusal zekânın, bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı etkisinin incelenmesinin de literatüre kayda değer bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu düşünce doğrultusunda oluşturulan çalışmanın temel hipotezleri şu şekilde sıralanmaktadır.

H1: Duygusal zekânın, bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolü bulunmaktadır.

Araştırma kapsamında duygusal zekânın alt boyutlarının örgütsel özdeşleşme üzerinde etkisi olup olmadıkları da incelenecektir.

H1.1: Kendi duygularını değerlendirme boyutunun bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolü bulunmaktadır.

H1.2: Başkalarının duygularını değerlendirme boyutunun bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolü bulunmaktadır.

H1.3: Duyguları kullanabilme boyutunun bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolü bulunmaktadır.

H1.4: Duyguları düzenleme boyutunun bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolü bulunmaktadır.

Yukarıda ifade edilen hipotezlerin haricinde araştırmadan elde edilecek sonuçları çoğaltabilmek ve literatüre daha fazla katkı sağlayabilmek amacıyla araştırma değişkenlerinin katılımcıların demografik özellikleri açısından incelenmesinin de faydalı olabileceği düşünülmüştür. Bu düşünce doğrultusunda, demografik değişkenlerle ilgili olarak aşağıdaki hipotezler kurgulanmıştır.

H2: Duygusal zekâ, katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

H2.1: Kendi duygularını değerlendirme boyutu, katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

H2.2: Başkalarının duygularını değerlendirme boyutu, katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

H2.3: Duyguları kullanma boyutu, katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

H2.4: Duyguları düzenleme boyutu, katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

H3: Bireysel yaratıcılık, katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

H4: Örgütsel özdeşleşme, katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

4. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI VE VARSAYIMLARI

4.1. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmada Milli Eğitim Bakanlığına bağlı okullarda çalışan öğretmenlerin duygusal zekâ ve bireysel yaratıcılık algıları üzerinde örgütsel özdeşleşmelerinin aracı rolünün incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Adana ilinde bulunan devlet okullarında görev yapan öğretmenlerin bireysel olarak birer anket formu doldurmaları istenmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yönteminin kullanılması ve toplanacak verilerin ölçeklerle sınırlandırılmış olması ayrıca araştırmanın sadece belirli bir ilde ve belirli bir sayıda gerçekleştirilmiş olması, araştırmanın sınırlı olan yönlerini oluşturmaktadır.

4.2. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmada;

- Anket yöntemi ile verilerin temin edilmesinin uygun bir yöntem olduğu,
- Ankette yer alan ölçeklerin gerekli ölçümleri yapmak için uygun araçlar oldukları,
- Seçilen örneklemin araştırmada ele alınan değişkenler açısından uygun olduğu,
- Elde edilen verilerin analizinde kullanılan istatistiksel yöntemlerin araştırmanın amacına uygun olduğu,
- Örneklem büyüklüğünün, araştırma sonuçlarının genellenebilmesi açısından uygun olduğu varsayılmaktadır.

5. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEM GRUBU

Araştırmanın evreni Adana il sınırları içerisinde Milli Eğitim Bakanlığına bağlı eğitim kurumlarında görev yapan toplam 420 öğretmenden oluşmaktadır. Adana il sınırları içerisinde 2019-2020 eğitim öğretim yılı itibarıyla Milli Eğitim Bakanlığına (MEB) bağlı okullarda toplam 23.746 öğretmen görev yapmaktadır (adana.meb.gov.tr/). Evrenin 30.000 olduğu durumda ise 0.95 güven aralığında gerekli olan örneklem sayısı 379'dur (Gülbüz ve Şahin, 2015: 128). Araştırmada kullanılan örnekleme yöntemi ise raslantısal örneklem yöntemidir. Bu yöntem örneklem kriterlerinin belirlenmesinin güç olduğu veya seçilen örneklerle ulaşmanın zor olduğu durumlarda tercih edilen bir yöntemdir (Sayım, 2019: 97).

Bu çalışmada araştırmaya katılan öğretmenler ile birebir görüşülmüş ve bireysel olarak çalışmaya anket formu doldurmak suretiyle katkı göstermeleri istenmiştir. Araştırma kapsamında veri toplama amacıyla kullanılan anketlerden toplamda 450 tanesi dağıtılmış, dağıtılan anketlerden 437 tanesinden geri dönüş alınmıştır. Geri dönüş alınan 437 anketten 17 tanesi eksik bilgi içermesi, birden fazla madde işaretlenmesi ya da anketin bir kısmının hiç işaretlenmemesi gibi nedenlerle değerlendirmeye alınmamıştır. Bu doğrultuda söz konusu çalışma 420 anket üzerinden değerlendirme yapılarak oluşturulmuştur. Dağıtılan 450 anketten 420 tanesinin değerlendirmeye tabi tutulabilir olması, anketlerin cevaplanma oranının, $420/450 = 0.93$ olduğu anlamına gelmektedir.

5.1. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Araştırmada kullanılan ölçekler başlığı altında, duygusal zekâ ölçeği, bireysel yaratıcılık ölçeği ve örgütsel özdeşleşme ölçeği yer almaktadır.

5.1.1. Duygusal Zekâ ölçeği:

Öğretmenlere yönelik olarak gerçekleştirilecek anket uygulamasında öğretmenlerin duygusal zekâ durumlarını belirlemek amacıyla Wong ve Law (2002) tarafından geliştirilen, 16 maddeden oluşan, dört boyutlu duygusal zekâ ölçeği (WLEIS) kullanılmıştır. Duygusal zekâ ölçeğinde yer alan boyutlar; kendi duygularını değerlendirme, başkalarının duygularını değerlendirme, duyguların kullanımı ve duyguların düzenlenmesi şeklindedir. Söz konusu ölçeğin kullanıldığı yabancı çalışmalarda dört boyutlu yapı geçerliliği doğrulanmıştır. Aynı zamanda incelenen araştırmalarda Cronbach Alpha değerinin 0,74'ün üzerinde bulunduğu görülmektedir (Kong, 2017; Ng, Wang, Zalaquett and Bodenhorn, 2007; Pacheco, Rey, and Sanchez-Alvarez, 2019). Türkçe yazında WLEIS duygusal zekâ ölçeğini Türkçe'ye çevrildiği şekliyle kullanılan çalışmalarda da dört boyutlu yapının doğrulandığı ve Cronbach alpha değerinin 0,70'in üzerinde olduğu görülmektedir (Büyüker ve Atilla 2013; Atilla, Çarıkçı ve Erdem, 2013; Özbezek ve Paksoy, 2017). Duygusal zekâ ölçeği yapılan yerli ve yabancı çalışmalar ile geçerliliği ve güvenilirliği doğrulanmış bir ölçek olduğundan, duygusal zekâ ölçeğinin (WLEIS) araştırma kapsamında uygun bir veri toplama aracı olacağı değerlendirilmektedir.

5.1.2. Bireysel Yaratıcılık Ölçeği:

Araştırma kapsamında öğretmenlerin bireysel yaratıcılık durumlarını ölçmek amacıyla, Zhou ve George (2001) tarafından geliştirilen 13 ifadeden oluşan bireysel yaratıcılık ölçeği kullanılmıştır. Araştırmacılar, geliştirdikleri ölçekte yer alan 13 maddenin 3'ünü Scott ve Bruce' dan (1994) aldıklarını, geriye kalan 10 maddeyi ise kendilerinin geliştirdiklerini ifade etmektedirler. Söz konusu 13 maddenin ortalama Cronbach Alpha değerini ise ($\alpha = .96$) olarak aktarmaktadırlar (Zhou ve George, 2001: 687). Bireysel yaratıcılık ölçeğini, Buket Canal'ın (2017) yapmış olduğu yüksek lisans tez çalışmasında kullandığı ve Cronbach Alpha değerini (0.95) olarak aktardığı görülmektedir. Söz konusu verilen bu değerler dikkate alındığında ölçeğin yüksek bir Cronbach Alpha değerine sahip olduğu anlaşılmaktadır.

5.1.3. Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği:

Araştırma kapsamında son olarak Miller, Allen, Casey ve Johnson (2000) geliştirdikleri Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği (Organizational Identification Questionnaire kısaca; OIQ) kullanılmıştır. Söz konusu bu ölçek, Cheney' in (1982, 1983a) tasarladığı

ölçeğin revize edilmiş halidir. Örgütsel Özdeşleşme Ölçeğinin (OIQ) orijinal hali 25 madde ve tek boyuttan oluşmaktadır. Miller ve arkadaşları söz konusu ölçek üzerinde yeniden bir değerlendirme çalışması yapmış, madde sayısını 12 ye indirmiş ve üç boyutlu bir yapı olduğunu belirlemişlerdir. Miller ve arkadaşlarının (2000) yapmış oldukları yeniden değerlendirme çalışmalarında madde sayısı 25 den 12 ye indirilirken yeni tasarlanan ölçek birçok farklı organizasyonlarda uygulanmış ve elde edilen veriler neticesinde karşılaştırmalar yapılmıştır. Bu karşılaştırmalarda en düşük Cronbach alpha değerinin 0,88 olduğu, en yüksek Cronbach Alpha değerinin ise 0,95 olduğu gözlemlenmiştir. Aksoy ve Ertürk (2014) yapmış oldukları çalışmalarında kullandıkları ve ölçeğin Cronbach Alpha değerini 0.92 olarak tespit ettikleri görülmektedir. Söz konusu verilen bu değerler dikkate alındığında ölçeğin yüksek bir Cronbach Alpha değerine sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamında veri toplama amacıyla oluşturulan anket formu, ölçeklerle uyumlu olarak 5' li Likert tipinde hazırlanmış olup her bir ifadenin karşısında yer alan sayılar ile sayısal olarak derecelendirilmiştir. Her ifadenin karşısında bulunan bu sayılar; (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle katılıyorum, anlamına gelmektedir. Anket 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik bilgilerine yönelik 9 soru yer almaktadır. Anketin ikinci bölümünde örgütsel özdeşleşmeye yönelik 12 sorudan oluşan ölçek yer alırken, Anketin üçüncü bölümünde, bireysel yaratıcılığa dair 13 soru yer almaktadır. Anketin dördüncü bölümünde ise, duygusal zekâyâ ilişkin 16 soru yer almaktadır. Söz konusu anket, ekler kısmında yer almaktadır.

5.2. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Geçerliliği ve Güvenilirliği

Anket çalışmaların temel amacı gözlem yapmaktır. Yapılan ölçümlerin geçerli olabilmesi için ölçümde kullanılan ölçme aracının, ölçülmesi istenilen kavrama uygun olması ve ölçüm için gerekli hassasiyete sahip olması önemlidir. Kısaca ölçmede geçerlilik, ölçülmesi istenilen kavramların ölçülebilme derecesidir. Ölçülmek istenen kavramların, başka kavramlar ile karıştırılmadan ölçülebilmesidir. Geçerlilik iç ve dış geçerlilik olmak üzere ikiye ayrılır. İç geçerlilik, iki değişken arasında nedensel bir ilişki gösterilirken kurulum dolayısıyla nedenselliğin doğru tespit edilmiş olması ölçeğin iç geçerliliğinin sağlamış olduğunu gösterir. Dış geçerlilik ise araştırma bulgularının ilişkili ortam ve gruplar üzerinde genelleme yapılabilmesiyle alakalıdır (Sayım, 2019: 138-139).

Güvenirlilik ise bir ölçümde aynı süreçlerin izlenmesi ve aynı ölçütlerin kullanılmasıyla aynı sonuçların alınmasıdır. Ele alınan bir konunun birbirinden bağımsız olarak yapılan ölçümler sonucunda aynı sonucu verebilmesidir. Bu durum ölçmenin tesadüfi hatalardan uzaklaştığını gösterir. Güvenirlilik bir korelasyon katsayısı (r) ile belirlenir. Sıfır ile bir arasında bir değer alır. Değer (1.00)'e yaklaştıkça güvenilirlik artar (Sayım, 2019: 136). Güvenirlilik analizi yapılırken Alpha modeli kullanılmaktadır. Cronbach's Alpha değeri sorular arasında oluşan korelasyona bağlı uyum değeridir. Cronbach's Alpha değerinin 0,70 ve üstü ($\alpha > 0,70$) olduğu durumlarda ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilmektedir ancak soru sayısının az olduğu durumlarda bu sınır 0,60 ve üstü olarak ta kabul görebilmektedir (Durmuş, Yurtkoru ve Çinko, 2018: 89).

Araştırma kapsamında kullanılan duygusal zekâ, bireysel yaratıcılık ve örgütsel özdeşleşme ölçeklerinin güvenilirlik analizi sonucu elde edilen Cronbach's Alpha (α) değerlerine yönelik bilgiler Tablo 4'de gösterilmektedir.

Tablo 4'de görüldüğü üzere duygusal zekâ ölçeğinin Cronbach Alpha değeri 0,93' dür. Duygusal zekânın alt boyutlarından olan kendi duygularını değerlendirme boyutunun Cronbach Alpha değeri 0,88, başkalarının duygularını değerlendirme boyutunun Cronbach Alpha değeri 0,88, duyguların kullanılması boyutunun Cronbach Alpha değeri 0,82 ve duyguların düzenlenmesi boyutunun Cronbach Alpha değeri 0,91'dir. Ölçekte yer alan duygusal zekâ ve alt boyutlarının, güvenilirlik katsayılarının kabul edilebilir alt sınır olan 0,70 değerinden büyük olması ($\alpha > 0,70$) duygusal zekâ ve alt boyutların yüksek seviyede güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 4'de görüldüğü üzere bireysel yaratıcılık ölçeğinin Cronbach Alpha değeri 0,95'dir. Bireysel yaratıcılık ölçeğinin, güvenilirlik katsayılarının kabul edilebilir alt sınır olan 0,70 değerinden büyük olması ($\alpha > 0,70$) yüksek seviyede güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 4'de görüldüğü üzere örgütsel özdeşleşme ölçeğinin ise Cronbach Alpha değerinin 0,94 olduğu görülmektedir. Örgütsel özdeşleşme ölçeğinin güvenilirlik katsayılarının kabul edilebilir alt sınır olan 0,70 değerinden büyük olması ($\alpha > 0,70$) araştırma kapsamında kullanılan örgütsel özdeşleşme ölçeğinin yüksek seviyede güvenilir olduğunu göstermektedir (Durmuş, Yurtkoru ve Çinko, 2018).

Tablo 4: Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları.

<i>Ölçekler</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>İfade sayısı</i>
Duygusal Zekâ	,930	16
• Kendi Duygularını Değerlendirme	,889	4
• Başkalarının Duygularını değerlendirme	,883	4
• Duyguların Kullanılması	,827	4
• Duyguların Düzenlenmesi	,912	4
Bireysel Yaratıcılık	,953	13
Örgütsel Özdeşleşme	,947	12

5.3. Verilerin analizi

Verilerin analiz edilmesinde SPSS 24 (Statistical Package for the Social Sciences) istatistiksel paket programından yararlanılmıştır. SPSS 24 istatistiksel paket programı ile ölçeklerin Cronbach Alpha değerleri, değişkenler arası korelasyon ilişkileri, tanımlayıcı istatistikler, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) (örnekleme yeterliliği testi) testi, Barlett küresellik testi, katılımcıların demografik özellikleri, frekans sonuçları ve fark testleri gibi istatistiksel açıdan önemli olan sonuçların elde edilmesi sağlanmıştır. Diğer yandan bu çalışmada duygusal zekâ ölçeğine yönelik doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Söz konusu doğrulayıcı faktör analizinde ise Jamovi istatistiksel paket programından yararlanılmıştır. Jamovi istatistiksel paket programı, AMOS ve LISREL gibi doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapmaya imkân veren R tabanlı bir istatistik paket programıdır. Bu program, test edilecek değişkenleri çok daha pratik ve kolay bir şekilde test edilebilme imkânı sunmaktadır. Ayrıca araştırma kapsamında bağımsız değişkenin (duygusal zekâ ve duygusal zekânın alt boyutları) bağımlı değişken (bireysel yaratıcılık) üzerindeki etkisinde, aracı değişkenin (örgütsel özdeşleşme) rolünü test etmek amacıyla SPSS 24 istatistiksel paket programına yama olarak eklenen, daha pratik ve kullanışlı bir şekilde ölçümler yapmaya yarayan ve daha güvenilir sonuçlar elde etmemize olanak tanıyan Process Makro v3.4 programı kullanılmıştır (Gürbüz, 2019).

5.4. Duygusal Zekâya Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi

Araştırma modeli kapsamında kullanılan duygusal zekâ ölçeği; kendi duygularını değerlendirme, başkalarının duygularını değerlendirme, duyguların kullanımı ve duyguların düzenlenmesi şeklinde dört alt boyutları ile ele alındığından söz konusu bu boyutlar üzerinde doğrulayıcı faktör analizi yapmak suretiyle hangi maddelerin hangi boyutları nedenli

ölçebileceğinin tespit edilmesi gerekmektedir. Bu noktada öncelikle duygusal zekâ ölçeğinin faktör analizi yapmaya uygun olup olmadığının incelenmesi önem arz etmektedir.

Faktör analizi özellikle ölçeklerin hazırlanması ve yeniden düzenlenmesinde kullanılır. Burada amaçlanan, uygulanacak olan ölçeğin az sayıda soru ile çok sayıda sonuca ulaştırmasıdır. Ölçekte yer alan çok sayıdaki değişkenlerin her birinin farklı başlıklar etrafında toplanması mümkündür. Değişkenlerin toplandığı bu üst başlıkların her birine boyut denir. Faktör analizinin temel amacı da bu değişkenlerin arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi, daha az sayıdan oluşan temel boyutlara indirilmesi ve bu sayede değişkenleri özetleyebilmesidir (Sayım, 2019: 140).

