

**T.C.  
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANA BİLİM DALI  
İŞLETME DOKTORA PROGRAMI**

**MİZAH TARZLARI İLE YARATICILIK  
ARASINDAKİ İLİŞKİDE  
YENİLİKÇİLİK İKLİMİNİN DÜZENLEYİCİ ROLÜ**

**Doktora Tezi**

**Gülşah KOÇAK  
100036475**

**İstanbul, Şubat 2019**

**T.C.  
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANA BİLİM DALI  
İŞLETME DOKTORA PROGRAMI**

**İMİZAH TARZLARI İLE YARATICILIK  
ARASINDAKİ İLİŞKİDE  
YENİLİKÇİLİK İKLİMİNİN DÜZENLEYİCİ ROLÜ**

**Doktora Tezi**

**Gülşah KOÇAK  
100036475**

**Danışman: Prof. Dr. Ahu Tuğba KARABULUT**

**İstanbul, Şubat 2019**

## TELİF HAKLARI

Bu doktora tezinin tüm telif hakları Gülşah Koçak'a aittir. Çalışmadan doğrudan ya da dolaylı olarak yararlanılmak istendiğinde akademik alıntı kuralları çerçevesinde yazara atıfta bulunmak kaydıyla alıntı yapılabilir. Aksi durumlarda yazarın yazılı onayının alınması gerekmektedir.



## İTHAF

*Canım Annem Gönül, Canım Babam Nuri, Canım Kardeşim Yiğit'e....*

*Hep birlikte daha büyük mutluluklar paylaşmak dileğiyle....*



## TEŞEKKÜR

Tez danıőmanım Sayın Prof. Dr. Ahu Tuğba Karabulut ile tez izleme komitesi üyeleri Sayın Prof. Dr. Beliz Ülgen ve Sayın Prof. Dr. Hüseyin İnce'ye değerli katkılarında ötürü teőekkürü borç bilirim. Araştırmanın istatistiki analizler bölümünde, analiz bulgularını değerlendirme konusunda değerli yardımlarını benden esirgemeyen değerli hocam Sayın Prof. Dr. Hüseyin İnce'yi her zaman minnetle anacağım. Ayrıca üniversitemiz bilgi iőlem sorumlusu Engin Erim ile uzman kütüphane sorumlusu Arzu Kara'ya bu süreçteki teknik desteklerinden dolayı çok teşekkür ederim. Son olarak, yaklaşık üç yılımı alan bu yorucu çalışmalar sırasında bana moral ve sevgi desteklerini hiç esirgmeden, cömertçe sunan ailemi, çalışma arkadaşlarımı ve tüm sevdiklerimi sevgiyle anmak istiyorum.





T.C. İSTANBUL TİCARET  
ÜNİVERSİTESİ

T.C.  
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

DOKTORA TEZİ ONAY FORMU

Biletme

Doktora programı öğrencisi... Gülşah Kocak 'ın  
Mizan Tazeleri ile Yararlanık Arasındaki İlişide  
Yerelîkî İhlâmînin Düzenleyici Rolü...başlıklı tez çalışması,  
Enstitümüz Yönetim Kurulu 08.01.2019 tarih ve 2019 / 488 / 22 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından  
oybirliği/oyçokluğu ile Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

UNVANI, ADI SOYADI

İMZA

TEZ DANIŞMANI

Prof. Dr. A. Tuğba Konebulut

JÜRİ ÜYESİ

Prof. Dr. Beliz Şen

JÜRİ ÜYESİ

Prof. Dr. Hüseyin İnce

JÜRİ ÜYESİ

Prof. Dr. Salih Zeki İmamoğlu

JÜRİ ÜYESİ

Doç. Dr. Mustafa Emre Civelek

## Öz

Mizah yeteneği gelişmiş işgörenlere ve yenilikçilik iklimine sahip olan işletmelerin yaratıcılığı yüksek işgörenlere de sahip oldukları gözlemlenmektedir. Örgütlerin hedeflerini yakalamak için mizahı nasıl kullanabileceklerini öğrenmeleri, mizaha ve yaratıcılığa olanak tanıyan yenilikçi bir örgüt iklimi yaratmaları ve mizahın karanlık tarafından sakınarak örgüt içinde pozitif mizahı teşvik etmeyi benimsemeleri büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışmada farklı mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişki ve yenilikçilik ikliminin bu ilişki üzerindeki düzenleyici rolünün saptanması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda hangi mizah tarzlarının yaratıcılığı ve yenilikçilik iklimini olumlu, hangilerinin olumsuz etkilediği irdelenirken, yenilikçilik ikliminin mizah tarzları ve yaratıcılığa katkıları araştırılmış ve çıkan sonuçların örgütsel performansı ve etkinliği geliştirmede ne kadar kullanılabilir olduğu ortaya konulmuştur.

Araştırma kapsamında devlet ve vakıf üniversitelerinde çalışan akademisyenlerin davranışları ele alınmıştır. Hipotezleri test etmek amacıyla korelasyon, keşfedici faktör analizi ve yapısal eşitlik modeline dayalı doğrulayıcı faktör analizi ile hiyerarşik regresyon analizi uygulanmıştır. Hipotezlerde ileri sürüldüğu gibi kendini geliştirici ve sosyal mizah tarzlarının akademisyenlerin yaratıcılığı ile pozitif yönde ilişkili olduğu, saldırgan mizah tarzının ise akademisyenlerin yaratıcılığı ile negatif yönde ilişkili olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Ancak, kendini yıkıcı mizah tarzı ile yaratıcılık arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Yenilikçilik ikliminin ise mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişki üzerinde yalnızca kısmi bir düzenleyici etkisi olduğu sonucu elde edilmiştir.