Faktör analizi, ölçme aracının geçerliliğine yönelik tek bir katsayı vermekten ziyade, ölçeğin faktör yapısını belirlemek veya daha önceden belirlenmiş olan faktör yapısını doğrulamak amacıyla uygulanır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2018: 176). Faktör analizi yapabilmek için değişkenler arasında belirli bir oranda ilişkinin (korelasyon) olması gerekmektedir. Barlett küresellik testi (Barlett's test of sphericity) bize değişkenler arasında yeterli düzeyde ilişki olup olmadığını gösterir. Barlett testinin anlamlılık (p) değerinin 0,05 derecesinden düşük olması değişkenler arasında faktör analizi yapabilmek için yeterli düzeyde bir ilişkinin olduğunu gösterir (Durmuş vd., 2018: 78).

Araştırmada kullanılan anketler sonucunda oluşturulan veri setinin faktör analizi yapmaya uygun olup olmadığına örnekleme yeterliliği (Kaiser-Meyer-Olkin) değerleriyle karar verilir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örnekleme yeterliliği testi, değişkenler arası korelasyonların faktör analizine uygunluğunu test eder. KMO değeri 0 ile 1 arasında bir değer alır. KMO değerinin 1 olması değişkenlerin birbirini mükemmel şekilde, hatasız tahmin edebileceğini gösterir. KMO örnekleme yeterliliği testinin kabul edilir en alt sınırı 0,50' dir. Genel kabul görmüş KMO değerleri; 0,50' nin altı kabul edilemez, 0,50 ve 0,60 arası kötü, 0,60 ve 0,70 arası orta, 0,70 ve 0,80 arası iyi, 0,80 ve üzeri mükemmeldir (Durmuş vd., 2018: 79-80).

Araştırma kapsamında kullanılacak duygusal zekâ ölçeğinde yer alan değişkenler arasında yeterli düzeyde ilişki olup olmadığını gösteren Barlett testi sonuçları ve veri setinin faktör analizi yapmaya uygun olup olmadığını gösteren örnekleme yeterliliği değerleri (KMO) tablo 5' de gösterilmektedir. Tablo 5' de görüleceği üzere Barlett testinin p değerinin 0,05'den düşük olması ($p < 0,05$) faktör analizi yapabilmek için değişkenler arasında yeterli

düzeyde bir ilişkinin var olduğunu, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örnekleme yeterliliği testi sonucunun KMO= ,913 olması ise değişkenler arası korelasyonların, faktör analizine mükemmel seviyede uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 5: Duygusal Zekâ Ölçeğine Ait KMO ve Barlett Testleri.

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliğinin Ölçümü.		,913
Yaklaşık. Ki-Kare		4618,608
Barlett küresellik testi	Serbestlik derecesi	120
Anlamlılık		,000

Doğrulayıcı faktör analizi (Confirmatory Factor Analysis), gözlenen değişkenler ve gizli değişkenler arasında var olan ilişkiyi tespit etmek amacıyla kullanılan bir tekniktir. Bu teknik ölçek uyarlama çalışmalarında önemli bir konuma sahiptir. Doğrulayıcı faktör analizi, bireylerden toplanan veriler ile elde edilen bulguların teorik yapıya uygun olup olmadığını göstermektedir (Çapık, 2014: 196). Ölçek çalışmalarında Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yaparken model oluşturma kavramı ise ölçek de yer alan maddelerinin hangi alt boyutta olacağına karar verilmesi (Çapık, 2014: 202) olduğundan Doğrulayıcı Faktör Analizinin (DFA) bazı temel özelliklerini ve Açımlayıcı faktör Analizinden farklı olan yönlerini vurgulamak gerekmektedir.

Açımlayıcı faktör Analizi (Exploratory Factor Analysis) uygulamalarında verilere uygun olan bir model bulmaya çalışırız. Bu nedenle verilere uyan ve teorik desteğe sahip olan bir model bulmayı umarak farklı alternatif modeller belirleriz. Bu, açımlayıcı faktör analizi (AFA) için temel mantıktır. Doğrulayıcı faktör analizinde (DFA) ise varsayılan bir faktör modelinin önemini istatistiksel olarak test etmeye çalışırız yani elde edilen verilerin, oluşturduğumuz model için uygun olup olmadığını anlamaya çalışırız. Bu ise doğrulayıcı faktör analizi (DFA) için temel mantıktır. Doğrulayıcı faktör analizinde (DFA) araştırmacı, ölçeğinde kaç tane alt boyut (faktör) olduğunu, önceden belirlemiş olduğu teorik bir modeli olduğundan dolayı bilmektedir. Ölçekte yer alan hangi maddelerin hangi alt boyutta (faktörde) olacağına kurmuş olduğu model doğrultusunda karar verebilmektedir. Açımlayıcı faktör analizinde (AFA) ise araştırmacının böyle bir modeli olmadığından hangi ifadenin

ölçeğin hangi boyutunda olacağına yapılan, açımlayıcı faktör analizi sonucunda karar verilmektedir (Schumacker ve Lomax, 2010: 164).

Açımlayıcı ya da doğrulayıcı faktör analizinden hangisinin yapılması gerektiğine yönelik tek bir yol önermek mümkün değildir. Araştırmacı, geliştirdiği ölçme aracının kuramsal temeli hakkında çok sınırlı bir bilgiye sahip ise faktör desenini belirlemek için açımlayıcı faktör analizi ile çalışmaya başlaması önerilir. Araştırmacı, sağlam kuramsal dayanaklar doğrultusunda ölçme aracını geliştirmiş ise hem açımlayıcı hem de doğrulayıcı faktör analizini eşgüdümlü bir şekilde kullanarak elde ettiği sonuçlar doğrultusunda faktör desenini belirleyebilir. Kültürlerarası ölçek uyarlama çalışmalarında ise ölçme aracının hedef kültürdeki faktör desenini belirlemek için araştırmacının, doğrudan doğrulayıcı faktör analizi ile çalışmaya başlaması önerilir. Söz konusu ölçeğin orijinal kültürdeki faktör deseni nitel ve nicel çalışmalar ile ortaya konulmuş ve ölçeğin yapı geçerliliğine yönelik deneysel kanıtlar belirlenmiştir. Ancak yapılan doğrulayıcı faktör analizi ile ölçme aracının orijinal faktör deseninin doğrulanmadığı ya da uyum indekslerinin yüksek çıkmadığı durumlarda, açımlayıcı faktör analizi yaparak faktör deseninin keşfedilmesi sağlanabilir (Çokluk vd., 2018: 283-284).

Bu araştırma için oluşturulan modelde yer alan duygusal zekâ, alt boyutları ile incelenmektedir. Araştırma kapsamında, Wong ve Law (2002) tarafından geliştirilen dört boyutlu duygusal zekâ ölçeği (WLEIS) kullanılmıştır. Söz konusu ölçek farklı bir kültürde geliştirilmiştir ve yapılan yerli ve yabancı çalışmalar ile dört boyutlu bir yapıda olduğu, geçerliliği ve güvenirliği kanıtlanmıştır. Ayrıca, verilerin çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) değerlerine bakılmış ve analizlere uygun olduğu yani normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Bu çalışmada duygusal zekâ ölçeğine yönelik doğrulayıcı faktör analizi (Confirmatory Factor Analysis) yapılarak araştırma modelimize uygun olup olmadığı incelenmektedir. Bu amaç doğrultusunda duygusal zekâ ve alt boyutlarına yönelik olarak yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 6'da verilmektedir.

Tablo 6'da duygusal zekâ ölçeğinin % 95 güven aralığında faktör yüklerine ait değerlerinin verildiği görülmektedir. Faktör yük değeri, maddelerin faktörlerle olan ilişkilerini açıklayan bir katsayıdır. Standardize edilmiş faktör yük değerleri ise standardize edilmiş regresyon katsayılarıdır ve değişken ile faktör arasındaki ilişkiye işaret eder. Tablodan da anlaşılacağı üzere duygusal zekâ ölçeğinde yer alan kendi duygularını

değerlendirme (KDD) boyutunun içeriğinde D.Z.1, D.Z.2, D.Z.3 ve D.Z.4 maddeleri yer almaktadır. Kendi duygularını değerlendirme boyutunda yer alan maddelerin standardize edilmiş faktör yük değerleri incelendiğinde, en düşük değerin 0.767 olduğu, en yüksek değerin ise 0.865 olduğu görülmektedir. Duygusal zekânın alt boyutu olan kendi duygularını değerlendirme boyutunda yer alan maddelerin standardize edilmiş faktör yük değerlerinin 0.60' dan büyük olması, maddelerin ilgili faktör ile yüksek seviyede ilişkili olduğunu ve anlamlılık (p) değerinin 0.001' den küçük olması ($p < .001$) bu ilişkinin istatistiksel açıdan anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 6'da duygusal zekâ ölçeğinde yer alan başkalarının duygularını değerlendirme (BDD) boyutunun içeriğinde D.Z.5, D.Z.6, D.Z.7 ve D.Z.8 maddelerinin yer aldığı görülmektedir. Başkalarının duygularını değerlendirme boyutunda yer alan maddelerin standardize edilmiş faktör yük değerleri incelendiğinde, en düşük değerin 0.732 olduğu, en yüksek değerin ise 0.874 olduğu görülmektedir. Duygusal zekânın alt boyutu olan başkalarının duygularını değerlendirme boyutunda yer alan maddelerin standardize edilmiş faktör yük değerlerinin 0.60 değerinden büyük olması, maddelerin ilgili faktör ile yüksek seviyede ilişkili olduğunu ve anlamlılık (p) değerinin 0.001' den küçük olması ($p < .001$) bu ilişkinin istatistiksel açıdan anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 6'da duygusal zekâ ölçeğinde yer alan duyguların kullanılması (DK) boyutunun içeriğinde D.Z.9, D.Z.10, D.Z.11 ve D.Z.12 maddelerinin yer aldığı görülmektedir. Duyguların kullanılması boyutunda yer alan maddelerin standardize edilmiş faktör yük değerleri incelendiğinde, en düşük değerin 0.652 olduğu, en yüksek değerin ise 0.836 olduğu görülmektedir. Duygusal zekânın alt boyutu olan duyguların kullanılması boyutunda yer alan maddelerin standardize edilmiş faktör yük değerlerinin 0.60' dan büyük olması, maddelerin ilgili faktör ile yüksek seviyede ilişkili olduğunu ve p değerinin 0.001' den küçük olması ($p < .001$) bu ilişkinin istatistiksel açıdan anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 6'da duygusal zekâ ölçeğinde yer alan duyguların düzenlenmesi (DD) boyutunun içeriğinde ise D.Z.13, D.Z.14, D.Z.15 ve D.Z.16 maddelerinin yer aldığı görülmektedir. Duyguların düzenlenmesi boyutunda yer alan maddelerin standardize edilmiş faktör yük değerleri incelendiğinde, en düşük değerin 0.828 olduğu, en yüksek değerin ise 0.873 olduğu görülmektedir. Duygusal zekânın alt boyutu olan duyguların düzenlenmesi boyutunda yer alan maddelerin standardize edilmiş faktör yük değerlerinin

0.60' dan büyük olması, maddelerin ilgili faktör ile yüksek seviyede ilişkili olduğunu ve p değerinin 0.001' den küçük olması ($p < .001$) bu ilişkinin istatistiksel açıdan anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 6: Doğrulayıcı Faktör Analizi Tablosu.

% 95 Güven Aralığı								
Faktör	Madde	Ortalama	S.H	Düşük	Yüksek	Z	p	Std. Ort.
Kendi Duygularını Değerlendirme	D.Z.1	0.522	0.0295	0.465	0.580	17.7	< .001	0.767
	D.Z.2	0.539	0.0259	0.488	0.590	20.8	< .001	0.849
	D.Z.3	0.561	0.0262	0.510	0.612	21.4	< .001	0.865
	D.Z.4	0.514	0.0270	0.461	0.567	19.0	< .001	0.801
	D.Z.5	0.573	0.0274	0.519	0.627	20.9	< .001	0.847
Başkalarının Duygularını Değerlendirme	D.Z.6	0.581	0.0265	0.529	0.633	21.9	< .001	0.874
	D.Z.7	0.458	0.0272	0.405	0.512	16.8	< .001	0.732
	D.Z.8	0.515	0.0273	0.461	0.568	18.8	< .001	0.791
	D.Z.9	0.455	0.0320	0.392	0.518	14.2	< .001	0.652
Duyguların Kullanılması	D.Z.10	0.601	0.0373	0.528	0.674	16.1	< .001	0.717
	D.Z.11	0.573	0.0285	0.517	0.629	20.1	< .001	0.836
	D.Z.12	0.498	0.0274	0.444	0.552	18.1	< .001	0.781
	D.Z.13	0.627	0.0292	0.570	0.685	21.5	< .001	0.859
Duyguların Düzenlenmesi	D.Z.14	0.679	0.0322	0.616	0.742	21.1	< .001	0.848
	D.Z.15	0.715	0.0352	0.646	0.784	20.3	< .001	0.828
	D.Z.16	0.677	0.0307	0.617	0.738	22.0	< .001	0.873

Not: S.H= Standart Hata, Std. Ort.= Standardize Edilmiş Ortalama.

Doğrulayıcı faktör analizi sonucu ulaşılan uyum iyiliği değerleri ise Tablo 7' de gösterilmektedir. Söz konusu Tablo 7' de duygusal zekâ ölçeğine yönelik % 90 güven aralığında uyum indeksi ölçümleri verilmektedir. Ki-Kare (χ^2) değerinin serbestlik derecesine (df) bölümü (χ^2/df) ile elde edilen iyilik uyumu (Chi-Square Goodness of Fit) değerinin 3,6 olduğu görülmektedir. Kabul edilebilir χ^2/df değerleri (büyük örneklemede) ise ≤ 3 mükemmel uyumun olduğunu gösteren değer iken ≤ 5 orta düzeyde uyumun olduğunu gösteren değerlerdir. Tabloda verilen, χ^2/df değerinin 3,6 olması uyum iyiliğinin orta düzeyde olduğu anlamına gelmektedir. Tabloda verilen, CFI değeri, karşılaştırmalı uyum indeksi (Comparative Fit Index) değeridir. CFI değeri, değişkenler arasında herhangi bir ilişkinin olmadığını varsayımı ile kurulan modelin, yokluk modelinden (null) farkını verir. CFI sıfır (0) ile bir (1) arasında bir değer alır. Değerin 1'e yakın olması mükemmel bir uyum olduğunu, 0'a yaklaşması ise modelin uyumsuz olduğunu gösterir (Hu ve Bentler, 1999; Sümer, 2000; Tabachnick, 2004; Kline, 2005; Akt. Çokluk vd., 2018: 269-271). Tabloda verilen CFI değerinin 0,944 olması değişkenler arasında mükemmel seviyede bir uyumun olduğunu göstermektedir.

TLI (Tucker–Lewis Index) değeri, sıfır (0) ile bir (1) arasında bir değer almaktadır. Sıfır (0) uyumun olmadığını, bir (1) ise mükemmel bir uyumun olduğunu gösterir. TLI değerinin 0.90 veya 0.95'e yakın değer alması iyi bir model uyumunu yansıtır (Schumacker ve Lomax, 2010: 76). Tabloda da görüleceği üzere TLI değeri 0,931'dir. Dolayısıyla ölçeğin iyi bir model uyumuna sahip olduğunu söylemek mümkündür.

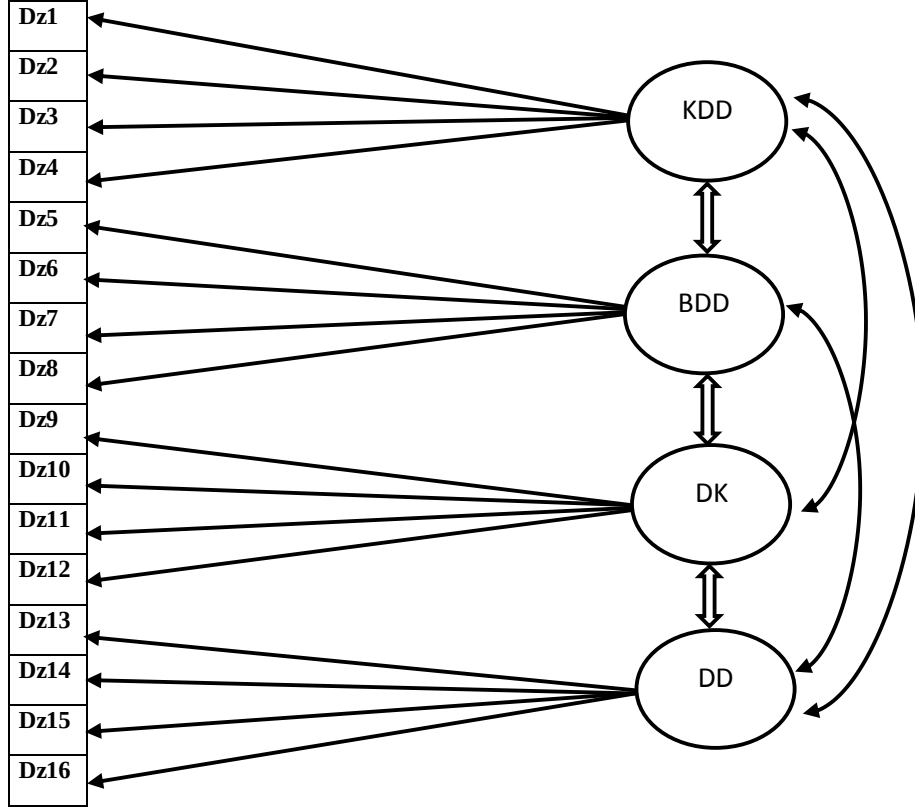
SRMR (Standardized Root Mean Square Residual) değeri 0,0406'dır. SRMR, standartize edilmiş uyum indeksidir. SRMR, değerinin sıfıra yakın bir değer alması, model uyumunun iyi olduğu anlamına gelmektedir (Schumacker ve Lomax, 2010: 76). Dolayısıyla tabloda verilen SRMR değerinin 0,04 olması modelin kabul edilebilir bir düzeyde uyum gösterdiği anlamına gelmektedir.

RMSEA (Root Mean Square Error Of Approximation) değeri ana kütledeki yaklaşık uyumun bir ölçüsüdür ve yaklaşık ortalamaların karekökü anlamına gelir. RMSEA değerinin normal değeri < 0,05 iken kabul edilebilir değeri < 0,08 dir (Schumacker ve Lomax, 2010: 76). Tabloda da görüleceği üzere % 90 güven aralığında verilen RMSEA değeri 0,079'dur. Dolayısıyla RMSEA değeri 0,080 değerinden düşüktür (RMSEA < 0,080). Bu değer dikkate alındığında ölçeğin iyi seviyede uyumlu olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 7: Uyum İyiliği Değerleri Tablosu.

RMSEA 90% Güven Aralığında				
χ^2/df	CFI	TLI	SRMR	RMSEA
3,62	0.944	0.931	0.0406	0.0790

Doğrulayıcı faktör analiziyle elde edilen uyum iyiliği değerleri sonucunda modelin uyum iyiliğinin kabul edilebilir seviyede olduğu anlaşılmaktadır. Duygusal zekâ ölçeğinde yer alan maddelerin hangi boyutlar altında toplandığını gösteren, duygusal zekânın alt boyutlarına yönelik path diagramı Şekil 9' da gösterilmektedir.



Şekil 9: Duygusal Zekânın Alt Boyutlarına Yönelik Path Diagramı.

Şekil 9’da verilen duygusal zekânın alt boyutlarına yönelik path diagramında da görüldüğü üzere duygusal zekânın 1, 2, 3 ve 4’üncü maddelerinin, duygusal zekânın alt boyutunu oluşturan Kendi Duygularını Değerlendirme (KDD) boyutunda yer aldığı, 5, 6, 7 ve 8’inci maddelerinin, Başkalarının Duygularını Değerlendirme (BDD) boyutunda yer aldığı, 9, 10, 11 ve 12’inci maddelerinin, Duyguların Kullanılması (DK) boyutunda yer aldığı, 13, 14, 15 ve 16’ıncı maddelerinin ise Duyguların Düzenlenmesi (DD) boyutunda yer aldığı görülmektedir.

6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın bulguları başlığı altında, katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular, model değişkenleri arasındaki ilişkilerin analizine yönelik bulgular, araştırma

kapsamında oluşturulan hipotezlerin testlerine yönelik bulgular ve araştırma değişkenlerinin demografik değişkenlere göre değerlendirilmesi sonucu elde edilen bulgular yer almaktadır.

6.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Bu bölümde veri toplama amacıyla hazırlanan anket formundaki demografik değişkenlere verilen cevaplar doğrultusunda katılımcıların demografik özellikleri hakkında elde edilen bulgular yer almaktadır. Söz konusu katılımcıların demografik özelliklerine yönelik bulgular Tablo 8’de gösterilmektedir.

Tablo 8’de anket çalışmasına katılan toplam 420 öğretmenin olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan öğretmenler cinsiyet durumları açısından incelendiğinde 268 öğretmenin kadın olduğu ve bu sayının toplam katılımcı sayısının 0,63’ünü oluşturduğu görülmektedir. Medeni durumları açısından incelendiğinde, 380 öğretmenin evli olduğu ve bu sayının toplam katılımcı sayısının 0,90’nını oluşturduğu görülmektedir. Yaş dağılımları açısından incelendiğinde, 24 yaşından küçük olan herhangi bir öğretmenin olmadığı, büyük çoğunluğunun 35-44 yaş aralığında olan 194 öğretmenden oluştuğu ve bu sayının toplam katılımcı sayısının 0,46’sını oluşturduğu görülmektedir. Gelir durumları açısından incelendiğinde, 5000-5999 TL arasında geliri olan 211 öğretmenin olduğu ve bu sayının toplam katılımcı sayısının büyük bir çoğunluğu olan 0,50’ sini oluşturduğu görülmektedir. Eğitim durumu açısından incelendiğinde en yüksek grupta lisans mezunu olan 335 öğretmenin yer aldığı ve bu sayının toplam katılımcı sayısının 0,79’unu oluşturduğu görülmektedir. Öğretmenler yaşadıkları hanelerinde kişi sayısı açısından incelendiğinde, 4 kişi yaşayan öğretmen sayısının 175 olduğu ve bu sayının toplam katılımcı sayısının büyük bir çoğunluğu olan 0,41’ini oluşturduğu görülmektedir. Branşları açısından incelendiğinde, alan öğretmeni (matematik, edebiyat, tarih, din kültürü ve ahlak bilgisi, müzik, yabancı dil, vb.) olan 254 öğretmenin olduğu ve bu sayının toplam katılımcı sayısının büyük bir çoğunluğu olan 0,60’ını oluşturduğu görülmektedir. Çalışma pozisyonları açısından incelendiğinde, 381 öğretmenin kadrolu olduğu ve bu sayının toplam katılımcı sayısının büyük bir çoğunluğu olan 0,90’nını oluşturduğu görülmektedir. Meslekte çalışma süreleri açısından incelendiğinde, 20 yıl ve üzeri deneyimi olan 178 öğretmenin olduğu ve bu sayının toplam katılımcı sayısının büyük bir çoğunluğu olan 0,42’sini oluşturduğu görülmektedir.

Tablo 8: Demografik Özellikler ve Frekans Sonuçları Tablosu.

ÖZELLİK	BOYUT	F	%	ÖZELLİK	BOYUT	F	%
Cinsiyet	Bay	152	36,2	Hane Kişi Sayısı	1	20	4,8
	Kadın	268	63,8		2	55	13,1
Medeni Durum	Evli	380	90,5		3	118	28,1
	Bekâr	40	9,5		4	174	41,4
Yaş					5- +	53	12,6
	18-24	-	-	Branş	Sınıf	67	16,0
	25-34	71	16,9		Alan	254	60,5
	35-44	194	46,2		Meslek	74	17,6
	45-54	120	28,6		Okul Öncesi	9	2,1
	55- +	35	8,3		Özel Eğitim	2	0,5
Gelir Durumu					P.D.R	14	3,3
	4000-4999	125	29,8	Pozisyon	Müdür	3	0,7
	5000-5999	211	50,2		Müdür Yrd.	19	4,5
	6000-6999	70	16,7		Kadrolu	380	90,5
	7000-7999	8	1,9		Sözleşmeli	5	1,2
	8000-+	6	1,4		Ücretli	13	3,1
Eğitim Durumu	Doktora	3	0,7	Çalışma süresi	0-4	20	4,8
	Y. lisans	64	15,2		5-9	59	14,0
	Lisans	335	79,8		10-14	100	23,8
	Ön lisans	18	4,3		15-19	63	15,0
	Lise	-	-		20- +	178	42,4

n = 420

6.2. Model Değişkenleri Arasındaki İlişkilerin Analizine Yönelik Bulgular

Bu bölümde araştırma hipotezlerinin test edilmesi amacıyla gerçekleştirilen korelasyon analizi hakkında bilgiler yer almaktadır. Korelasyon, değişkenlerin bağımlı ya da bağımsız olması dikkate alınmaksızın aralarındaki ilişkinin yönünü ve derecesini belirlemek için kullanılan istatistiksel bir yöntemdir. Pearson korelasyon katsayısı, aralıklı ölçekler ile ölçülmüş olan değişkenlerin aralarındaki ilişkinin yönünü ve derecesini gösteren ve sıklıkla kullanılan bir katsayıdır. Pearson korelasyon katsayısı “r” harfiyle gösterilir. -1 ile +1 arasında değişen bir değer alır. Pearson korelasyon katsayısının eksi (-) değer alması değişkenler arasındaki ilişkinin ters orantılı olduğunu, artı (+) değer alması değişkenler arasındaki ilişkinin doğru orantılı olduğunu gösterir. Pearson korelasyon katsayısının 1’e yaklaşması ilişkinin kuvvetinin arttığını, 0’a yaklaşması ise ilişkinin kuvvetinin azaldığını ifade eder (Durmuş vd., 2018: 143-144).

Araştırma kapsamında ele alınan değişkenler arasındaki ilişkinin görülebilmesi için yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 9’da yer almaktadır. Tablo 9’da görüldüğü üzere örgütsel özdeşleşme ve bireysel yaratıcılık arasında ($r = 0,407$, $p < 0,01$) pozitif yönde

anlamalı bir ilişki olduğu, örgütsel özdeşleşme ve duygusal zekâ arasında ($r= 0,388$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamalı bir ilişki olduğu, örgütsel özdeşleşmenin, kendi duygularını değerlendirme boyutu ile arasında ($r= 0,271$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamalı bir ilişki olduğu, örgütsel özdeşleşmenin, başkalarının duygularını değerlendirme boyutu ile arasında ($r= 0,295$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamalı bir ilişki olduğu, örgütsel özdeşleşmenin, duyguların kullanılması boyutu ile arasında ($r= 0,390$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamalı bir ilişki olduğu, örgütsel özdeşleşmenin, duyguların düzenlenmesi boyutu ile arasında ($r= 0,313$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamalı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Bireysel yaratıcılık ve duygusal zekâ arasında ($r= 0,595$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamalı bir ilişki olduğu görülürken bireysel yaratıcılığın, kendi duygularını değerlendirme boyutu ile arasında ($r= 0,454$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamalı bir ilişki olduğu, bireysel yaratıcılığın, başkalarının duygularını değerlendirme boyutu ile arasında ($r= 0,495$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamalı bir ilişki olduğu, bireysel yaratıcılığın, duyguların kullanılması boyutu ile arasında ($r= 0,547$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamalı bir ilişki olduğu, bireysel yaratıcılığın, duyguların düzenlenmesi boyutu ile arasında ($r= 0,457$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamalı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Duygusal zekânın alt boyutları ile arasındaki ilişki düzeyleri incelendiğinde duygusal zekânın, kendi duygularını değerlendirme boyutu ile arasında ($r= 0,780$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamalı bir ilişki olduğu, başkalarının duygularını değerlendirme boyutu ile arasında ($r= 0,822$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamalı bir ilişki olduğu, duyguların kullanılması boyutu ile arasında ($r= 0,848$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamalı bir ilişki olduğu, duyguların düzenlenmesi boyutu ile arasında ($r= 0,821$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamalı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Duygusal zekânın alt boyutlarının birbiriyle olan ilişkileri incelendiğinde ise kendi duygularını değerlendirme boyutu ile başkalarının duygularını değerlendirme boyutu arasında ($r= 0,643$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamalı bir ilişki olduğu, kendi duygularını değerlendirme boyutu ile duyguların kullanılması boyutu arasında ($r= 0,517$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamalı bir ilişki olduğu, kendi duygularını değerlendirme boyutu ile duyguların düzenlenmesi boyutu arasında ($r= 0,444$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamalı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Başkalarının duygularını değerlendirme boyutunun, duyguların kullanılması boyutu ile arasında ($r= 0,594$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu, başkalarının duygularını değerlendirme boyutu ile duyguların düzenlenmesi alt boyutu arasında ($r= 0,498$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Duyguların kullanılması boyutu ile duyguların düzenlenmesi boyutu arasında ($r= 0,662$, $p< 0,01$) pozitif yönde anlamlı bir şekilde ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 9: Değişkenler Arası Korelasyon Tablosu.

	Ortalama	S.S	1	2	3	4	5	6	7
1.Örgütsel Özdeşleşme	4,0601	,78246	1						
2. Bireysel Yaratıcılık	4,2716	,56576	,407**	1					
3. Duygusal Zekâ	4,3629	,49495	,388**	,595**	1				
4. Kendi Duygularını Değerlendirme	4,4702	,56552	,271**	,454**	,780**	1			
5. Başkalarının Duygularını Değerlendirme	4,4250	,56422	,295**	,495**	,822**	,643**	1		
6. Duyguların Kullanılması	4,3256	,58351	,390**	,547**	,848**	,517**	,594**	1	
7. Duyguların Düzenlenmesi	4,2310	,70685	,313**	,457**	,821**	,444**	,498**	,662**	1

N= 420, **.Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır.

6.3. Hipotez Testlerine İlişkin Bulgular

Bu bölümde araştırma modelinde oluşturulan hipotezlerinin test edilmesi ve hipotez testlerinden elde edilen sonuçlar hakkında bilgiler yer almaktadır.

Bu çalışmada öğretmenlerin duygusal zekâlarının bireysel yaratıcılıkları üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmelerinin aracılık etkisinin olup olmadığını belirlemek amacıyla Bootstrap tekniğine dayalı regresyon analizi yapılmıştır. Son yıllarda yapılan çalışmalarda, Bootstrap tekniği ile yapılan aracılık analizlerinin, Baron ve Kenny'in (1986) geleneksel yöntemini esas alan ve Sobel testine dayalı olarak yapılan aracılık analizlerinden daha güvenilir sonuçlar verdiği kabul edilmektedir (Preacher, Rucker and Hayes, 2007; Hayes, 2018; Gürbüz, 2019). Bu nedenle söz konusu bu çalışmada aracı değişkenleri analiz edebilmek için, Hayes (2018) tarafından oluşturulan Process Makro eklentisi kullanıldığı

gibi Bootstrap tekniğini esas alan 5000 yeniden örneklem seçeneği tercih edilmiştir. Bootstrap tekniği ile yapılan aracılık ve düzenleyicilik etki analizlerinde, araştırma hipotezlerinin desteklenebilmesi için yapılan analiz neticesinde 0,95 güven aralığında verilen (Confidence Interval, CI) değerlerinin sıfır (0) değerini içermemesi gerekmektedir (MacKinnon, Loocwood and Williams, 2004: 121; Gürbüz, 2019: 65-66). Bu noktada Bootstrap alt (BootLLCI) ve Bootstrap üst (BootULCI) değerlerinin, sıfır değerinin altında ya da üstünde olması, aracılık etkisinin anlamlı olduğunu göstermektedir (Zhao, Lynch and Chen, 2010; Gürbüz, 2019).

Araştırma kapsamında ele alınan birinci hipotez “H1: Duygusal zekânın, bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolü bulunmaktadır” şeklindedir. Söz konusu duygusal zekânın, bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolünün olup olmadığına yönelik, yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10’da duygusal zekânın (X) örgütsel özdeşleşme (M) üzerinde ($\beta = ,613$, $p < 0001$) pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu, örgütsel özdeşleşmenin de bireysel yaratıcılık (Y) üzerinde ($\beta = ,149$, $p < 0001$) pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Örgütsel özdeşleşme ve duygusal zekâ birlikte ele alındığında (c’), örgütsel özdeşleşme ve duygusal zekânın, bireysel yaratıcılık üzerinde doğrudan etkisinin ($\beta = ,588$, $p < 05$) pozitif yönde ve anlamlı olduğu görülmektedir. Örgütsel özdeşleşmenin dâhil edilmediği durumda ise duygusal zekânın bireysel yaratıcılık üzerinde (c) toplam etkisinin ($\beta = ,680$, $p < 01$) pozitif yönde anlamlı olduğu görülmektedir.

Tabloda verilen R^2 değerleri açıklanan varyans oranlarını göstermektedir. Buna göre duygusal zekâ, örgütsel özdeşleşme üzerindeki değişimin %15’ini açıklamaktadır. Duygusal zekâ ve örgütsel özdeşleşme birlikte ele alındığında bireysel yaratıcılık üzerindeki değişimin %39’unu açıklamaktadır.

Tablo 10’da duygusal zekânın bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin dolaylı etkisinin olup olmadığı ise Bootstrap tekniği ile elde edilen güven aralığı değerlerine göre tespit edilmiştir. Buna göre duygusal zekânın bireysel yaratıcılık üzerinde dolaylı etkisinin anlamlı olduğu, dolayısıyla örgütsel özdeşleşmenin, duygusal zekâ ile bireysel yaratıcılık arasındaki ilişkiye aracılık ettiği tespit edilmiştir ($\beta = ,0917$, % 95 BCA CI [,0460, ,1497]). Yapılan Bootstrap analizi neticesinde düzeltilmiş yanlışlık ve

hızlandırılmış güven aralığı değerlerinin (BCA ve CI) sıfır (0) değerini kapsamadığı görülmektedir. Ayrıca aracılık etkisinin tam standardize etki büyüklüğü (K^2) ,080 düzeyinde olup bu değer orta değere yakın bir etki büyüklüğünde olduğu görülmektedir. Etki büyüklükleri yorumlanırken genellikle $K^2 = ,01$ 'e yakın ise düşük etki, $K^2 = ,09$ 'a yakın ise orta etki, $K^2 = ,25$ 'e yakın ise yüksek etki şeklinde yorumlanmaktadır (Preacher and Kelly, 2011: 106; Gürbüz, 2019: 72). Bu sonuçlar doğrultusunda araştırmanın birinci hipotezi (H1) desteklenmiştir.

Tablo 10: Duygusal Zekânın, Bireysel Yaratıcılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Testine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları.