**Anahtar kavramlar:** Mizah, Mizah Tarzları, Yaratıcılık, Yenilikçilik İklimi

## **Abstract**

The companies with employees who have humor capability and an innovation climate have been observed to have high creative skills. In order to foster creativity, it is crucial that organizations learn how to make use of humor in order to achieve organizational objectives, create an innovation climate that enables humorous communication and promote positive humor avoiding the dark side of humor at workplace.

This study aims to address how different styles of humor affect creativity and how innovation climate at the universities moderates this relationship. Accordingly, constructs were analysed to put forth which humor styles affect creativity positively, which of the humor styles negatively, how innovation climate contributes to foster humor styles and creativity in the organization and how the outcome of this study could be used in terms of improving organizational performance and effectiveness.

In the research, the behavior of academic staff from public and private universities in Turkey was taken into consideration. Correlation, exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis utilizing structural equation modelling and hierarchical regression analysis were used to test the hypotheses. As suggested in the hypotheses, it was found out that while self-enhancing and affiliative humor styles are positively related to academics' creativity, aggressive humor style is negatively related to academics' creativity. However, self-defeating humor style is not significantly related to creativity as argued and innovation climate partially moderates the relationship between humor styles and creativity.

**Keywords:** Humor, Humor Styles, Creativity, Innovation Climate

# İÇİNDEKİLER

Sayfa No

Öz.....	iii
Tablolar Listesi .....	vii
Şekiller Listesi .....	viii
Kısaltmalar Listesi .....	ix
<b>1. GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
<b>2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE .....</b>	<b>3</b>
2.1. Mizah, Mizah Anlayışı ve Mizah Tarzları .....	3
2.1.1 Mizah Çalışmaları / Modelleri .....	5
2.2. Yaratıcılık.....	11
2.2.1 Yaratıcılık Çalışmaları / Modelleri.....	12
2.3. Yenilikçilik ve Yenilikçilik İklimi .....	16
2.3.1 Yenilikçilik İklimi Çalışmaları / Modelleri.....	17
2.4. Mizah Tarzları, Yaratıcılık ve Yenilikçilik İklimi .....	20
2.4.1. Mizah Tarzları ve Yaratıcılık Arasındaki İlişki .....	20
2.4.2. Yenilikçilik İklimi ve Mizah Tarzları Arasındaki İlişki.....	22
2.4.3. Yenilikçilik İklimi ve Yaratıcılık Arasındaki İlişki .....	23
2.5. Hipotez Geliştirme .....	26
<b>3. YÖNTEMBİLİM .....</b>	<b>31</b>
3.1. Araştırmanın Amacı .....	31
3.2. Ana Kütle ve Örneklem .....	31
3.3. Araştırmanın Modeli .....	31
3.4. Ölçüm Aracı .....	32
3.5. Ölçüm Uygulaması.....	33
3.6. Araştırmanın Varsayımları.....	34
<b>4. ANALİZLER .....</b>	<b>35</b>
4.1. Geçerlilik Analizi .....	35
4.1.1. Keşfedici Faktör Analizi .....	35
4.1.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	40
4.2. Demografik Özellikler .....	43
4.3. Tanımlayıcı İstatistikler .....	44

4.4. Korelasyon Analizi.....	49
4.5. Hipotez Testi .....	51
4.6. Hiyerarşik Regresyon Analizi .....	52
<b>5. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ.....</b>	<b>59</b>
5.1. Yöneticilere Tavsiyeler .....	62
5.2. Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler .....	63
<b>EKLER .....</b>	<b>66</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>70</b>



## Tablolar Listesi

### Sayfa No

<b>Tablo 1.</b> Mizah Tarzları Çalışmaları / Modelleri .....	10
<b>Tablo 2.</b> Yaratıcılık Çalışmaları / Modelleri .....	15
<b>Tablo 3.</b> Yenilikçilik İklimi Çalışmaları / Modelleri .....	19
<b>Tablo 4.</b> Döndürülmüş Faktör Matrisi ve Varyans Açıklama Yüzdeleri .....	36
<b>Tablo 5.</b> Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları .....	40
<b>Tablo 6.</b> Demografik Özellikler .....	43
<b>Tablo 7.</b> Mizah Tarzları Ölçeği Tanımlayıcı İstatistikler .....	45
<b>Tablo 8.</b> Yaratıcılık Ölçeği Tanımlayıcı İstatistikler .....	47
<b>Tablo 9.</b> Yenilikçilik İklimi Ölçeği Tanımlayıcı İstatistikler .....	47
<b>Tablo 10.</b> Değişkenlerin Korelasyon Katsayıları ve Tanımlayıcı İstatistikleri .....	50
<b>Tablo 11.</b> Mizah Tarzları ve Yaratıcılık Arasındaki Yol Analizi .....	51
<b>Tablo 12.</b> Model Uyum İndeksi ve Kabul Edilebilir Değerler .....	52
<b>Tablo 13.</b> Takım Uyumu Boyutunun Düzenleyici Etkisi .....	53
<b>Tablo 14.</b> Denetleyici Teşviki Boyutunun Düzenleyici Etkisi .....	54
<b>Tablo 15.</b> Kaynaklar Boyutunun Düzenleyici Etkisi .....	55
<b>Tablo 16.</b> Özerklik Boyutunun Düzenleyici Etkisi .....	56
<b>Tablo 17.</b> Yeniliklere Açıklık Boyutunun Düzenleyici Etkisi .....	57