Tahmin Değişkenleri	Sonuç Değişkenleri					
	M (Örgütsel Özdeşleşme)			Y (Bireysel Yaratıcılık)		
		β	S.H		β	S.H
X (Duygusal Zekâ)	a	,613***	,071	c'	,588*	,047
	-	-	-	c	,680**	,044
M (Örgütsel Özdeşleşme)	-	-	-	b	,149***	,030
Sabit	$\bar{I}_M$	1,383***	,312	$\bar{I}_Y$	1,096***	,196
(N= 420)	$R^2 = ,150$			$R^2 = ,390$		
	F(1; 418)= 74.1360; p < ,001			F(2; 417)= 133.6840; p < ,001		
Dolaylı etki Standardize etki (K ²)	$\beta = ,0917$, % 95 BCA CI (,0460, ,1497). ,080					

Not: *p < .05, ** p < .01, *** p < .001, S.H: Standart Hata. Standardize edilmemiş beta katsayıları (β) raporlanmıştır. R^2 değerleri açıklanan varyansı göstermektedir.

Araştırma kapsamında ele alınan bir diğer hipotez “ H1.1: Kendi duygularını değerlendirme boyutunun bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolü bulunmaktadır” şeklindedir. Söz konusu kendi duygularını değerlendirme boyutunun, bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolünün olup olmadığına yönelik, yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11’de kendi duygularını değerlendirme boyutunun (X) örgütsel özdeşleşme (M) üzerinde ($\beta = ,374$, p< 0001) pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu, örgütsel özdeşleşmenin de bireysel yaratıcılık (Y) üzerinde ($\beta = ,221$, p< 0001) pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Örgütsel özdeşleşme ve kendi duygularını değerlendirme boyutu birlikte ele alındığında (c'), örgütsel özdeşleşme ve kendi duygularını değerlendirme boyutunun, bireysel yaratıcılık üzerinde doğrudan etkisinin ($\beta = ,371$, p< 05) pozitif yönde ve anlamlı olduğu görülmektedir. Örgütsel özdeşleşmenin dâhil edilmediği durumda ise kendi duygularını değerlendirme boyutunun, bireysel yaratıcılık üzerinde (c) toplam etkisinin ($\beta = ,454$, p< 01) pozitif yönde anlamlı olduğu görülmektedir.

Tabloda verilen R^2 değerleri açıklanan varyans oranlarını göstermektedir. Buna göre kendi duygularını değerlendirme boyutu, örgütsel özdeşleşme üzerindeki değişimin %7'sini açıklamaktadır. Kendi duygularını değerlendirme boyutu ve örgütsel özdeşleşme birlikte ele alındığında bireysel yaratıcılık üzerindeki değişimin %29'unu açıklamaktadır.

Tablo 11'de kendi duygularını değerlendirme boyutunun (KDD), bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin dolaylı bir şekilde etkisinin olup olmadığı, Bootstrap tekniği ile elde edilen güven aralığı değerlerine göre tespit edilmiştir. Buna göre kendi duygularını değerlendirme boyutunun, bireysel yaratıcılık üzerinde dolaylı etkisinin anlamlı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla örgütsel özdeşleşmenin, kendi duygularını değerlendirme boyutu ile bireysel yaratıcılık arasındaki ilişkide aracılık etkisinin olduğu tespit edilmiştir ($\beta = ,0829$, % 95 BCA CI $[,0459, ,1277]$). Yapılan Bootstrap analizi neticesinde düzeltilmiş yanlışlık ve hızlandırılmış güven aralığı değerlerinin (BCA ve CI) sıfır (0) değerini kapsamadığı görülmektedir. Ayrıca aracılık etkisinin tam standardize etki büyüklüğü (K^2) ,082 düzeyinde olup bu değer orta değere yakın bir etki büyüklüğünde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda araştırmanın diğer bir hipotezi (H1.1) de desteklenmiştir.

Tablo 11: Kendi Duygularını Değerlendirme Boyutunun Bireysel Yaratıcılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Testine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları.

Tahmin Değişkeni	Sonuç Değişkenleri					
	M (Örgütsel Özdeşleşme)			Y (Bireysel Yaratıcılık)		
		β	S.H		β	S.H
X (Kendi Duygularımı Değerlendirme)	a	,374***	,065	c'	,371*	,042
				c	,454**	,043
M (Örgütsel Özdeşleşme)	-	-	-	b	,221***	,030
Sabit	$\hat{I}_M$	2,385***	,293	$\hat{I}_Y$	1,713***	,199
(N= 420)	$R^2 = ,073$			$R^2 = ,293$		
	$F(1; 418)= 33.0514; p < ,001$			$F(2; 417)= 86.3907; p < ,001$		
Dolaylı etki Standardize etki (K^2)	$\beta = ,0829$, % 95 BCA CI (,0459, ,1277). ,082					

Not: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, S.H: Standart Hata. Standardize edilmemiş beta katsayıları (β) raporlanmıştır. R^2 değerleri açıklanan varyansı göstermektedir.

Araştırma kapsamında ele alınan diğer bir hipotez “ H1.2: Başkalarının duygularını değerlendirme boyutunun bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolü bulunmaktadır” şeklindedir. Söz konusu başkalarının duygularını değerlendirme boyutunun bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolünün olup olmadığına yönelik, yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12’de başkalarının duygularını değerlendirme boyutunun (X), örgütsel özdeşleşme (M) üzerinde ($\beta = ,409$, $p < 0001$) pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu, örgütsel özdeşleşmenin de bireysel yaratıcılık (Y) üzerinde ($\beta = ,206$, $p < 0001$) pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Örgütsel özdeşleşme ve başkalarının duygularını değerlendirme boyutu birlikte ele alındığında (c’), örgütsel özdeşleşme ve başkalarının duygularını değerlendirme boyutunun, bireysel yaratıcılık üzerinde doğrudan etkisinin ($\beta = ,411$, $p < 05$) pozitif yönde anlamlı olduğu görülmektedir. Örgütsel özdeşleşmenin dâhil edilmediği durumda ise başkalarının duygularını değerlendirme boyutunun, bireysel yaratıcılık üzerinde (c) toplam etkisinin ($\beta = ,496$, $p < 01$) pozitif yönde anlamlı olduğu görülmektedir.

Tabloda verilen R^2 değerleri açıklanan varyans oranlarını göstermektedir. Buna göre başkalarının duygularını değerlendirme boyutu, örgütsel özdeşleşme üzerindeki değişimin %8’ini açıklamaktadır. Başkalarının duygularını değerlendirme boyutu ve örgütsel özdeşleşme birlikte ele alındığında bireysel yaratıcılık üzerindeki değişimin %31’ini açıklamaktadır.

Tablo 12’de başkalarının duygularını değerlendirme (BDD) boyutunun, bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin dolaylı etkisinin olup olmadığı, Bootstrap tekniği ile elde edilen güven aralığı değerlerine göre tespit edilmiştir. Buna göre başkalarının duygularını değerlendirme boyutunun, bireysel yaratıcılık üzerinde dolaylı etkisinin anlamlı olduğu, dolayısıyla örgütsel özdeşleşmenin, başkalarının duygularını değerlendirme boyutu ile bireysel yaratıcılık arasındaki ilişkide aracılık etkisinin olduğu tespit edilmiştir ($\beta = ,0845$, % 95 BCA CI [,0451, ,1344]). Yapılan Bootstrap analizi neticesinde düzeltilmiş yanlılık ve hızlandırılmış güven aralığı değerlerinin (BCA ve CI) sıfır (0) değerini kapsamadığı görülmektedir. Ayrıca aracılık etkisinin tam standardize etki büyüklüğü ise (K^2) ,084 düzeyinde olup bu değer orta değere yakın bir etki büyüklüğünde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda araştırmanın bir diğer hipotezi (H1.2) de desteklenmiştir.

Tablo 12: Başkalarının Duygularını Değerlendirme Boyutunun Bireysel Yaratıcılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Testine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları.

Tahmin Değişkenleri	Sonuç Değişkenleri					
	M (Örgütsel Özdeşleşme)			Y (Bireysel Yaratıcılık)		
		β	S.H		β	S.H
X (Başkalarının Duygularını Değerlendirme)	a	,409***	,064	c'	,411*	,042
	-	-	-	c	,496**	,042
M (Örgütsel Özdeşleşme)	-	-	-	b	,206***	,030
Sabit	$\bar{I}_M$	2,248***	,289	$\bar{I}_Y$	1,611***	,193
(N= 420)	$R^2 = ,087$			$R^2 = ,319$		
	F(1; 418)= 39,9295; p < ,001			F(2; 417)= 97,7739; p < ,001		
Dolaylı etki Standardize etki (K^2)	$\beta = ,0845$, % 95 BCA CI (,0451, ,1344). ,084					

Not: *p < .05, ** p < .01, *** p < .001, S.H: Standart Hata. Standardize edilmemiş beta katsayıları (β) raporlanmıştır. R^2 değerleri açıklanan varyansı göstermektedir.

Araştırma kapsamında ele alınan diğer bir hipotez “ H1.3: Duyguları kullanabilme boyutunun bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolü bulunmaktadır” şeklindedir. Söz konusu duyguları kullanabilme boyutunun bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolünün olup olmadığına yönelik, yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 13’de verilmiştir.

Tablo 13’de duyguları kullanabilme boyutunun (X), örgütsel özdeşleşme (M) üzerinde ($\beta = ,523$, p< 0001) pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu, örgütsel özdeşleşmenin de bireysel yaratıcılık (Y) üzerinde ($\beta = ,164$, p< 0001) pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Örgütsel özdeşleşme ve duyguları kullanabilme boyutu birlikte ele alındığında (c'), örgütsel özdeşleşme ve duyguları kullanabilme boyutunun, bireysel yaratıcılık üzerinde doğrudan etkisinin ($\beta = ,444$, p< 05) pozitif yönde anlamlı olduğu görülmektedir. Örgütsel özdeşleşmenin dâhil edilmediği durumda ise duygusal zekânın alt boyutu olan duyguları kullanabilme boyutunun, bireysel yaratıcılık üzerinde (c) toplam etkisinin ($\beta = ,530$, p< 01) pozitif yönde anlamlı olduğu görülmektedir.

Tabloda verilen R^2 değerleri açıklanan varyans oranlarını göstermektedir. Buna göre duyguları kullanabilme boyutu, örgütsel özdeşleşme üzerindeki değişimin %15’ini açıklamaktadır. Duyguları kullanabilme boyutu ve örgütsel özdeşleşme birlikte ele alındığında bireysel yaratıcılık üzerindeki değişimin %34’ünü açıklamaktadır.

Tablo 13’de duyguları kullanabilme (DK) boyutunun, bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin dolaylı etkisinin olup olmadığı, Bootstrap tekniği ile edilen güven aralığı değerlerine göre tespit edilmiştir. Buna göre duyguları kullanabilme

boyutunun, bireysel yaratıcılık üzerinde dolaylı etkisinin anlamlı olduğu, dolayısıyla örgütsel özdeşleşmenin, duyguları kullanabilme boyutu ile bireysel yaratıcılık arasındaki ilişkiye aracılık ettiği tespit edilmiştir ($\beta = ,0862$, % 95 BCA CI $[,0454, ,1377]$). Yapılan Bootstrap analizi neticesinde düzeltilmiş yanlılık ve hızlandırılmış güven aralığı değerlerinin (BCA ve CI) sıfır (0) değerini kapsamadığı görülmektedir. Ayrıca aracılık etkisinin tam standardize etki büyüklüğü ise (K^2) ,088 düzeyinde olup bu değer orta değere yakın bir etki büyüklüğünde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda araştırmamızın bir diğer hipotezi (H1.3) de desteklenmiştir.

Tablo 13: Duyguları Kullanabilme Boyutunun, Bireysel Yaratıcılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Testine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları.

Tahmin Değişkenleri	Sonuç Değişkenleri					
	M (Örgütsel Özdeşleşme)			Y (Bireysel Yaratıcılık)		
		β	S.H		β	S.H
X (Duyguları Kullanabilme)	a	,523***	,060	c'	,444	,041
	-	-	-	c	,530**	,039
M (Örgütsel Özdeşleşme)	-	-	-	b	,164***	,031
Sabit	$\bar{I}_M$	1,795***	,263	$\bar{I}_Y$	1,681***	,177
(N= 420)	$R^2 = ,152$			$R^2 = ,343$		
	$F(1; 418)= 75.1391; p < ,001$			$F(2; 417)= 109.0210; p < ,001$		
Dolaylı etki	$\beta = ,0862$, % 95 BCA CI (,0454, ,1377).					
Standardize etki (K^2)	,088					

Not: *p < .05, ** p < .01, *** p < .001, S.H: Standart Hata. Standardize edilmemiş beta katsayıları (β) raporlanmıştır. R^2 değerleri açıklanan varyansı göstermektedir.

Araştırma kapsamında ele alınan diğer bir hipotez “ H1.4: Duyguları düzenleme boyutunun bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolü bulunmaktadır” şeklindedir. Söz konusu duyguları düzenleme boyutunun bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolünün olup olmadığına yönelik, yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 14’de verilmiştir.

Tablo 14’de Duyguları düzenleme boyutunun (X), örgütsel özdeşleşme (M) üzerinde ($\beta = ,346$, $p < 0001$) pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu, örgütsel özdeşleşmenin de bireysel yaratıcılık (Y) üzerinde ($\beta = ,211$, $p < 0001$) pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Örgütsel özdeşleşme ve duyguları düzenleme boyutu birlikte ele alındığında (c'), örgütsel özdeşleşme ve duyguları düzenleme boyutunun, bireysel yaratıcılık üzerinde doğrudan etkisinin ($\beta = ,293$, $p < 05$) pozitif yönde anlamlı olduğu görülmektedir. Örgütsel özdeşleşmenin dâhil edilmediği durumda ise duyguları düzenleme boyutunun,

bireysel yaratıcılık üzerinde (c) toplam etkisinin ($\beta = ,366$, $p < 01$) pozitif yönde anlamlı olduğu görülmektedir.

Tabloda verilen R^2 değerleri açıklanan varyans oranlarını göstermektedir. Buna göre duyguları düzenleme boyutu, örgütsel özdeşleşme üzerindeki değişimin %9'unu açıklamaktadır. Duyguları düzenleme boyutu ve örgütsel özdeşleşme birlikte ele alındığında bireysel yaratıcılık üzerindeki değişimin %28'ini açıklamaktadır.

Tablo 14'de duyguları düzenleme (DD) boyutunun, bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin dolaylı etkisinin olup olmadığı, Bootstrap tekniği ile edilen güven aralığı değerlerine göre tespit edilmiştir. Buna göre duyguları düzenleme boyutunun, bireysel yaratıcılık üzerinde dolaylı etkisinin anlamlı olduğu, dolayısıyla örgütsel özdeşleşmenin, duyguları düzenleme (DD) boyutu ile bireysel yaratıcılık arasındaki ilişkiye aracılık ettiği tespit edilmiştir ($\beta = ,0731$, % 95 BCA CI [,0413, ,1151]). Yapılan Bootstrap analizi neticesinde düzeltilmiş yanlışlık ve hızlandırılmış güven aralığı değerlerinin (BCA ve CI) sıfır (0) değerini kapsamadığı görülmektedir. Ayrıca aracılık etkisinin tam standardize etki büyüklüğü ise (K^2) ,091 düzeyinde olup bu değer orta değere yakın bir etki büyüklüğünde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda araştırmanın bir diğer hipotezi (H1.4) de desteklenmiştir.

Tablo 14: Duyguları Düzenleme Boyutunun, Bireysel Yaratıcılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Testine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları.

Tahmin Değişkenleri	Sonuç Değişkenleri					
	M (Örgütsel Özdeşleşme)			Y (Bireysel Yaratıcılık)		
		β	S.H		β	S.H
X (Duyguları Düzenleme)	a	,346***	,051	c'	,293*	,034
	-	-	-	c	,366**	,034
M (Örgütsel Özdeşleşme)	-	-	-	b	,211***	,031
Sabit	$\hat{I}_M$	2,596***	,220	$\hat{I}_Y$	2,174***	,163
(N= 420)	$R^2 = ,097$			$R^2 = ,286$		
	$F(1; 418)= 45.2659; p < ,001$			$F(2; 417)= 83.6271; p < ,001$		
Dolaylı etki	$\beta = ,0731$, % 95 BCA CI (,0413, ,1151).					
Standardize etki (K^2)	,091					

Not: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, S.H: Standart Hata. Standardize edilmemiş beta katsayıları (β) raporlanmıştır. R^2 değerleri açıklanan varyansı göstermektedir.

6.4. Araştırma Değişkenlerinin Demografik Değişkenlere Göre Değerlendirilmesi Sonucu Elde Edilen Bulgular

Bu bölümde araştırmaya dâhil edilen değişkenlerin katılımcıların, demografik özelliklerine göre değerlendirilmesi sonucunda elde edilen bulgular üzerinde durulmaktadır. Araştırma değişkenlerinin katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini gözlemlemek amacıyla, Independent Samples t Testi, One Way ANOVA, Welch ve Brown-Forsythe testleri yapılmıştır.

Fark testlerinin yapılabilmesi için öncelikle aralıklı ölçekle ölçülmüş bir özeliğin olması ve birbirinden bağımsız oluşan sınıflı bir değişkenin olması gerekmektedir. Sınıflı değişken iki alt gruptan oluştuğu zaman t-testi, ikiden daha fazla alt gruptan oluştuğu zaman ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmaktadır (Durmuş vd., 2018: 117). Bu noktada araştırma değişkenlerinin, katılımcıların cinsiyet ve medeni durumlarına göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla t-testi gerçekleştirilmiştir. t-testi iki bağımsız grup arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını belirlemek amacıyla uygulanmaktadır (Sayım, 2019: 30). Araştırma değişkenlerinin katılımcıların, yaş, gelir, eğitim durumu, hane kişi sayısı, branş, pozisyon ve çalışma süresi gibi demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla “Tek Yönlü ANOVA” testi, Welch ve Brown-Forsythe testleri uygulanmaktadır.