## Şekiller Listesi

	<b>Sayfa No</b>
Şekil 1. Araştırmanın Modeli.....	32



## Kısaltmalar Listesi

B / $\beta$	: Beta
CFI	: Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index)
B.G.	: Bileşik Güvenilirlik
IFI	: Artırımlı Uyum İndeksi (Incremental Fit Index)
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin
Max	: En yüksek
Min	: En düşük
P	: Anlamlılık
RMSEA	: Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (The Root Mean Square Error of Approximation)
S.D.	: Serbestlik Derecesi
S.H.	: Standart Hata
Std.	: Standardize edilmiş
T	: T testi
TLI	: Tucker-Lewis Uyum İndeksi (Tucker-Lewis Fit Index)
$\chi^2/s.d.$	: Ki-Kare/Serbestlik Derecesi

## 1. GİRİŞ

Günümüzde rekabet avantajı yakalamanın yeni yollarını aramak örgütler için vazgeçilmez bir olgu olmuştur. Yaratıcılık örgütlere hem sürekli değişimle mücadele fırsatı sunar, hem de bu değişimden fayda sağlamalarına olanak tanır. Bu nedenle, hayatta kalma ve başarılı olma iddiası olan her örgütün yaratıcılık yeteneğini geliştirmeyi ve sürdürmeyi öğrenmesi gerekmektedir.

Yaratıcılığın gelişmesi için ise yenilikçi bir bakış açısına ve yenilikçi bir ortama ihtiyaç vardır. Bu bağlamda yenilikçilik iklimi kavramı ortaya çıkmaktadır. Örgüt iklimi bir örgüt içerisindeki hava olarak tanımlanırsa, yenilikçilik iklimi de yeni fikirlerin ve uygulamaların desteklendiği hatta yeni fikir geliştirmenin vizyonunun en önemli öncülü olarak kabul edildiği bir ortam olarak betimlenebilir.

Diğer taraftan, mizahın iş yerinde karmaşık ama güçlü bir iletişim aracı olduğu bilinmektedir. Mizah, güveni sağlar, morali ve iş tatminini yükseltir, stresi azaltır ve ulaşılabilirliği olanaklı kılar, ilişkileri geliştirir ve örgütte esnekliği pekiştirir. İşgörenler işyerinde huzurlu ve mutlu olduklarında, daha çok üretmeye, özellikle örgüt performansına katma değer yaratacak yeni fikir ve öneriler geliştirmeye daha fazla eğilimli olurlar. Ancak bazı mizah türlerinin işgörenlerin başarısı ve örgüt çıktıları üzerinde olumsuz etkileri bulunmaktadır. Dolayısıyla örgüt başarısını arttırmak için bu tip olumsuz mizah tarzlarından kaçınarak olumlu mizah tarzlarının teşvik edilmesi önem taşımaktadır.

Bu çalışmada mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişkide yenilikçilik ikliminin düzenleyici rolü Türkiye’de devlet ve vakıf üniversitelerinde çalışmakta olan akademisyenler özelinde ele alınmıştır. Araştırmada bir taraftan hangi mizah tarzlarının

yaratıcılığı olumlu, hangilerinin olumsuz etkilediği irdelenirken, bir taraftan da yenilikçilik ikliminin mizah tarzları ve yaratıcılık arasındaki ilişki üzerindeki etkileri incelenerek çıkan sonuçların üniversitelerin performansını ve etkinliğini arttırmada ne kadar kullanılabilir olduğu ortaya koyulmuştur.

Mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişki daha önce akademik düzlemde ele alınmamıştır. Araştırma, hem mizah tarzları ve yaratıcılık arasındaki ilişkiyi akademik düzlemde ele alarak, hem de mizah ile yaratıcılık ve örgütsel etkinlik üzerine daha önce farklı düzlemlerde yapılmış olan önceki çalışma sonuçlarını ve teorileri teyit ederek literatüre katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Keza, literatürde yenilikçilik ikliminin mizah tarzları ve yaratıcılık üzerinde ayrı ayrı etkilerini inceleyen farklı çalışmalar olmasına rağmen, farklı mizah tarzları ve yaratıcılık arasındaki ilişki üzerindeki düzenleyici rolüne ilişkin bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma, aynı zamanda yenilikçilik ikliminin mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişkideki düzenleyici etkisini inceleyerek literatüre katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde, tez çalışmasına konu olan mizah, mizah tarzları, yaratıcılık, yenilikçilik ve yenilikçilik iklimi kavramlarına ilişkin yapılmış olan literatür taraması sonuçları ele alınmış ve ilgili teorik çalışmalar ve modeller tartışılmıştır.

### 2.1. Mizah, Mizah Anlayışı ve Mizah Tarzları

Mizah ve mizah anlayışı kavramlarının anlamları farklı olsa da, bu iki kavram genellikle birbirinin yerine kullanılabilir. Martineau (1972: 114) mizahı “mizahi olarak algılanan herhangi bir iletişim durumu” olarak tanımlarken; Crawford (1994: 57) mizahı “dinleyicilerde pozitif ve duygusal bir tepki oluşturan” bir iletişim yaklaşımı olarak görür; Lynch (2002: 423) de mizahın “tamamen bir iletişim aktivitesi” olduğunu savunurken; Romero ve Crutthirids (2006: 59) mizahı “bireyde, grupta ya da örgütte pozitif duygu ve düşünce yaratan eğlenceli bir iletişim” olarak nitelendirir; öte yandan Robert ve Yan (2007: 209) mizahın “belirli bir izleyiciye karşı yapılan kasıtlı bir sosyal iletişim” olduğunu ortaya koyar. Bütün bu tanımlamalar içerisinde, Robert ve Yan’ın yaklaşımı en kabul edilebilir olandır çünkü mizah sadece olumlu değil olumsuz sonuçlara da neden olabilmektedir.

Ayrıca, mizah anlayışı için de “sosyal bir yetenek” (Goodman, 1983); “alışıl gelmiş bir davranış kalıbı” (Martin, 1996); “baş etme stratejisi ya da savunma mekanizması” (Lefcourt ve Martin, 1986); “kişilerarası iletişim davranışı” (Sherman, 1988); “bilişsel güç ya da süreç” (Feingold ve Mazzella, 1993); “hayata dair bir bakış açısı ya da tavır” (Svebak, 1996) ve son olarak, pek çok araştırmacının önerdiği gibi, “bireyin baş etme mekanizması ve/ya bir grup içerisinde sosyalleşme ve yakınlık kurma aracı olarak mizahı kabul edip kullanmasına yardımcı olan bir özellik” (Lynch, 2002; Martin vd., 2003) gibi değişik tanımlamalar yapılmıştır.

Mizahın işlevlerini, amaçlarını ve sonuçlarını anlatmak için kullanılan üç temel kuram geliştirilmiştir:

- 1) Rahatlama kuramı
- 2) Uyumsuzluk kuramı
- 3) Üstünlük kuramı

Freud (1928) tarafından ortaya atılan rahatlama kuramına göre insanlar fiziksel ve ruhsal gerginliklerini yatıştırmak için mizahı kullanır ya da gülme eyleminde bulunur (Kuiper vd., 1992). Gülme kişinin içinde çeşitli baskılar, sorunlar ve yasaklar nedeniyle biriken sinirsel enerjinin açığa çıkması sonucu oluşmaktadır. Dolayısıyla, gülme eylemi sonucunda kişinin birikmiş sinirsel enerjisi boşalır ve kişi önce fiziksel olarak, sonrasında ruhsal olarak rahatlar. Aynı şekilde, kişi mizahla karşı karşıya kaldığında rahatlar ve mutlu olur. Baş edici ve kendini geliştirici mizah tarzları bu kuramı iyi bir biçimde açıklamaktadır.

Uyumsuzluk kuramının ortaya çıkışı, uyumsuzluğu, “karşılanmamış beklenti” ile ilişkilendiren ve kahkahanın beklentinin hiçbir şeye olan ani dönüşümü sırasında ortaya çıkan bir dürtü olduğunu savunan Immanuel Kant’a dayanmaktadır (Kant, 2007: 336). Rahatlama kuramı daha çok fizyolojik bir yaklaşım üzerine kurulmuşken, uyumsuzluk kuramında olağan dışı ve beklenmedik olana karşı geliştirilen zihinsel bir tepki yaklaşımı söz konusudur. Uyumsuzluk kuramına göre mizah, sürprizli, olağandışı, beklenmedik ve bir şekilde normalin dışındaki deneyimlerle doğar. Bu kurama göre kişi hayatın olağan akışına göre olayların nasıl gelişeceğiyle ilgili bir beklenti yaratır. Ancak olaylar tahmin ettiği gibi gerçekleşmediği zaman mizah oluşur.

Mizah aynı zamanda kişilerin başkaları üzerindeki üstünlük ifadesinin de bir şekli olarak tanımlanabilir. Temelleri Plato ve Aristo tarafından atılmış olan ve en eski mizah kuramı olarak kabul edilen üstünlük kuramı, insanların belirli durumlarda gülüp şaka yapmalarını başka insanlara üstünlük kurma çabası olarak değerlendirir. Herhangi bir olay karşısında kişi, olayın öznesinin yaptığı hatayı kendisi yapmayacağından emindir ve kendisini bu nedenle üstün hisseder. Bu durum kişinin hoşuna gider ve güler. Olaydaki komiklik diğer kişi ya da kişilerin zayıflık, beceriksizlik ya da çirkinliklerinden kaynaklandığı için, kişi kendisini zeka, yetenek ve fiziksel açıdan üstün görmektedir. Sosyolojiden beslenen bu kuram daha çok mizahın olumsuz tiplerini içeren karanlık tarafıyla ilintilidir. Aristo'nun bilinen sözü "şaka bir kötüye kullanma halidir" bunun en güzel ifadelerinden biridir.

### **2.1.1 Mizah Çalışmaları / Modelleri**

Çok boyutluluğu nedeniyle birçok farklı tanımlaması olan mizah ve mizah anlayışı kavramları için araştırmacılar pek çok farklı yaklaşım ortaya koymuşlardır.

Eysenck (1972) mizah anlayışının üç boyut altında değerlendirilebileceğini öne sürmüştür:

- 1) kişinin diğer kişilerin mizah anlayışıyla kendisinininki arasında benzerlik bulma seviyesi olarak açıklanabilen uyumcu boyut,
- 2) kişinin gülümseme ve/ya gülme frekansı ya da ne sıklıkta eğlendiği olarak tanımlanabilen kantitatif boyut ve
- 3) kişinin diğer kişileri eğlendirme seviyesi olarak nitelendirilebilen üretici boyut.