Bağımsız gruplar t-testinin, test istatistiği gruplar arası varyansların eşit olup olmadığına göre farklılık gösterebilmektedir. Bu nedenle t-testi yapılmadan önce gruplar arası varyansların eşit olup olmadığını test etmek gerekmektedir. Gruplar arası varyansların eşitliği ise Levene testi ile yapılmaktadır. Homojenlik testi olarak da bilinen bu testin sonuçları yorumlanırken öncelikle Levene’s testinin varyansların eşitliğini gösteren anlamlılık (Significance) değerine bakmak gerekmektedir. Levene’s testinin anlamlılık değerinin 0,05 değerinden ($p < 0,05$) küçük olması durumunda iki grup arasında varyansların eşit olmadığı, Levene’s testinin anlamlılık değerinin 0,05 değerinden ($p > 0,05$) büyük olması durumunda ise varyansların eşit olduğu varsayılmaktadır (Durmuş vd., 2018: 118-120).

Çalışmanın bu kısmında araştırma değişkenlerinin katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan analizler neticesinde elde edilen farklılıklar üzerinde durulmaktadır.

6.4.1. Katılımcıların Duygusal Zekâ Düzeylerinin Demografik Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi

Araştırma kapsamında yapılan t Testi sonucuna göre katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin, medeni durumları açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Katılımcıların medeni durumları açısından duygusal zekâ düzeylerinde anlamlı farklılıkların olup olmadığını gözlemlemek amacıyla yapılan Independent Samples t Testinin sonuçları Tablo 15’de gösterilmektedir. Tablo 15 incelendiğinde t-testinin sonuç tablosunda Levene’s testinin anlamlılığının 0,586 olduğu ($p > 0,05$) dolayısıyla varyansların homojen olduğu görülmektedir. Bu durumda değerlendirmeye alınan t-testinin anlamlılığını gösteren Sig.(2 Tailed) değerine bakılmaktadır. Sig.(2 Tailed) değeri bu araştırmada 0,004 olarak ($p < 0,05$) bulunduğu için gruplar arasında ortalamaların anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Başka bir ifade ile katılımcıların duygusal zekâ ortalamaları medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir. Evli olan katılımcıların duygusal zekâ ortalamalarının, bekâr katılımcılara oranla biraz daha yüksek olduğu ($t_{(418)} = 2,886$; $p = 0,004 < 0,05$) görülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda katılımcıların duygusal zekâ ortalamalarının, medeni durum değişkeni açısından, bekâr olan katılımcılara göre evli olan katılımcılarda anlamlı bir şekilde biraz daha yüksek olduğu (Evli= 4,38, SS= 0,48; Bekâr = 4,15, SS= 0,51) görülmektedir.

Tablo 15: Duygusal Zekânın Medeni Durum Açısından İncelenmesine Yönelik Yapılan Independent Samples t Testi Sonuçları.

Medeni Durum	N	Ortalama	S.S.	t-testi	Sig.(2 Tailed)	Levene’s
Evli	380	4,3854	0,48765	2,886	0,004**	0,586*
Bekâr	40	4,1500	0,51922			

SS: Standart Sapma, * $p > 0,05$, ** $p < 0,05$.

Yapılan testler neticesinde katılımcıların, duygusal zekâ düzeylerinin medeni durumları açısından farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılırken diğer demografik özellikler açısından farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Katılımcıların, duygusal zekâ düzeyleri, medeni durumları açısından farklılık gösterdiğinden araştırmanın bir diğer hipotezi olan (H2.) desteklenmiştir.

6.4.2. Katılımcıların Kendi Duygularını Değerlendirme Düzeylerinin Demografik Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi

Araştırma kapsamında yapılan t Testi sonucuna göre katılımcıların kendi duygularını değerlendirme düzeylerinin, cinsiyet durumları ve medeni durumları açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Katılımcıların cinsiyet durumlarına göre kendi duygularını değerlendirme düzeylerinde anlamlı değişimlerin yaşanıp yaşanmadığını gözlemlemek amacıyla yapılan Independent Samples t Testinin sonuçları Tablo 16’da gösterilmektedir. Tablo 16’da Levene’s testinin anlamlılık düzeyinin 0,812 olduğu ($p > 0,05$) dolayısıyla varyansların homojen olduğu görülmektedir. Bu durumda değerlendirmeye alınan t-testinin anlamlılığını gösteren Sig.(2 Tailed) değerine bakılmaktadır. Sig.(2 Tailed) değeri bu araştırma için 0,031 olarak ($p < 0,05$) tespit edildiğinden katılımcıların, cinsiyet değişkenindeki kadın ve erkek gruplarının ortalamaları arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmaktadır ($t_{(418)} = -2,160$; $p = 0,031 < 0,05$). Bu sonuçlar doğrultusunda kendi duygularını değerlendirme seviyelerinin cinsiyet değişkeni açısından, erkek katılımcılara oranla kadın katılımcılarda anlamlı bir şekilde biraz daha yüksek olduğu (Kadın= 4,51, SS= 0,57; Erkek= 4,39, SS= 0,55) görülmektedir.

Tablo 16: Kendi Duygularını Değerlendirme Boyutunun Cinsiyet Değişkeni Açısından İncelenmesine Yönelik Yapılan Independent Samples t Testi Sonuçları.

Cinsiyet	N	Ortalama	S.S.	t-Testi	Sig.(2 Tailed)	Levene’s
Erkek	152	4,3914	0,57735	-2,160	0,031**	0,812*
Kadın	268	4,5149	0,55482			

SS: Standart Sapma, * $p > 0,05$, ** $p < 0,05$.

Katılımcıların medeni durumlarına göre kendi duygularını değerlendirme düzeylerinde anlamlı değişimlerin yaşanıp yaşanmadığını gözlemlemek amacıyla yapılan Independent Samples t Testinin sonuçları Tablo 17’de gösterilmektedir. Tablo 17’de yer alan Levene’s testinin anlamlılık düzeyinin 0,105 olduğu ($p > 0,05$) dolayısıyla varyansların homojen olduğu görülmektedir. Bu durumda değerlendirmeye alınan t-testinin anlamlılığını gösteren Sig.(2 Tailed) değerine bakılmaktadır. Sig.(2 Tailed) değeri bu araştırma için 0,006 olarak ($p < 0,05$) tespit edildiğinden, medeni durum değişkenindeki evli ve bekâr grupların ortalamaları arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmaktadır ($t_{(418)} = 2,758$; $p = 0,006 < 0,05$). Bu sonuçlar doğrultusunda, kendi duygularını değerlendirme seviyelerinin,

bekâr olan katılımcılara göre evli olan katılımcılarda anlamlı bir şekilde biraz daha yüksek olduğu (Evli= 4,49, SS= 0,54; Bekâr = 4,23, SS= 0,67) görülmektedir.

Tablo 17: Kendi Duygularını Değerlendirme Boyutunun Medeni Durum Açısından İncelenmesine Yönelik Yapılan Independent Samples t Testi Sonuçları.

Medeni Durum	N	Ortalama	S.S.	t-testi	Sig.(2 Tailed)	Levene's
Evli	380	4,4947	0,54752	2,758	0,006**	0,105*
Bekâr	40	4,2375	0,67925			

SS: Standart Sapma, *p> 0,05, **p< 0,05.

Yapılan testler neticesinde katılımcıların, kendi duygularını değerlendirme düzeylerinin, cinsiyet ve medeni durumları açısından farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılırken diğer demografik özelliklerine göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Katılımcıların, kendi duygularını değerlendirme düzeyleri, cinsiyet ve medeni durumları açısından farklılık gösterdiğinden araştırmanın bir diğer hipotezi olan (H2.1) desteklenmiştir.

6.4.3. Katılımcıların Başkalarının Duygularını Değerlendirme Düzeylerinin Demografik Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi

Araştırma kapsamında yapılan t Testi sonucuna göre katılımcıların başkalarının duygularını değerlendirme düzeylerinin, cinsiyet ve medeni durumları açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Katılımcıların başkalarının duygularını değerlendirme düzeylerinin, cinsiyet durumlarına göre anlamlı bir şekilde farklılık gösterip göstermediğini gözlemlemek amacıyla yapılan Independent Samples t Testinin sonuçları Tablo 18’de gösterilmektedir. Tablo 18’de Levene’s testinin anlamlılık düzeyinin 0,176 olduğu ($p > 0,05$) dolayısıyla varyansların homojen olduğu görülmektedir. Bu durumda değerlendirmeye alınan t-testinin anlamlılığını gösteren Sig.(2 Tailed) değerine bakılmaktadır. Sig.(2 Tailed) değeri bu araştırma için 0,008 olarak ($p < 0,05$) tespit edildiğinden, cinsiyet değişkenindeki kadın ve erkek grupların ortalamaları arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmaktadır ($t_{(418)} = -2,646$; $p = 0,031 < 0,05$). Bu sonuçlar doğrultusunda katılımcıların, başkalarının duygularını değerlendirme seviyelerinin, cinsiyet değişkeni açısından, erkek katılımcılara göre kadın katılımcılarda anlamlı bir şekilde biraz daha yüksek olduğu (Kadın= 4,47, SS= 0,52; Erkek= 4,32, SS= 0,61) sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 18: Başkalarının Duygularını Değerlendirme Boyutunun Cinsiyet Değişkeni Açısından İncelenmesine Yönelik Yapılan Independent Samples t Testi Sonuçları.

Cinsiyet	N	Ortalama	S.S.	t-Testi	Sig.(2 Tailed)	Levene's
Erkek	152	4,3289	0,61468	-2,646	0,008**	0,176*
Kadın	268	4,4795	0,52694			

SS: Standart Sapma, *p> 0,05, **p< 0,05.

Katılımcıların başkalarının duygularını değerlendirme düzeylerinin, medeni durumlarına göre anlamlı bir şekilde farklılık gösterip göstermediğini gözlemlemek amacıyla yapılan Independent Samples t Testinin sonuçları Tablo 19'da gösterilmektedir.

Tablo 19'da Levene's testinin anlamlılık düzeyinin 0,805 olduğu ($p > 0,05$) dolayısıyla varyansların homojen olduğu görülmektedir. Bu durumda değerlendirmeye alınan t-testinin anlamlılığını gösteren Sig.(2 Tailed) değerine bakılmaktadır. Sig.(2 Tailed) değeri bu araştırma için 0,003 olarak ($p < 0,05$) tespit edildiğinden, medeni durum değişkeni açısından evli ve bekâr grupların ortalamaları arasında anlamlı bir farkın olduğu görülmektedir. ($t_{(418)} = 2,974$; $p = 0,003 < 0,05$). Bu sonuçlar doğrultusunda katılımcıların, başkalarının duygularını değerlendirme seviyelerinin, medeni durumları açısından, bekâr olan katılımcılara göre evli olan katılımcılarda anlamlı bir şekilde biraz daha yüksek olduğu (Evli= 4,45, SS= 0,55; Bekâr = 4,17, SS= 0,62) sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 19: Başkalarının Duygularını Değerlendirme Boyutunun Medeni Durum Açısından İncelenmesine Yönelik Yapılan Independent Samples t Testi Sonuçları.

Medeni Durum	N	Ortalama	S.S.	t-testi	Sig.(2 Tailed)	Levene's
Evli	380	4,4513	0,55138	2,974	0,003**	0,805*
Bekâr	40	4,1750	0,62839			

SS: Standart Sapma, *p> 0,05, **p< 0,05.

Yapılan testler neticesinde katılımcıların, başkalarının duygularını değerlendirme düzeylerinin, cinsiyet ve medeni durumları açısından farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılırken diğer demografik özelliklere göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Katılımcıların, başkalarının duygularını değerlendirme düzeyleri, cinsiyet ve medeni durumları açısından farklılık gösterdiğinden araştırmanın bir diğer hipotezi olan (H2.2) desteklenmiştir.

6.4.4. Katılımcıların Duyguların Kullanılması Düzeylerinin Demografik Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi

Araştırma kapsamında yapılan t Testi ve ANOVA testi sonuçlarına göre katılımcıların duyguları kullanma düzeylerinin, medeni durum ve gelir durumları açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Katılımcıların duyguları kullanılma düzeylerinin, medeni durumları açısından farklılık gösterip göstermediğini gözlemlemek amacıyla yapılan Independent Samples t Testinin sonuçları Tablo 20’de gösterilmektedir. Tablo 20 incelendiğinde Levene’s testinde anlamlılık değerinin (Sig.) 0,654 ($p > 0,05$) olduğu, dolayısıyla varyansların homojen olduğu görülmektedir. Bu durumda değerlendirmeye alınan t-testinin anlamlılık değerini gösteren Sig.(2 Tailed) değerine bakılmaktadır. Sig.(2 Tailed) değeri bu araştırma için 0,003 ($p < 0,05$) olarak tespit edildiğinden, evli ve bekâr iki bağımsız grup arasında ortalamaların anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Başka bir ifade ile katılımcıların duyguları kullanma düzeyleri, medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir. Evli olan katılımcıların duyguları kullanma düzeyleri, bekâr katılımcılara oranla biraz daha yüksek ($t_{(418)} = 3,027$; $p = 0,003 < 0,05$) çıkmaktadır. Bu sonuçlar doğrultusunda katılımcıların duyguları kullanılma düzeylerinin, medeni durumları açısından, bekâr olan katılımcılara göre evli olan katılımcılarda anlamlı bir şekilde biraz daha yüksek olduğu (Evli= 4,35, SS= 0,57; Bekâr = 4,06, SS= 0,59) sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 20: Duyguların Kullanılması Boyutunun Medeni Durum Açısından İncelenmesine Yönelik Yapılan Independent Samples t Testi Sonuçları.

Medeni Durum	N	Ortalama	S.S.	t-testi	Sig.(2 Tailed)	Levene’s
Evli	380	4,3533	0,57604	3,027	0,003**	0,654*
Bekâr	40	4,0625	0,59579			

SS: Standart Sapma, * $p > 0,05$, ** $p < 0,05$.

Katılımcıların duyguları kullanma düzeylerinin, gelir durumları açısından anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğini gözlemlemek amacıyla uygulanan ANOVA testinin sonuçları Tablo 21’de gösterilmektedir. Tablo 21’de Levene testinin anlamlılık değerinin 0,439 olduğu ($p > 0,05$) dolayısıyla ANOVA testi için ön koşul olan homojenliğin sağlandığı anlaşılmaktadır (Durmuş vd., 2018: 118-120). Tablo 21’de yer alan ANOVA testine yönelik sonuçlar incelendiğinde, anlamlılık değeri ($p = 0,029 < 0,05$) olarak bulunduğu için

katılımcıların duyguları kullanılma düzeylerinin, gelir durumlarına göre anlamlı olarak farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Katılımcıların duyguları kullanma düzeylerinde, gelir durumları açısından anlamlı farklılığın ortaya çıkması nedeniyle bu farklılığın hangi gruplar arasında meydana geldiğini tespit etmek amacıyla Post Hoc analizlerinden Tukey testi uygulanmıştır. Tukey testi, ANOVA testi sonucunda ulaşılan farklılığın hangi gruplar arasında meydana geldiğini gözlemlemek amacıyla yapılan ikili karşılaştırma testlerindendir (Durmuş vd., 2018: 124-130). Tukey testi sonucunda, 4000-4999 TL geliri olan 1. Grup ile 6000-6999 TL geliri olan 3. grup arasında istatistiksel olarak anlamlı (Sig.= 0,011; $p < 0,05$) olan bir farkın bulunduğu gözlemlenmiştir (1.grup $_{(4000-4999\text{ TL})} = 4,22$; 3.grup $_{(6000-6999\text{ TL})} = 4,50$). Gelir durumu değişkenindeki diğer gruplar arasında ise herhangi anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Tablo 21: Gelir Durumu Açısından Duyguların Kullanılmasına İlişkin Yapılan Tek Yönlü ANOVA Testi Sonuçları.

Duyguların Kullanılması				Tanımlayıcı İstatistikler			
				Gelir Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma
Varyansların Homojenliği Testi				4000-4999	126	4,222	,628
				5000-5999	211	4,325	,561
				6000-6999	69	4,503	,546
				7000-7999	8	4,312	,417
				8000 ve +	6	4,458	,600
Levene Statistic				Toplam	420	4,325	,583
df1							
df2							
Sig.							
,943							
4							
415							
,439							
ANOVA	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Karesi	F	Anlamlılık (Sig.)		
Gruplar arası	3,640	4	,910	2,717	,029		
Grup içi	139,022	415	,335				
Toplam	142,662	419					

Yapılan testler neticesinde katılımcıların duyguları kullanılma düzeylerinin, medeni durum ve gelir durumu açısından farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılrken diğer demografik özelliklere göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Katılımcıların, duyguları kullanılma düzeyleri, medeni durum ve gelir durumu açısından farklılık gösterdiğinden araştırmanın bir diğer hipotezi olan (H2.3) desteklenmiştir.