1974 yılında Svebak aşağıdaki üç bakış açısına odaklanan *Mizah Anlayışı Ölçeği*'ni geliştirmiştir:

- 1) mizahi etkinliği fark edebilme yetisi olarak tanımlanabilen mizaha duyarlılık boyutu,

- 2) kişinin mizahı hayatında nasıl algıladığını belirten mizaha karşı yaklaşım boyutu ve
- 3) mizah yaratma ve kullanma becerisi olarak adlandırılabilen mizahı ifade etme boyutu.

Sonuçlarının güvenilirlik düzeyinin düşük çıkması nedeniyle, Svebak, duygu durumu bildirme boyutu bölümünü ölçeğinden çıkararak ve 1996 yılında sadece duyarlılık ve hoşnut olma boyutlarını ele alan *Mizah Anlayışı Ölçeği 6*'yı oluşturmuştur.

Bizi vd. (1988) mizahı, (a) üretici ve (b) tepkisel mizah olarak ikiye ayırmışlardır. Üretici mizah, mizah ve gülme eyleminin oluşumunu vurgularken, tepkisel mizah diğerlerinin mizaha karşı gülümseme ya da gülme olarak verdikleri tepki eylemini anlatır. Bizi ve arkadaşları daha sonra, mizahın odağını temel alarak (c) öz odaklı ve (d) öteki odaklı mizah olarak iki yeni mizah boyutu daha ileri sürmüşlerdir. Öz odaklı mizah bireyin kendisine gülmesi ve kendisiyle dalga geçmesini, öteki odaklı mizah alaycı olma ve başkalarıyla dalga geçme durumlarını içerir.

Thorson ve Powell'e göre (1993b) mizahın tanımlanabileceği dört ana kapsam bulunmaktadır. Geliştirmiş oldukları *Çokboyutlu Mizah Anlayışı Ölçeği* şu mizah boyutlarını ele almaktadır:

- 1) mizah yaratma yetisi, şaka yapma anlayışı,
- 2) mizahı problemlerle baş etme mekanizması olarak kullanma yetisi,
- 3) mizahı ve mizah kullanan kişileri onaylama yetisi ve
- 4) mizaha karşı tutum.

Mizahın hem olumlu hem de olumsuz etkileri olduğu için, araştırmacılar mizahı olumlu ve olumsuz olmak üzere iki grupta incelemişlerdir

(Martin vd., 2003). Martin ve arkadaşları, mizahın bileşenlerini analiz ederken, mizahın her iki yönünü de ele alan, *Mizah Tarzları Modeli*'ni geliştirmişlerdir. Çalışmalarında çok boyutlu bir özellik olan mizahın (1) odağına (mizahın özü ya da başkalarıyla olan

ilişkileri geliştirmek için mi kullanıldığına); (2) yapısına (mizahın öze ve/ya ilişkilere faydalı ya da zararlı olmasına) göre değerlendirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

‘Mizahın odağı’ mizahın yöneltildiği nesneyi, kişinin kendisini mi yoksa başkalarıyla olan ilişkileri mi hedeflediğini belirtmektedir. Kişinin kendi bilişsel, duygusal ve sosyal durumuyla ilgili olan mizah tarzları öz odaklı mizah olarak nitelendirilirken, diğer kişileri ve bu kişilerle olan ilişkileri ve iletişimi hedef alan mizah tarzları ise kişilerarası ya da sosyal mizah olarak adlandırılmaktadır.

Mizahın kişi ya da kişilerarası ilişkiler üzerinde yarattığı etkilerin özelliklerine göre sınıflandırılan ‘mizahın yapısı’ ise kişi ya da kişilerarası ilişkiler için faydalı ya da zararlı olma durumuna göre kendi içerisinde ikiye ayrılmaktadır.

Olumlu mizahın, hayata karşı pozitif bir bakış açısı geliştirmek amacıyla kullanılan bir baş etme mekanizması olarak nitelendirilebilen (a) kendini geliştirici mizah ve başkalarını eğlendirmek, grup içi gerginliği azaltmak ve ilişkileri güçlendirmek amacıyla kullanılan (b) katılımcı mizah olarak üzere iki tipi vardır. Buna karşılık, olumsuz mizahın ise başkalarını rahatlatmak ve eğlendirmek amacıyla kişinin kendisiyle alay etmesi diye ifade edilebilen (a) kendini yıkıcı mizah ve başkalarını eleştirmek, manipüle etmek ve tehdit etmek amacıyla kullanılan (b) saldırgan mizah olmak üzere yine iki farklı türü bulunmaktadır.

Kuiper ve Nicholl (2004) mizah anlayışını (a) mizahı onaylama ve (b) mizah üretme olmak üzere iki gruba ayırmıştır. Ancak, daha sonra, mizahın tarzlarına göre, katılımcı ve kendini geliştirici mizah tarzlarını içeren (c) olumlu mizah ile saldırgan ve kendini yıkıcı mizah tarzlarını içeren (d) olumsuz mizah olmak üzere iki yeni mizah tipi ekleyerek sınıflandırmasını genişletmiştir.