6.4.5. Katılımcıların Duyguları Düzenleme Düzeylerinin Demografik Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi

Araştırma kapsamında yapılan Welch ve Brown-Forsythe Testleri sonuçlarına göre katılımcıların duyguları düzenleme düzeylerinin gelir durumları açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Katılımcıların duyguları düzenlenme düzeylerinin, gelir durumları açısından anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğini gözlemlemek amacıyla yapılan Welch ve Brown-Forsythe testlerinin sonuçları Tablo 22’de gösterilmektedir. Welch ve Brown-Forsythe testleri, ANOVA testi yapabilmenin ön koşulu olan homojenliğin sağlanamadığı durumlarda yapılan alternatif testlerdir (Durmuş vd., 2018: 133). Tablo 22 incelendiğinde, Welch ve Brown-Forsythe testlerinin anlamlılık değerlerinin 0,05’den küçük olduğu ($p < 0,05$) dolayısıyla katılımcıların duyguları düzenlenme düzeylerinin, gelir durumları açısından anlamlı farklılıklar oluşturduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Katılımcıların duyguları düzenlenme düzeylerinin, gelir durumları açısından hangi gruplar arasında anlamlı farklılıklar oluşturduğunu tespit etmek için Post hoc testlerinden Tamhane’s T2 uygulanmıştır. Bu test Levene testinde varyansların eşit olmadığı durumlarda yapılan Welch ve Brown-Forsythe testleri sonucunda ulaşılan farklılıkların hangi gruplar arasında meydana geldiğini tespit etmek amacıyla kullanılan ikili karşılaştırma testidir (Durmuş vd., 2018: 130-134). Yapılan Tamhane’s T2 testi sonucunda, 1. grup ile 3. grup arasında istatistiksel olarak anlamlı (Sig. = 0,000; $p < 0,05$) olan bir farkın (1.grup (4000-4999_{TL})= 4,08; 3.grup (6000-6999_{TL})= 4,35) olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca 3. grup ile 4. grup arasında da istatistiksel olarak anlamlı (Sig. = 0,000; $p < 0,05$) olan bir farkın (3.grup (6000-6999_{TL})= 4,35; 4.grup (7000-7999_{TL})=3,81) olduğu da tespit edilmiştir. Gelir durumu değişkenindeki diğer gruplar arasında ise herhangi anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Tablo 22: Gelir Durumu Açısından Duyguların Düzenlenmesine İlişkin Yapılan Welch ve Brown-Forsythe Testlerinin Sonuçları.

Duyguların Düzenlenmesi				Tanımlayıcı İstatistikler			
				Gelir Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma
Varyansların Homojenliği Testi				4000-4999	126	4,083	,808
				5000-5999	211	4,295	,660
				6000-6999	69	4,358	,622
				7000-7999	8	3,812	,176
				8000 ve +	6	4,166	,801
Levene Statistic	df1	df2	Sig.	Toplam	420	4,231	,706
3,307	4	415	,011				
		Statistic	df1	df2	Sig.		
Welch		11,139	4	26,748	,000		
Brown-Forsythe		3,709	4	33,031	,013		

Yapılan testler neticesinde katılımcıların, duyguları düzenleme düzeylerinin, gelir durumu açısından farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılırken diğer demografik özelliklere göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Katılımcıların, duyguları düzenleme düzeyleri, gelir durumu açısından farklılık gösterdiğinden araştırmanın bir diğer hipotezi olan (H2.4) desteklenmiştir.

6.4.6. Katılımcıların Bireysel Yaratıcılık Düzeylerinin Demografik Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi

Araştırma kapsamında yapılan ANOVA testi sonucuna göre katılımcıların bireysel yaratıcılık düzeylerinin çalışma süreleri açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Katılımcıların bireysel yaratıcılık düzeylerinin, çalışma sürelerine göre anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğini gözlemlemek amacıyla yapılan ANOVA testinin sonuçları Tablo 23’de gösterilmektedir. Tablo 23 incelendiğinde Levene testinin anlamlılık değerinin 0,604 olduğu ($p > 0,05$) dolayısıyla ANOVA testi için ön koşul olan homojenliğin sağlandığı görülmektedir. Tablo 23’de yer alan ANOVA testine yönelik sonuçlar incelendiğinde, anlamlılık değeri ($p = 0,007 < 0,05$) olarak bulunduğu için katılımcıların bireysel yaratıcılık düzeylerinin, çalışma sürelerine göre (mesleki deneyim) anlamlı olarak farklılaştığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Katılımcıların bireysel yaratıcılık düzeylerinin, çalışma süreleri açısından hangi gruplar arasında anlamlı farklılıklar oluşturduğunu tespit etmek için Post hoc testlerinden Tukey testi uygulanmıştır. Tukey testi sonucunda 3. grup ile 5. grup arasında istatistiksel olarak anlamlı (Sig. = 0,029; $p < 0,05$) olan bir farkın olduğu tespit edilmiştir. Çalışma

süreleri açısından 20 yıl ve üzerinde çalışma süresi olan katılımcıların bireysel yaratıcılık düzeyleri, 10 yıl ve 14 yıl arası çalışma süresi olan katılımcıların bireysel yaratıcılık düzeylerinden biraz daha fazla olduğu (3.grup (10-14 yıl)= 4,20; 5.grup (20 +)= 4,21) tespit edilmiştir. Çalışma süresi açısından diğer gruplar arasında ise istatistiksel olarak anlamlı olan herhangi bir farklılık tespit edilememiştir.

Tablo 23: Çalışma Süresi Açısından Bireysel Yaratıcılığa İlişkin Yapılan Tek Yönlü ANOVA Testi Sonuçları.

Bireysel Yaratıcılık				Tanımlayıcı İstatistikler			
				Çalışma Süresi (yıl)	N	Ortalama	Standart Sapma
Varyansların Homojenliği Testi				0-4	20	4,073	,555
				5-9	59	4,353	,520
				10-14	100	4,420	,578
				15-19	63	4,178	,604
				20 ve+	178	4,216	,543
				Toplam	420	4,271	,565
Levene Statistic	df1	df2	Sig.				
,683	4	415	,604				
ANOVA	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Karesi	F	Anlamlılık (Sig.)		
Gruplar arası	4,506	4	1,126	3,607	,007		
Grup içi	129,609	415	,312				
Toplam	134,115	419					

Çalışma kapsamında katılımcıların, bireysel yaratıcılık düzeylerinin, çalışma süresine göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılırken diğer demografik özelliklere göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Katılımcıların, bireysel yaratıcılık düzeyleri, çalışma süresine göre farklılık gösterdiğinden araştırmanın bir diğer hipotezi olan (H3) desteklenmiştir.

6.4.7. Katılımcıların Örgütsel Özdeşleşme Düzeylerinin Demografik Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi

Araştırma kapsamında yapılan t testi sonucuna göre katılımcıların, örgütsel özdeşleşme düzeylerinin medeni durumları açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Katılımcıların örgütsel özdeşleşme düzeylerinin, medeni durumları açısından anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğini gözlemlemek amacıyla yapılan Independent Samples t Testinin sonuçları Tablo 24’de gösterilmektedir. Tablo 24’de Levene’s testinin anlamlılık düzeyinin 0,050 olduğu ($p = 0,05$), anlamlılık değerinin 0,05’den küçük olmadığı, dolayısıyla varyansların homojen olduğu görülmektedir. Bu durumda değerlendirmeye alınan t-testinin anlamlılığını gösteren Sig.(2 Tailed) değerine bakılmaktadır. Sig.(2 Tailed) değeri bu araştırma için 0,002 olarak ($p < 0,05$) tespit edildiğinden, medeni durum değişkenindeki evli ve bekâr gruplarının ortalamaları arasında farkın anlamlı olduğu

sonucuna ulaşılmaktadır. Bu noktada evli olan katılımcılarının örgütsel özdeşleşme düzeyleri, bekâr olan katılımcılara oranla daha yüksek çıkmaktadır ($t_{(418)} = 3,183$; $p = 0,002 < 0,05$). Bu sonuçlar doğrultusunda katılımcıların, örgütsel özdeşleşme seviyelerinin, medeni durumları açısından farklılık gösterdiği, bekâr olan katılımcılara göre evli olan katılımcılarda anlamlı bir şekilde biraz daha yüksek olduğu (Evli= 4,09, SS= 0,76; Bekâr = 3,68, SS= 0,92) sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 24: Örgütsel Özdeşleşmenin Medeni Durum Değişkeni Açısından İncelenmesine Yönelik Yapılan Independent Samples t Testi Sonuçları.

Medeni Durum	N	Ortalama	S.S.	t-testi	Sig.(2 Tailed)	Levene's
Evli	380	4,0991	0,75658	3,183	0,002	0,050*
Bekâr	40	3,6896	0,92700			

SS: Standart Sapma, * $p > 0,05$, ** $p < 0,05$.

Çalışma kapsamında katılımcıların, örgütsel özdeşleşme düzeylerinin, medeni durumlarına göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılırken diğer demografik özelliklere göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Katılımcıların, örgütsel özdeşleşme düzeyleri, medeni durumlarına göre farklılık gösterdiğinden araştırmanın bir diğer hipotezi olan (H4) desteklenmiştir.

SONUÇ

Hayatımızdaki tüm yeniliklerin öncülünde yaratıcı fikirler yer almaktadır. Yaratıcı fikirlerin yegâne kaynağı ise insandır. Yaratıcılık her insanda az ya da çok var olan ve eğitim yoluyla geliştirilebilen bir olgudur. Yaratıcılığın geliştirilebileceği mekânlardan biride hiç şüphesiz okullardır. Yaratıcı düşüncenin geliştirilebileceği mekânlar olan okullarda görev yapan ve meslekleri gereği yoğun bir şekilde insanlar ile etkileşim halinde olan öğretmenlerin, sağlıklı ve sürdürülebilir bir iletişim kurabilmeleri için kendi duygularını anlayabilmeleri, başkalarının duygularını anlayabilmeleri, duygularını uygun bir şekilde düzenleyebilmeleri ve etkili bir şekilde kullanabilmeleri önemli olmakla birlikte, öğretmenlerin çalıştığı kurumun değerlerini içselleştirmeleri, kurumun bir üyesi olmaktan gurur duymaları ve kurumun daha başarılı sonuçlar elde edebilmesi adına daha fazla çaba sarf edebilmeleri de kurumlar açısından oldukça önemli görülen konular arasında yer almaktadır.

Bu çalışmada eğitim ve öğretim sektöründe görev yapan öğretmenlerin, duygusal zekâlarının bireysel yaratıcılıkları üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmelerinin aracı rolünün incelenmesi için uygun bir model oluşturulmuştur. Oluşturulan bu modelde duygusal zekâ, alt boyutları olan kendi duygularını değerlendirme, başkalarının duygularını değerlendirme, duyguların kullanılması ve duyguların düzenlenmesi boyutlarıyla ele alınmıştır. Yapılan korelasyon analizi neticesinde duygusal zekânın ve alt boyutlarının, bireysel yaratıcılık ve örgütsel özdeşleşme ile pozitif yönde anlamlı bir şekilde ilişkili olduğu görülmüştür. Ayrıca duygusal zekâ ve alt boyutlarının, bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde, örgütsel özdeşleşmenin aracı rolünün incelendiği bu çalışmada, araştırma kapsamında oluşturulan hipotezler (H1, H1.1, H1.2, H1.3, H1.4) desteklenmiştir. Dolayısıyla duygusal zekâ ve alt boyutlarının, bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracılık rolünün olduğu görülmektedir. Diğer yandan bu çalışmada araştırma değişkenlerinin katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla oluşturulan hipotezler (H2, H2.1, H2.2, H2.3, H2.4, H3, H4) de desteklenmiştir. Diğer bir deyişle araştırma değişkenlerinin katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiği görülmektedir.

Öğretmenlik mesleği gibi yoğun bir şekilde insanlarla etkileşim halinde olmayı gerekli kılan bütün meslekler açısından duygusal zekâ kavramı oldukça önemli bir konuma sahiptir.

Zira yapılan bu çalışmada duygusal zekânın, bireysel yaratıcılık ile pozitif yönde anlamlı bir şekilde ilişkili olduğu görülmüştür. Bu sonuç, Büyüksalvarcı ve Gündoğan'ın (2018) yapmış oldukları çalışmalarında ulaştıkları sonuç ile benzerlik göstermektedir. Ayrıca duygusal zekânın, bireysel yaratıcılık üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkiye sahip olduğu da görülmüştür. Yapılan bu çalışmada elde edilen sonuçlardan bir diğeri ise örgütsel özdeşleşmenin, bireysel yaratıcılık üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkiye sahip olduğudur. Bu sonuç, Akyüz'ün (2015), Kaplan ve Canal'ın (2018) yapmış oldukları çalışmalarında ulaşılmış oldukları sonuçlar ile benzerlik göstermektedir. Diğer yandan yapılan bu çalışma neticesinde duygusal zekânın örgütsel özdeşleşme üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu da ulaşılan sonuçlar arasındadır. Bu sonuç, Yılmaz'ın (2018) yapmış olduğu çalışmada ulaşılmış olduğu sonuç ile benzerlik göstermemektedir. Bu durumun farklı meslek grupları üzerinde çalışılmasından kaynaklanmış olabileceği düşünülmektedir.

Bu çalışmada duygusal zekâ ve alt boyutlarının, katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, Canbek'in (2017) yapmış olduğu çalışmada ulaştığı sonuç ile benzerlik göstermektedir. Ayrıca bu çalışmada bireysel yaratıcılığın, katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Diğer yandan örgütsel özdeşleşmenin, katılımcıların sadece medeni durumlarına göre farklılık gösterdiği ve evli olan katılımcıların, örgütsel özdeşleşme seviyelerinin daha yüksek çıktığı ancak diğer demografik özelliklere göre farklılık göstermediği şeklinde ulaşılan sonuç ise Canal'ın (2017) yapmış olduğu çalışmada ulaştığı sonuç ile benzerlik göstermektedir.

Öğretmenlerin duygusal zekâlarının bireysel yaratıcılıkları üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmelerinin aracı rolünün incelendiği bu çalışmada, duygusal zekânın bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolünün olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla öğretmenlerin örgütsel özdeşleşme düzeylerini geliştirecek çalışmaların, öğretmenlerin bireysel yaratıcılıklarını olumlu yönde etkileyeceği söylenebilir. Ayrıca bu çalışmada duygusal zekânın, bireysel yaratıcılık ve örgütsel özdeşleşme üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla öğretmenlerin duygusal zekâ düzeylerini geliştirecek çalışmaların, öğretmenlerin bireysel yaratıcılık ve örgütsel özdeşleşme düzeylerini olumlu yönde etkileyeceği de söylenebilir.

Bu çalışmadan elde edilen sonuçlara dayalı olarak öğretmenlerin örgütsel özdeşleşme, bireysel yaratıcılık ve duygusal zekâ düzeylerini artırmak için bazı öneriler ortaya konulabilir. Bunlar: Öğretmenlere kurumun etkin bir üyesi olduklarını hissetmeleri için işlerinde inisiyatif kullanma olanağı verilerek motivasyonlarının artması sağlanabilir. Bireysel yaratıcılığın gelişimi için uygun ortamlar ve çalışma koşulları oluşturularak, öğretmenlerin, örgütsel özdeşleşme düzeyleri artırılabilir. Ayrıca eğitim ve öğretim sisteminin yaratıcılığa uygun ve yaratıcılığı destekleyen bir yapıya kavuşturulması, öğretmenlerin bireysel yaratıcılıklarını arattırmaları adına önemli olduğundan öğretmenlerin beklenti ve ihtiyaçları da dikkate alınarak, yaratıcılık konusunda kendilerini geliştirme olanağı sağlanabilir.

İnsanlarla, yoğun iletişim halinde olmayı zorunlu kılan bütün meslekler açısından, duygusal bir varlık olan ve duygularından etkilenen insanlar ile sağlıklı ve sürdürülebilir bir iletişim kurabilmek için, duyguları anlamak, duyguları düzenlemek ve uygun bir şekilde kullanmak önemli görülen hususlar arasında yer almaktadır. Bu noktada duygularını etkin bir şekilde kullanabilen öğretmenler, gerek okulda gerek günlük yaşamlarında daha sağlıklı ilişkiler kurabildikleri gibi duygu ve düşüncelerini daha etkin bir şekilde ifade edebilmektedirler. Dolayısıyla bu konuda öğretmenler üzerinde farkındalığın sağlanması için gerekli olan bilgi paylaşımı, kurs, konferans, seminer vb. yollar ile sağlanabilir.

Gelecek çalışmalarda, duygusal zekânın bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde, örgütsel adalet, örgütsel güven ve örgütsel vatandaşlık gibi başka değişkenlerin aracı veya düzenleyici etkileri incelenebileceği gibi duygusal zekânın bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde, örgütsel özdeşleşmenin alt boyutları ile ele alınıp incelenmesinin de alan yazına kayda değer bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Adıgüzel, Z. ve Kuloğlu, E. (2019). "Examination of the Effects of Emotional Intelligence and Authentic Leadership on the Employees in the Organizations" *International Journal of Organizational Leadership*, 8, ss. 13-30.
- Akat, İ., Budak, G. ve Budak, G. (1999). *İşletme Yönetimi*, İzmir: Barış Yayınları, 3. Baskı.
- Aksoy, S. ve Ertürk A. (2014). "Örgütsel Adalet Algılarının Örgütsel Özdeşleşme Üzerindeki Etkileri". *Research Journal of Business & Management – RJBM*, Sayı:1(3) ss. 253-262.
- Akyüz, B. (2015), "Örgütsel Sessizlik ve Bireysel Yaratıcılık Performansı İlişkisi: Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Rolü". *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 44, ss. 207-216.
- Albert, S., Ashforth, B. E. and Dutton J.E. (2000), "Organizational Identity and Identification Charting New Waters and Building New Bridges", *Academy of Management Freview*, Vol. 25. No. 1, ss., 13-17.
- Allen, N. J. and Meyer, J. P. (1990). "The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to The Organization". *Journal o f Occupational Psychology*, 63, ss. 1-18.
- Amabile, T. M., Barsadec, S. G., Mueller, J. S. and Staw, B. M. (2005). "Affect and Creativity at Work". *Administrative Science Quarterly*, 50, ss.367–403.
- Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J. and Herron, M. (1996). "Assessing The Work Environment For Creativity". *Academy of Management Journal*, 39, ss. 1154-1184.
- Amabile, T. M. (1997). "Motivating Creativity in Organizations: On Doing What You Love and Loving What You Do". *California Manegement Review*, 40 (1), ss. 39-58.
- Amabile, T. M. (1998). "How To Kill Creativity". *Harvard Business Review*, ss. 77-87.
- Amabile, T. M. and Pillemer, J. (2012). "Perspectives on The Social Psychology of Creativity". *The Journal of Creative Behavior*, Vol. 46, Iss. 1, ss. 3–15.
- Ashforth, B. E. and Kreiner, G. E. (2004). "Evidence Toward an Expanded Model of Organizational Identification". *Journal of Organizational Behavior*, 25 (1), ss.1-27.