Blanchard vd. (2014) tarafından oluşturulan *Mizah İklimi Anketi*'ne göre dört çeşit mizah tipi bulunmaktadır:

- 1) takım ruhunu ve grubun moralini desteklemek için üretilen grup içi pozitif mizah,
- 2) grup içinde diğerleriyle dalga geçmek ve alay etmek için kullanılan grup içi negatif mizah,
- 3) grup dışındakileri, genellikle yönetimi ve otoriteyi hedef alan aşağılayıcı ve alaycı grup dışı negatif mizah ve
- 4) grup liderinin grup içi mizahı destekleyip teşvik etme seviyesi, mizah için yönetici desteği.

*Mizah İklimi Anketi*'nin temel fikri işgörenlerin iş yerinde mizahı ifade etme ve deneyimleme derecelerini ölçmektir.

Literatürde pozitif mizahın işgörenlerin motivasyonu, iş tatmini, bağlılığı, işe devamlılığı, lider etkinliği ve verimlilik gibi örgütsel performans göstergeleriyle doğrudan ilişkili olduğu görülmektedir (Robert & Yan, 2007; Bizi vd., 1988; Spruill, 1992; Avolio vd., 1999).

Pozitif mizahın biyolojik etkileri üzerine yapılan araştırmalar, mizahın insanların ruhsal sağlığına ciddi katkıları olduğunu kanıtlamıştır. “Tıp biliminin mizah ile ilgili söyleyeceği çok şey var. Kahkaha ciğerlerin karbondioksiti pompalamasını, gözyaşlarının gözleri temizlemesini, kasların gerginliği azaltmasını, adrenalinin artmasını ve kardiovasküler sistemin egzersiz yapmasını sağlar.” (Barth, 1990: 171). Bunun yanı sıra, güçlü mizah anlayışına sahip olan işgörenler örgüt ortamı için çok önemli olan kişilerarası iletişim yeteneği ve takım çalışmasına daha çok katkı göstermektedirler. Mizah zor durumlarla baş etme konusunda güçlü bir araç olduğu için,

mizahi bir iklimi benimseyen örgütlerin stresli ortamlara diğer örgütlere nazaran daha fazla dayanabildikleri öne sürülebilir (Mesmer-Magnus vd., 2012; Bizi vd., 1988).

İşgörenlerin fiziksel ve ruhsal sağlığına olumlu etkilerinin yanında, mizahın işgörenlerin iş performanslarında da önemli rolü olduğu görülmektedir. Bizi vd. (1988) mizahın stres altında çalışmada iş kalitesini arttırdığını savunmuş, Derks vd. (1998) de mizahın zihinsel fonksiyonları, hafızayı ve konsantrasyonu geliştirdiğini ifade etmişlerdir.

Mizah aynı zamanda kişilerarası bir akışkan işlevi görerek (Morreall, 1991) ekip üyeleri arasında pozitif etki yaratır ve böylelikle ekip ruhunu, uyumu ve birliği güçlendirir. Mizah grup içi sosyoekonomik farklılıkları gidererek, kişilerarası sosyal mesafeyi azaltır (Graham, 1995), örgütsel bağlılık (Susa, 2002), örgütsel özdeşleştirme ve örgütsel vatandaşlık davranışı gibi örgüt değerlerinin temelini oluşturan güveni artırır (Hampes, 1999).

İşgören pozitif mizahıyla işgörenlerin motivasyonu ve iş tatmini (Robert and Yan, 2007) ve örgütsel yaratıcılık (Thorson and Powell, 1993a) arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu açıktır. İyi mizah anlayışına sahip işgörenleri olan bir örgütün işe devamsızlık (Spruill, 1992) ve iş gücü devri gibi olumsuz durumlarla karşılaşma olasılıkları düşüktür. Kısaca işgören pozitif mizahının sadece işgören sağlığı ve performansına değil, örgütün sağlığı ve performansına olan katkıları büyüktür.

Örgütlerde liderler tarafından benimsenen pozitif mizahın etkileri işgörenlerinki ile benzer sonuçlar doğurmaktadır. Ancak lider pozitif mizahının yarattığı bazı ek avantajlar da mevcuttur.

Öncelikle, lider pozitif mizahı güveni pekiştirerek grup içinde saygıyı geliştir ve bu da grup içinde iletişimi, etkileşimi ve öğrenmeyi destekleyen bir ortamın oluşumunu sağlar. Lider mizahı ayrıca güç mesafesini azaltarak örgütte paylaşım, yaratıcılık ve yenilikçilikliği teşvik eder. Böylelikle işgörenler örgütsel sorunları çözmek ve yeni iş yaklaşımları geliştirmek farklı yollar bulmak için daha hevesli ve istekli olurlar. Sonuç olarak, lider mizahı hem işgören performansını hem de örgüt performansını artırır ( Avolio vd., 1999). Tablo 1’de araştırmamızda ele alınan mizah çalışmaları ve modelleri listelenmektedir:

**Tablo 1. Mizah Tarzları Çalışmaları / Modelleri**

<b>MODEL</b>	<b>BOYUTLARI</b>
<b>Eysenck (1972)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uyumcu</li> <li>• Kantitatif</li> <li>• Üretici</li> </ul>
Mizah Anlayışı Ölçeği - MAÖ (Sense of Humor Questionnaire - SHQ) <b>Svebak (1974)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alt Mesaj Duyarlılığı</li> <li>• Mizahi Durumlardan Hoşnut Olma</li> <li>• Duygu Durumu Bildirme</li> </ul>
<b>Bizi vd. (1988)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Üretici Mizah</li> <li>• Tepkisel Mizah</li> <li>• Öz Odaklı Mizah</li> <li>• Diğeri Odaklı Mizah</li> </ul>
Çokboyutlu Mizah Anlayışı Ölçeği - ÇMAÖ (Multidimensional Sense of Humor Scale - MSHS) <b>Thorson ve Powell (1993a)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mizah Yaratıcılığı/Mizahın Sosyal Amaçlar için Kullanımı</li> <li>• Başedici Mizahın Kullanımı</li> <li>• Mizah Kullanan İnsanların Onaylanması</li> <li>• Mizahın Onaylanması</li> </ul>
Mizah Anlayışı Ölçeği 6 - MAÖ-6 (Sense of Humor Questionnaire 6, SHQ-6) <b>Svebak (1996)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alt Mesaj Duyarlılığı</li> <li>• Mizahi Durumlardan Hoşnut Olma</li> </ul>
Mizah Tarzları Anketi – MTA (Humor Styles Questionnaire - HSQ) <b>Martin vd. (2003)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Katılımcı Mizah</li> <li>• Kendini Geliştirici Mizah</li> <li>• Saldırgan Mizah</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kendini Yıkıcı Mizah</li> </ul>
<b>Kuiper ve Nicholl (2004)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mizahı Onaylama</li> <li>• Mizah Üretme</li> <li>• Olumlu Mizah</li> <li>• Olumsuz Mizah</li> </ul>
Mizah İklimi Anketi (Humor Climate Questionnaire) <b>Blanchard vd. (2014)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grup İçi Pozitif Mizah</li> <li>• Grup İçi Negatif Mizah</li> <li>• Grup Dışı Negatif Mizah</li> <li>• Mizah için Yönetici Desteği</li> </ul>

## 2.2. Yaratıcılık

Sanat, psikoloji, fen bilimleri, eğitim gibi farklı alanlarda yaratıcılık çalışmaları 1950'lere uzansa da, bu konu yönetim ve organizasyon alanındaki teorisyenlerin ilgisini çekmeye ancak 1980'lerde başlamış ve yönetim ve organizasyon literatürüne girmiştir. Stein (1953) yaratıcılığı belirli bir zaman içerisinde bir grup kişi tarafından iyi, rasyonel ve faydalı yenilik oluşturan bir pratik olarak tanımlamaktadır. Aynı şekilde, Amabile (1983) de bir ürün ya da hizmetin ancak uygun bir izleyici tarafından yeni ve faydalı olarak kabul edilirse yaratıcı olduğunu savunmaktadır. Keza George (2007) fikir ve çözümlerin bir örgütte yaratıcı bulunması için bu fikir ve çözümlerin örgüt için yeni ve değerli olması gerektiğini ileri sürmektedir. Bu doğrultuda yaratıcılığın örgüt için önemli rekabet avantajı sağlayan ve başarısına katkıda bulunana bir iletişim süreci olduğu sonucuna varılabilir.

Kasof (1999)'a göre yaratıcılık kendi yaratıcısının dışında başka biri tarafından yeni ve faydalı olarak algılanan bir şeydir. Öte yandan Runco (1998) ve Baer (1997) ise yaratıcılığı yaratıcı için orijinal ve uygulanabilir olan herhangi bir şey olarak kabul etmektedir. Menaker (1996) tarafından ifade edilen Otto Rank'ın yaklaşımı da bu öz odaklı fikri desteklemektedir. Otto Rank her bireyin özel olduğuna ve geçmiş deneyimlerinden yeni, orijinal ve beklenmedik şeyler yaratma yeteneğine sahip

olduğuna inanmaktadır. Csikszentmihalyi (1991) ise yaratıcılığın yaratıcı ya da yaratılan üründen daha çok, yaratıcı ile söz konusu ürünleri benimseyen ya da reddeden hedef kitle arasındaki karşılıklı etkileşimle ilişkili olduğunu öne sürmüştür. Bu görüşle yaratıcılığın şartlara göre değişen bir yenilik ve değer algısı olduğuna dikkat çekmektedir.

### **2.2.1 Yaratıcılık Çalışmaları / Modelleri**

Amabile vd. (1996)'ne göre yaratıcı bireyin karakter özelliklerinden yola çıkan geleneksel psikoloji yaklaşımın aksine sosyal çevre, yaratıcı davranışın hem boyutunu hem de sıklığını etkilemektedir. Buna bağlı olarak yaratıcılığı yeni ve faydalı düşüncelerin belirli bir bağlamda geliştirilmesi olarak, yenilikçiliği ise bu yeni ve faydalı düşüncelerin uygulanması olarak tanımlamaktadırlar (Amabile, 1996). Yenilikçiliğin gelişmesi için her ne kadar yaratıcılık ön şart olsa da, bu tek başına yeterli olmadığı gibi, gerektiğinde dışarıdan yaratıcı fikir desteği de alınabilir.

Örgütsel yaratıcılık ve yenilikçilik teorileri kapsamında yaptığı bir çalışmada Amabile (1988) her biri farklı alt unsurlara sahip üç örgütsel faktör ileri sürmüştür:

- 1) örgütsel yenilikçilik motivasyonu,
- 2) kaynaklar ve
- 3) yönetim uygulamaları.