Ashforth, B. E. and Meal, F. (1989). "Social Identity Theory and The Organization". *Academy of Management Review*, 14, 1, ss 20-39.

Ashforth, B. E. and Meal, F. (1992). "Alumni and Their Alma Mater: A Partial Test of The Reformulated Model of Organizational Identification". *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 13, ss. 103-123.

Ashforth. B. E., Harrison. S. H. and Corley. K. G., (2008). "Identification in Organizations: an Examination of Four Fundamental Questions". *Journal of Management*, Vol. 34 No. 3, June, ss. 325-374.

Atila G., Çarıkçı İ. H., ve Erdem R., (2013). "Hastanelerde Duygusal Zekâ-Hasta Memnuniyeti İlişkisi: Isparta İl Merkezi Örneği". *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1), ss. 101-119.

Bakan, İ. ve Büyükbeşe, T. (2017). "Yaratıcılık ve Yaratıcılık Yönetimi". *Çağdaş Yönetim Yaklaşımları* (Ed. İsmail Bakan). İstanbul: Beta yayıncılık, 6. Baskı, ss. 5-35.

Balay, R. (2010). "Öğretim Elemanlarının Örgütsel Yaratıcılık Algıları". *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 43 (1), ss. 41-78.

Balay, R., Kaya, A. ve Melik, G. (2014). "Ortaokul Öğretmenlerinin Örgütsel Yaratıcılık İle Yönetimsel Etkililik Algıları Arasındaki İlişki". *K. Ü. Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23 (2) , ss. 439-466.

Balcı, A., Baltacı, A., Fidan, T., Cereci, C. ve Acar, U. (2012). "Örgütsel Sosyalleşmenin, Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Vatandaşlıkla İlişkisi: İlköğretim Okulu Yöneticileri Üzerinde Bir Araştırma". *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi, Uluslararası E-Dergi*, cilt 2, sayı 2, ss. 47-74.

Baron, M and Kenny, D. A. (1986). "The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic and Statistical Considerations". *Journal Of Personality Social Psychology* 51(6), ss. 1173- 1182.

Bartels, J. (2006). "Organizational Identification and Communication: Employees' Evaluations of Internal Communication and its Effect on Identification at Different Organizational Levels". *Thesis, University of Twente*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi).

Bar-On, R. (2014). "The Bar-On Model of Emotional-Social Intelligence". *Consortium for Research on Emotional Intelligence in Organizations – Issues in Emotional Intelligence*, 14 June, ss. 1-28.

Basadur, M., Graen, G. B. and Green, S. G. (1982). "Training in Creative Problem Solving: Effects on Ideation and Problem Finding and Solving in an Industrial Research Organization", *Organizational Behavior And Human Performance*, 30, ss. 41-70.

Bender, M. T. (2006). *Resim-İş Eğitimi Öğrencilerinde Duygusal Zekâ ve Yaratıcılık İlişkileri*. İzmir; Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi.

Blomberg, A. (2016). "Organizational Creativity – Hegemonic and Alternative Discourses,". *Suomen Yliopistopaino, Publications of Turku School of Economics*, Series A-1.

Boden, M. A. (1998). "Creativity and Artificial Intelligence" *Artificial Intelligence* 103, ss 347-356.

Boutwell, D. A. C. (2003). "Organizational Identity, Self-Concept, and Commitment Among Teachers in Northwest Florida". Pensacola, FL The University of West Florida. (Yayımlanmamış Doktora Tezi).

Boyatzis, R., Goleman, D., and Rhee, K. (2000). "Clustering Competence in Emotional Intelligence: Insights From the Emotional Competence Inventory (ECI)". *Handbook of Emotional Intelligence* (Eds. R. Bar-On and J.D.A. Parker) San Francisco: Jossey-Bass. ss. 343-362.

Brackett, M. A., Rivers, S. E. and Salovey, P. (2011). "Emotional Intelligence: Implications for Personal, Social, Academic, and Workplace Success". *Social and Personality Psychology Compass* 5/1, ss. 88–103.

Brown, A. D. (2017). "Identity Work And Organizational Identification". *International Journal of Management Reviews*, 19, ss. 296-317.

Brown, M. E. (1969). "Identification and Some Conditions of Organizational Involvement". *Administrative Science Quarterly*, 14 (3), 346–355.

Büyüker, İ. D. ve Atilla, G. (2013). "Duygusal Zekâ ve Dürtüsel Satın Alma Davranışı İlişkisi". *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Sayı: 26, ss. 180-206.

- Büyükşalvarcı, A. ve Gündoğan, H. (2018). “Duygusal Zekâ ve Yaratıcılık Arasındaki İlişkiler: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 11, Sayı: 61, ss. 782-792.
- Canal, B. (2017). “Örgütsel Özdeşleşmenin Bireysel Yaratıcılık Üzerindeki Etkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma”. Nevşehir; Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Canbek, M. (2017). “Rol Belirsizliği ve Rol Çatışmasının, İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Duygusal Zekânın Düzenleyici Rolü”. Tokat; Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora Tezi.
- Cengiz, E., Acuner, T. ve Baki, B. (2007). “Örgütsel Yaratıcılığı Belirleyen Faktörler Arası Yapısal İlişkiler” *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 9, Sayı: 1, ss. 98-121.
- Cheney, G. (1983) “On The Various and Changing Meaning of Organizational Membership a Field Study of Organizational Identification”, *Communication Monographs*, 50, ss.342-362.
- Cherniss, C. (2000). “Emotional Intelligence: What it is and Why it Matters” *Paper Presented at the Annual Meeting of the Society for Industrial and Organizational Psychology*, New Orleans, LA, April 15, ss. 1- 14.
- Cooper, R. K. and Sawaf, A. (1997). *Liderlikte Duygusal Zekâ*, Çeviren: Zelal Bedriye Ayman ve Banu Sancar, Sistem Yayıncılık, İstanbul, Birinci baskı.
- Coşkun, M. B. ve Afşar, A. (2016). “Kamu Kurumlarında Örgütsel Desteğin Örgütsel Özdeşleşme Üzerine Etkisine Yönelik Alan Araştırması”. *Social Sciences Studies Journal*, Vol:2 Issue:3, ss. 32-43.
- Cüce, H., Güney, S. ve Tayfur, Ö. (2013). “Örgütsel Adalet Algılarının Örgütsel Özdeşleşme Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 31, Sayı 1, ss. 1-30.
- Corley. K. G., Schultz, M. Gioia. D.A. (2000). “ Organizational Identity, Image, And Adaptive Instability”. *Academy of Management Review*, Vol. 25, No. 1, ss. 63-81.

- Çakar, U. ve Arbak, Y. (2004). “Modern Yaklaşımlar Işığında Değişen Duygu-Zekâ İlişkisi ve Duygusal Zekâ”. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 6 Sayı: 3, ss. 23-48.
- Çakınberk, A., Derin N. ve Demirel, E. T., (2011). “Örgütsel Özdeşleşmenin Örgütsel Bağlılıkla Biçimlenmesi: Malatya ve Tunceli Özel Eğitim Kurumları Örneği”. *İşletme Araştırmaları Dergisi* 3/1, ss. 89-121.
- Çapık, C., (2014). “Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmalarında Doğrulayıcı Faktör Analizinin Kullanımı”. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, sayı: 17, cilt: 3, ss. 196-205.
- Çellek, T. (2002). “Yaratıcılığın Eğitimdeki Yeri”. *Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi 1.Ulusal Mezuniyet Sergisi ve Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. Ankara.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk Ş. (2018). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları*. 5. Baskı. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Davis, K., Christodoulou J., Seider S. and Gardner H. (2011). “ The Theory of Multiple Intelligences”. Chapter · January, ss. 485-503.
- Demir, G. (2019). “Kişilerarası İletişimde Duygu Yönetiminin Rolü: Öğretmen-Öğrenci İletişimi Üzerine Bir Araştırma”. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 11, ss.153-167.
- Demirtaş, A. H. (2003). “Sosyal Kimlik Kuramı, Temel Kavram ve Varsayımlar”. *İletişim: Araştırmaları* 1(1), ss. 123-144.
- Doğan, S. ve Kılıç, S. (2007). “Örgütsel Bağlılığın Sağlanmasında Personel Güçlendirmenin Yeri ve Önemi”. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 29, ss. 37-61.
- Doğan, S. ve Demiral, Ö. (2007). “Kurumların Başarısında Duygusal Zekânın Rolü ve Önemi”. *Yönetim ve Ekonomi* Cilt:14, Sayı:1, ss. 209-230.
- Doğan, S. ve Şahin, F. (2007). “Duygusal Zekâ: Tarihsel Gelişimi ve Örgütler İçin Önemine Kavramsal Bir Bakış”. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 16, Sayı 1, ss. 231-252.

- Dukerich, J. M, Golden, B. R and Shortell, S. M, (2002). “ Beauty is in the Eye of the Beholder: The Impact of Organizational Identification”. *Identity, and Image on the Cooperative Behaviors of Physicians*, pp. 507-533.
- Durdu, İ. ve Şahin, S. (2017). “ Bazı Değişkenler Açısından Ortaokul Öğretmenlerin Duygusal Zekâlarının İncelenmesi (İzmir İli Buca İlçesi Örneği)”. *Anadolu Eğitim Liderliği ve Öğretim Dergisi*, 5 (1), ss. 44-58.
- Durna, U. ve Eren, V. (2005). “Üç Bağlılık Unsuru Ekseninde Örgütsel Bağlılık”. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6 (2), ss.210-219.
- Durmuş B., Yurtkoru E. S. ve Çinko M. (2018). “Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi” İstanbul, Beta Yayıncılık, 7. Baskı.
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M. and Harquail, C. V. (1994). “Organizational Images and Member Identification”. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 39, No. 2., ss. 239-263.
- Erdoğdu, Y. (2006). “Yaratıcılık İle Öğretmen Davranışları ve Akademik Başarı Arasındaki İlişkiler”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* www.e-sosder.com ISSN:1304-0278, Cilt: 5, S: 17, ss. 95-106.
- Ertürk, A. (2003). “Örgütsel İletişim ve Adalet Algılarının Örgütsel Kimlik Algısı Üzerindeki Etkileri”. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Ekim, Cilt: 3, Sayı:2, Başkent Üniversitesi İ.İ.B.F., ss. 147-170.
- Ford, C. M. (1996). “A Theory of Individual Creative Action in Multiple Social Domains”. *Academy of Management Review*, Vol. 21 (4), pp.1112–1142.
- Foreman, P. and Whetten, D. A. (2002). “Members’ Identification With Multiple-Identity Organizations”. *Organization Science*, November–December, Cilt: 13, Sayı: 6, 2, pp. 618–635.
- Furnham, A. (2012). “Emotional Intelligence – New Perspectives and Applications”. February, pp. 3-28.
- Hogg, M. A. and Terry, D. J. (200). “Social Identity And Self- Categorization Processes in Organizational Contexts”. *Academy of Management Review*, Vol. 25, No. 1, pp. 121-140.
- Gardner, H. (1983). *Theory of Multiple Intelligences*. Howard. *Frames of Mind*. New York: Basic Books.

- Gautam, T., Van, Dick. R. and Wagner, U. (2004). “Organizational Identification And Organizational Commitment: Distinct Aspects of Two Related Concepts”. *Asian Journal of Social Psychology* 7: pp. 301–315.
- Girgin, G. (2009). “Öğretmen Adaylarında Duygusal Zekânın Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi”. *Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 22, ss. 131-140).
- Goleman, D. (1995). *Duygusal Zekâ Neden IQ' dan Önemlidir?*. (Çev. Banu Seçkin Yüksel). Otuz Dördüncü Basım, İstanbul: Varlık Yayınları.
- Goleman, D. (1998). “What Makes a Leader?” *Harvard Business Review*, January 2004.
- Guilford, J. P. (1950). Creativity. *American Psychologist*, 5(9), pp. 444–454.
- Gülererli, N. (2014). “Öğretmenlerin Evlilik Uyumları İle Yaratıcılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Beylikdüzü Örneği)”. İstanbul. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Gündüz, B. (2016). “Kişilik Gelişimi”. *Eğitim Psikolojisi*. (Editörler. Bülent Gündüz ve Burhan Çapri). Adana: Karahan yayınları, 3. Baskı, ss. 103-122.
- Günsel, A., Çekmecelioğlu, H. ve Yıldırım, B. N. (2017). “Duygusal Zekâ Kavramı ve Duygusal Zekânın Yönetsel ve Dönüşümsel Liderlik Türleri İle İlişkisi: Hizmet Sektöründe Bir Uygulama”. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, KOSBED*, 33, ss. 19-32.
- Gürbüz, S. (2019). *Sosyal Bilimlerde Aracı, Düzenleyici ve Durumsal Etki Analizleri*. 1. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. 2. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Haslam, S. A. and Reicher, S. (2006). “Stressing the Group: Social Identity and the Unfolding Dynamics of Responses to Stress”. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 91, No. 5, pp. 1037–1052.
- Haslam, S. A., Jetten. J. and Haslam, C. (2009). “Social Identity, Health and Well-Being: an Emerging Agenda for Applied Psychology”. *Applied Psychology: an International Review*, 58 (1), pp. 1–23.
- Hayes, A. F. (2018). “Introduction to Mediation, Moderation and Conditional Process Analysis: A Regression- Based Approach”. Second Edition, New York: The Guilford Press.

- Hepkon, Z. (2003). “Kurumsal Kimlik İnşasını Belirleyen Faktörler: Bir Literatür Taraması”, *İstanbul Ticaret Odası Dergisi*, Aralık, Sayı: 4, ss. 175 –211.
- Hogg, M. (1997). “*Grupla Bütünleşme*”. (Çeviren: Aliye Mavili Aktaş) İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- İşleyen, T. ve Küçük, B. (2013). “Öğretmen Adaylarının Yaratıcı Düşünme Düzeylerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi”. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:10, Sayı: 21, ss. 199-208.
- Karacabey, M. F. (2011). “*Özel ve Resmi İlköğretim Okulu Yönetici ve Öğretmenlerinin Örgütsel Yaratıcılık Algıları*”. Şanlıurfa. Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Kanadlı, S. (2016). “Öğretim İlke ve Yöntemleri”. Öğretim Teknikleri. (Ed. Tuğba Yanpar Yelken, Ed. Yrd. Cenk Akay). Ankara: Anı yayıncılık, 4. Baskı, ss. 311-346.
- Kanbur, E. ve Özyer, K. (2016). “Çalışanların Bireysel Yaratıcılık Düzeylerinin İç Girişimcilik Performanslarına Etkisi”. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. Cilt:14 Sayı:2, ss. 264- 275. Öğretim ilke ve yöntemleri.
- Kaplan, M. ve Canal, B. (2018). “Örgütsel Özdeşlemenin Bireysel Yaratıcılık Üzerindeki Etkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma”. *Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, ss. 45-57.
- Karakuş, G. (2018). “Örgütsel Yaratıcılığı Arttırmak için Öneri Geliştirme Sistemi: Atıştırmalık Üretim Sektöründe Bir Uygulama” *İşletme Araştırmaları Dergisi*, ss. 254-274.
- Kaufman, J. C. (2009). “Creativity 101” (Elektronik Sürüm). Newyork: Spring Publishing Company.
- Keskin, R. ve Pakdemirli, M. N. (2016). “Mesleki Aidiyet Ölçeği: Bir Ölçek Geliştirme, Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 9, Sayı: 43, ss. 2580-2587.
- Kong, F. (2017). “The Validity of The Wong and Law Emotional Intelligence Scale in a Chinese Sample: Tests of Measurement Invariance and Latent Mean Differences Across Gender and Age”, *Personality and Individual Differences*, 116, pp. 29-31.

- Lievens, F., Van Hove, G. and Anseel, F. (2007). "Organizational Identity and Employer Image: Towards a Unifying Framework". *British Journal of Management*. 18, pp. 45-59.
- Locke, E. A. (2005). "Why Emotional Intelligence is an Invalid Concept". *Journal of Organizational Behavior*, 26, pp. 425-431.
- Mackinnon, D. P., Lockwood, C. M., and Williams, J. (2004). "Confidence Limits for the Indirect Effect: Distribution Of The Product And Resampling Methods". *Multivariate Behavioral Research*, 39, pp. 99-128.
- Mael, F. A. and Ashforth, B. E. (2001). "Identification in Work, War, Sports, and Religion: Contrasting The Benefits and Risks". *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 31, pp. 192-222.
- Mayer, J. D. and Salovey, P. (1993). "The Intelligence of Emotional Intelligence". pp. 433-442.
- Mayer, J. D. and Salovey, P. (1997). What Is Emotional Intelligence? In P. Salovey and D. Sluyter (Eds.), *Emotional Development and Emotional Intelligence: Educational Implications* (pp. 3-31). New York: Basic Books.
- Mayer, J. D., Caruso, D. R. and Salovey, P. (1999). Emotional Intelligence Meets Traditional Standards For an Intelligence. *Intelligence*, 27(4), pp. 267-298.
- Mayer, J. D., Salovey, P., Caruso, D. R. and Gill. S. (2003). "Measuring Emotional Intelligence With The MSCEIT V2.0", *Emotion*, cilt: 3, No: 1, pp. 97-105.
- Mayer, J. D., Salovey, P., Caruso, D. R. (2008). "Emotional Intelligence New Ability or Eclectic Traits". *American Psychologist*, Vol. 63, No. 6, pp. 503-517.
- Meyer, J. P., ve Allen, N. J. (1991). "A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment". *Human Resource Management Review*, 1, pp. 61-89.
- Miller, V. D., Allen, M., Casey, M. K. and Johnson J. R. (2000). "Reconsidering The Organizational Identification Questionnaire" *Management Communication Quarterly*, Cilt: 13, Sayı: 4, pp. 626-658.
- Mowday, R. T., Steers, R. M., and Porter, L. W. (1979). "The Measurement of Organizational Commitment". *Journal of Vocational Behavior*, 14(2), pp. 224-247.

Mumford M.D., Medeiros K. and Partlow P.J. (2012). “Creative Thinking: Processes, Strategies, and Knowledge”. *The Journal of Creative Behavior*, Vol. 46, Iss. 1, pp. 30–47.

Nartgün Ş. S. Ve Demirel S. (2015). “Okul Yöneticilerinin Örgütsel Yaratıcılık ve Öz-Yeterlik Düzeylerine İlişkin Görüşleri” *Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 4, ss. 170-199.

NG, K. M., Wang, C., Zalaquett, C. P. and Bodenhorn, N. (2007). “A Confirmatory Factor Analysis of The Wong and Law Emotional Intelligence Scale in a Sample of International College Students”, *International Journal for the Advancement of Counselling*, 29(3-4), pp. 173-185.

Onur, D. ve Zorlu, T. (2017). “Yaratıcılık Kavramı ile İlişkili Kuramsal Yaklaşımlar”. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* Cilt; 6, Sayı; 3, ss. 1535-1552.

Onur, D. (2018). “Psikoloji Kuramları ve Yaratıcılık İlişkisi”. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (KÜSBD)* Cilt 8, Sayı 1, ss. 145-156.

Özaşkın, A. G. ve Bacanak, A. (2016). “Eğitimde Yaratıcılık Çalışmaları: Neler Biliyoruz?” *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, Cilt:5, Özel Sayı, Makale No: 25, ss. 212- 226.

Özbezek, B. D. ve Paksoy, H. M. (2017). “Liderlik Etme Motivasyonu ve Duygusal Zekâ Arasındaki İlişkide Öz Yeterliliğin Rolü Üzerine Bir Araştırma”, *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*, 3(4), ss. 248-269.

Pacheco N. E., Rey, L. and Sanchez-Alvarez, N. (2019). “Validation of the Spanish version of the Wong Law Emotional Intelligence Scale (WLEIS-S)”, *Psicothema*, 31(1), 94-100.

Peterson, M. J. (2007). *Self-Categorization as a Social Process*, University of Pittsburgh School of Arts and Sciences, Master's Thesis.

Polat, S. ve Aktop, E. (2010). “Öğretmenlerin Duygusal Zekâ ve Örgütsel Destek Algılarının Girişimcilik Davranışlarına Etkisi”. *Akademik Bakış Dergisi* Sayı: 22, ss. 1-20.

Pratt, M. G. (1998). “To be or not to be: Central Questions in Organizational Identification”, in: Whetten, D. A. and Godfrey, P. C. (Eds.), *Identity in Organization: Building Theory Through Conversations*, Thousand Oaks, CA: Sage, pp. 171-207.

- Preacher, K. J. and Kelley, K. (2011). "Effect Size Measures For Mediation Models: Quantitative Strategies For Communicating Indirect Effects". *Psychological Methods*, 16, 93-115.
- Preacher, K.J., Rucker, D. D. and Hayes, A. F. (2007). "Addressing Moderated Mediation Hypotheses: Theory, Methods and Prescriptions". *Multivariate Behavioral Research*, 42(1), pp. 185-227.
- Reade, C. (2001). "Antecedents of Organizational Identification in Multinational Corporations: Fostering Psychological Attachment to The Local Subsidiary and The Global Organization". *Int. J. of Human Resource Management* 12:8 pp. 1269–1291.
- Riketta, M. (2005). "Organizational Identification: A Meta-Analysis". *Journal of Vocational Behavior*, 66, pp. 358–384.
- Riketta, M., Van Dick, R. and Rousseau, D. M. (2006). "Employee Attachment in The Short and Long Run, Antecedents and Consequences of Situated and Deep-Structure Identification". *Hogrefe Verlag, Göttingen, Zeitschrift für Personal Psychologie*, 5 (3), pp. 85-93.
- Salovey, P. and Mayer, J. D. (1990). "Emotional Intelligence, Imagination, Cognition and Personality". Vol. 9(3), pp. 185-211.
- Samen, S. (2008). "İşletmelerde Yaratıcılığın Önemi". *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 17, Sayı 2, ss. 363-378.
- Sayım, F. (2019). *Sosyal Bilimlerde Araştırma ve Tez Yazım Yöntemleri*. 3. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Schumacker, R. E. and Lomax, R.G. (2010). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*, New York: Taylor and Francis Group.
- Scott, C. R., Corman, S. R. and Cheney, G. (1998). "Development of a Structural Model of Identification in The Organization" *Communication Theory*, 83, pp. 298-336.
- Sefertzi, E. (2000). "Creativity, Dissemination of Innovation and Knowledge Management Techniques". *Creativity. Report Produced For The EC Funded Project*, pp. 01-19.

- Shipley, N. L., Jackson, M. J. and Segrest, S. L. (2010). "The Effects of Emotional Intelligence, Age, Work Experience and Academic Performance". *Research in Higher Education Journal*, pp. 1-18.
- Smith, J. E. P. and Shalley, C. E. (2003). "The Social Side of Creativity: A Static and Dynamic Social Network Perspectiv". *The Academy of Management Review*, Vol. 28, No.1, pp. 89-106.
- Smith, J. R., and Hogg, M. A. (2008). "Social Identity and Attitudes" In W. Crano & R. Prislin (Eds.), *Attitudes and Attitude Change* (pp. 337-360). *New York: Psychology Press*. 2006; 1-45.
- Sökmen, A. (2019). "Örgütsel Özdeşleşme, Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini İlişkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), ss. 980-990.
- Sternberg, R. J. (2005). "The Theory of Successful Intelligence". *Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology*, Vol. 39, Num. 2 pp. 189-202.
- Şengül, C. M. (2015). "Örgütlerde Yaratıcılık ve İnovasyonun Artırılmasına Yönelik Yaklaşımlar". *Sosyal ve Beşeri Bilimleri Dergisi*, Cilt 7, Sayı 2, ss. 26-37.
- Tajfel, H. (1982). "Social Psychology of Intergroup Relations". *Annual Review of Psychology*, 33, pp. 1-39.
- Taşdan, M. (2010). "Örgütsel Kimlik". *Yönetimde Yeni Yaklaşımlar* (Editörler: Yrd. Doç. Dr. Hasan Basri Memduhoğlu ve Yrd. Doç. Dr. Kürşad Yılmaz) Ankara: Pegem-A Yayıncılık. Ss. 323-345.
- Taşdan, M. (2013). "İlköğretim Okullarında Örgütsel Kimlik Algısı Ölçeğinin Geliştirilmesi". *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, Cilt: 46, Sayı:2, ss. 1-24.
- Taşkaya, S. M. (2017). "Dil ve Edebiyat Öğretimi Yöntemleri". *Dil ve Edebiyat Öğretimi-1*. (Ed. Ahmet Akkaya). 1. Baskı, Elazığ: Asos yayınları, ss. 99-197.
- Tokgöz, E. (2012). "Örgütsel Güven, Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki" Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.

- Tokgöz, E. ve Seymen, O. A. (2013). “Örgütsel Güven, Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Bir Devlet Hastanesinde Araştırma”. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, ss. 61-76.
- Uğurlu, C. T. ve Ceylan N. (2014). “Öğretmenlerin Örgütsel Yaratıcılık ve Etik Liderlik Algılarının İncelenmesi”. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 10, Sayı 2, ss. 96-112.
- Uzun, T. (2018). “Öğretmenlerin Algıladığı Örgütsel Destek ile Örgütsel Özdeşleşme ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişki: Örgütsel Güvenin Aracı Rolü”. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 10, Sayı: 18, ss. 133-155.
- Van Dick, R., Wagner, U., Stellmacher, J. and Christ, O. (2004) “The Utility of A Broader Conceptualization Organizational Identification: Which Aspect Really Matter?”, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77, pp.171-191.
- Yancı, F. ve Sağlam, Ç. A. (2014). “Ortaöğretim Okulu Öğretmenlerinin Duygusal Zekâları İle Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Arasındaki İlişki”. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), ss. 298-313.
- Yavuzer, Y. (2016). “Gestalt Kuramı, Bilgiyi İşleme Kuramı” Eğitim Psikolojisi (Editörler. Bülent Gündüz ve Burhan Çapri). Adana: Karahan yayınları, 3. Baskı, ss. 309-336.
- Yayak, A. (2018). “Etnik Kimlik Algısının Dört Boyutu”. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 2, ss. 778-788.
- Yenilmez, K. ve Yolcu, B. (2007). “Öğretmen Davranışlarının Yaratıcı Düşünme Becerilerinin Gelişimine Katkısı”. *Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 18, ss. 95-105.
- Yılmaz, F. (2018). “Çağrı Merkezi Çalışanlarında Duygusal Zekânın Örgütsel Özdeşleşme Üzerindeki Etkileri”. *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı: 67, ss. 73-85.
- Zehir, C. ve Yavuz, A. (2017). “Değişim Odaklı Liderlik, Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi”. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 18 (2), ss. 97-115.
- Zehir C., Üzmez A., Köle M. ve Öztürk H. Y. (2019), Effect of Emotional Intelligence on Organizational Performance Mediating Role of Organizational Identification. *The European Proceedings of Social and Behavioural*, ss. 261-273.
- Zencirkıran, M. ve Keser, A. (2018). *Örgütsel Davranış*. Bursa: Dora yayınları.

Zhao, X., Lynch Jr, J. G. and Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths About Mediation Analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), pp. 197-206.

Zhou, J. and George, J. M. (2001). “When Job Dissatisfaction Leads to Creativity: Encouraging The Expression of Voice”. *Academy of Management Journal*, Vol. 44, No. 4, pp. 682-696.

Wong, C. S. and Law, K. S. (2002). “The Effects of Leader and Follower Emotional Intelligence on Performance and Attitude: An Exploratory Study”, *The Leadership Quarterly*, 13(3), 243-274.

Woodman, R. W., Sawyer, J. E. and Griffin R. W. (1993). “Toward A Theory Of Organizational Creativity”. *The Academy of Management Review*, Vol. 18, No. 2. Pp. 293-321.

<https://adana.meb.gov.tr/> Erişim Tarihi; 10.07.2020. Saat: 12:19

<https://kelimeler.gen.tr/ozdeslesme-nedir-ne-demek-244471> Erişim Tarihi; 10.07.2020. Saat: 12:40

EKLER

Ek-1: Araştırma Kapsamında Kullanılan Anket

Değerli öğretmenler; bu çalışmanın amacı, duygusal zekânın, bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisinde, örgütsel özdeşleşmenin aracı rolünü incelemektir. Ankette yer alan sorulara vereceğiniz cevaplardan elde edilen veriler, yüksek lisans tez çalışmasında kullanılacaktır. Dolayısıyla sorulara vereceğiniz cevaplar bizim için oldukça önemlidir. Değerli katkılarınız için şimdiden teşekkür eder, çalışmalarınızda başarılar dilerim. Muhammet Ali Sunar Artvin Çoruh Üniversitesi. Yüksek Lisans Öğrencisi												
1. BÖLÜM: Bu bölümde kişisel bilgilerinize yönelik sorular yer almaktadır.												
1. Cinsiyetiniz		2. Medeni Durumunuz		3. Yaşınız		4. Geliriniz		5. Öğrenim Durumunuz				
Bay.	☐	Evli.	☐			8. Pozisyonunuz		Doktora	☐			
Bayan.	☐	Bekâr.	☐					Y. Lisans	☐			
6. Yaşadığınız hanenizde kişi sayısı				7. Branşınız		Müdür	☐	Lisans	☐			
						Müdür Yrd.	☐	Ön lisans	☐			
						Kadrolu Öğretmen	☐	Lise	☐			
						Söz. / Aday Öğretmen	☐	9. Çalışma süreniz				
						Ücretli Öğretmen	☐					
2. BÖLÜM: Bu bölümde kurumsal özdeşleşmeye ilişkin sorular yer almaktadır. Her sorunun karşısında bulunan sayılar; (1), Hiç katılmıyorum (2) katılmıyorum (3) Kararsızım (4) Katılıyorum ve (5) Tamamen katılıyorum , anlamına gelmektedir. Lütfen her ifadeyi dikkatlice okuyup sadece bir yanıt veriniz ve lütfen boş bırakmayınız.												
1	Bu kurumun bir çalışanı olmaktan gurur duyuyorum.							(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Arkadaşıma, çalıştığım kurumun, güzel bir yer olduğunu söylerim.							(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Bu kurumun geleceğini önemsiyorum.							(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Bir iş yeri olarak bu kuruma karşı olumlu duygular beslerim.							(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	Kariyerimin bundan sonraki aşamasını bu kurumda sürdürmeyi istiyorum.							(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Bu kurumun faaliyet raporları, kendini bu kuruma adayın insanların neler başarabileceğinin bir göstergesidir.							(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Bu kurum da çalışanların çoğunun buraya ait olduğunu hissettiğim için büyük bir aile olarak tanımlarım.							(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Başka bir kurum yerine bu kurumda çalışmayı tercih ettiğim için memnunum.							(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Çalıştığım kurumun beni önemsedğini hissediyorum.							(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Bu kurumun toplumdaki imajının, beni temsil ettiğine inanıyorum.							(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Kendimi bu kurumla kolayca özdeşleştiriyorum.							(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Kendi değerlerim bu kurumun değerleri ile çok benzerlik gösterir.							(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

3. BÖLÜM: Bu bölümde bireysel yaratıcılığa yönelik sorular yer almaktadır. Her sorunun karşısında bulunan sayılar; (1), **Hiç katılmıyorum** (2) **katılmıyorum** (3) **Kararsızım** (4) **Katılıyorum** ve (5) **Tamamen katılıyorum**, anlamına gelmektedir. Lütfen her ifadeyi dikkatlice okuyup sadece bir yanıt veriniz ve lütfen boş bırakmayınız

1	Hedeflere ulaşmak için orijinal olan yeni yollar önerebilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Performansı iyileştirmek için yeni ve uygulanabilir fikirler üretebilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Yeni teknolojileri, süreçleri, teknikleri veya ürünleri araştırırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Kaliteyi yükseltmek için yeni yollar önerebilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	Yaratıcı düşünceler için iyi bir kaynak olduğumu söyleyebilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Gerektiğinde risk alabilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Yeni fikirler geliştirebilir ve bu fikirleri diğer kişiler karşısında savunabilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Fırsat verildiğinde işimde yaratıcılık sergileyebilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Yeni fikirlerin uygulanmasında uygun olan plan ve programları geliştiririm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Genellikle yeni ve yenilikçi olan fikirlere sahibim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Problemlere karşı yaratıcı çözümler bulabilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Genellikle problemler karşısında yeni yaklaşımlar geliştirebilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	İşimde görevlerimi yerine getirmenin yeni yollarını önerebilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

4. BÖLÜM: Bu bölümde duygusal zekâya yönelik sorular yer almaktadır. Her sorunun karşısında bulunan sayılar; (1), **Hiç katılmıyorum** (2) **katılmıyorum** (3) **Kararsızım** (4) **Katılıyorum** ve (5) **Tamamen katılıyorum**, anlamına gelmektedir. Lütfen her ifadeyi dikkatlice okuyup sadece bir yanıt veriniz ve lütfen boş bırakmayınız.

1	Çoğu zaman bazı duygularımı neden hissettiğimi anlayabilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Kendi duygularımı iyi anlayabiliyorum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Ne hissettiğimi gerçekten iyi anlayabilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Her zaman mutlu olup olmadığımı anlayabilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	Arkadaşlarımın duygularını, davranışlarından anlayabilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Başkalarının duygularını iyi bir şekilde gözlemleyebilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Başkalarının duygu ve hislerine karşı duyarlıyım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Çevremdeki insanların duygularını iyi anlayabilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Her zaman kendim için hedefler koyarım ve bu hedeflere ulaşmak için elimden geleni yaparım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Her zaman kendimi yeterli bir insan olarak görürüm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Kendimi motive etmesini bilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Kendimi her zaman elimden gelenin en iyisini yapmak için teşvik ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	Öfkemi kontrol edebilirim ve sorunlarımı akıllıca değerlendirebilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14	Kendi duygularımı kontrol etmekte oldukça yetenekliyim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15	Çok sinirlendiğim zamanlar da kendimi hızlı bir şekilde sakinleşebilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16	Kendi duygularımı kontrol etmeyi iyi bilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı:	Muhammet Ali Sunar	Fotoğraf		
Doğum Yeri:				
Doğum Tarihi:				
Medeni Durumu:				
Öğrenim Durumu				
Derece	Okulun Adı	Program	Yer	Yıl
İlköğretim	Harput İlkokulu		Elazığ	1984-1990
Ortaöğretim	Gazi Kâmil Ayhan Ortaokulu		Elazığ	1990-1993
Lise	Anadolu Ticaret Lisesi	Muhasebe ve Finansman	Elazığ	1993-1995
	Mesleki Açık Öğretim Lisesi	Muhasebe ve Finansman	Adana	2011-2013
Ön Lisans	Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi	Sosyal Hizmetler	Eskişehir	2013-2015
Lisans	Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi	Kamu Yönetimi	Eskişehir	2015-2017
Yüksek Lisans	Artvin Çoruh Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü	Yönetim ve Organizasyon	Artvin	2018-2020
İş Deneyimi:				
Hakkımda bilgi almak için önerebileceğim şahıslar:				
e-posta				
Yayınlarıım:				