Örgütsel yenilikçilik motivasyonu, temel olarak örgütün yenilikçilik eğilimi ile örgüt içerisindeki her türlü yaratıcılık ve yenilik desteği ile ilişkilendirilebilirken, kaynaklar örgütün sahip olduğu yeniliğe yardımcı her şey, yönetim uygulamaları ise iş yerinde sağlanan özgürlük ve otonomi, amaçların belirlenmesi, farklı yetenek ve bakış açısına sahip bireylerden oluşan çalışma gruplarının oluşturulması gibi yönetim insiyatiflerini içermektedir (Amabile, 1988).

Günümüzde iş dünyasında en çok kullanılan yaratıcılık modellerinden olan, Amabile vd. (1996) tarafından geliştirilen *KEYS Yaratıcılık Modeli* yine Amabile tarafından 1988 yılında ileri sürülen bu içeriksel teoriye dayanmaktadır. *KEYS Modeli*'nin beş boyutu bulunmaktadır:

- 1) yaratıcılığın cesaretlendirilmesi,
- 2) özgürlük / özerklik,
- 3) olanaklar,
- 4) baskı ve
- 5) yaratıcılık için örgütsel engeller.

Kişilik ve örgütsel davranış araştırmalarında sıklıkla kullanılan Beş-Faktör Kişilik Modelinin “deneyime açıklık” ve “sorumluluk” boyutlarından yola çıkarak etkileşimsel bir yaklaşımla *İş Yerinde Etkileşimsel Yaratıcılık Modeli*'ni geliştiren George ve Zhou (2001) öncelikle bu iki boyut ile yaratıcı davranış arasındaki ilişkide durumun ne derece etkili olduğuna odaklanmışlardır. George ve Zhou (2001) hangi örgütsel şartlarda “deneyime açıklık” özelliğinin, yaratıcı davranışın oluşmasına katkıda bulunduğunu incelediklerinde, ‘geribildirim değeri’, ‘belirsiz sonuçlar’, ‘belirsiz araçlar’, ‘çoklu araçlar’ alt boyutlarına ulaşmışlardır. Keza, sorumluluk ve yaratıcılık bağlamında hangi tip durumlarda “sorumluluk” özelliğinin yaratıcılığa olumsuz etkisi olduğunu ele aldıklarında ‘sıkı gözetim’, ‘hatalı iletişim’, ‘yardımcı olmayan iş arkadaşları’, ‘olumsuz iş ortamı’ alt boyutlarını bulmuşlardır. Bütün bu boyutlara ‘yaratıcı davranış’ boyutunu da ekleyerek on bir boyuttan oluşan *İş Yerinde Etkileşimsel Yaratıcılık Modeli*'ni geliştirmişlerdir.

Yönetim ve organizasyon literatüründeki başlıca yaratıcılık çalışmalarından biri de yaratıcılığı, “uygulanan yaratıcılık” ve “yaratıcılık potansiyeli” olarak ele alan DiLiello ve Houghton’a aittir. Yaratıcılık potansiyelini bireyin yapabilecekleri olarak, uygulanan

yaratıcılığı ise bireyin yaratıcı beceri ve yeteneklerini kullanabilme fırsatı algısı olarak tanımlayan DiLiello ve Houghton (2008), *Yaratıcılık Potansiyeli ve Uygulanan Yaratıcılık Modeli (CPPC-17)*'ni hazırlamışlardır. DiLiello ve Houghton'a göre bireylerin yaratıcılık potansiyellerini uygulanan yaratıcılığa dönüştürebilmeleri için, bireylerin yaratıcı öz yeterliklerini güçlendirmelerinin yanısıra, örgütlerin de yaratıcılığın ortaya çıkmasına olanak tanıyan bağlamsal faktörleri geliştirmeleri gerekmektedir.

İş yerinde bireysel değerler ve yaratıcı davranış üzerine odaklanan Rice (2006), işgören yaratıcı davranışını, bir işgörenin iş yerinde yaratıcılıkla ilgili olan davranışlarına ilişkin algısı olarak tanımlamaktadır. Bireysel yaratıcı davranışın daha çok içsel motivasyonla beslendiğine işaret eden Rice, örgütsel özellikler ile işgören yaratıcılığı arasındaki ilişkiyi ele alarak bireysel yaratıcılık algısını tek boyutta ölçmeyi amaçlayan, *İşgören Yaratıcı Davranışı Modeli* 'ni ortaya koymuştur (Rice, 2006).

Kaufman ve Beghetto (2009)'nun öne sürmüştüğü *Dört C Yaratıcılık Modeli*, geleneksel "büyük-C" ve "küçük-C" yaratıcılık tiplerinin üzerine "mini-C" ve "pro-C" yeni tiplerini ekleyerek dört boyuttan oluşan bir yaklaşım öne sürmektedir. büyük-C, öne çıkan ve tartışmasız apaçık olan yaratıcılığı, küçük-C ise günlük hayatın gerektirdiği hemen herkesin sahip olduğu pratik yaklaşımları kapsamaktadır. Öte yandan, mini-C öğrenme sürecinin özünde var olan yaratıcılık, pro-C ise herhangi bir yaratıcı alanda profesyonel uzmanlık gerektiren yaratıcılık olarak tanımlanmıştır (Kaufman ve Beghetto, 2009). Ayrıca, Kaufman ve Beghetto, araştırmalarda karmaşıklık oluşturmasına rağmen, bu iki yeni boyutun eklenmesinin yaratıcılık alanının sürekli gelişimi için gerekli olduğunu ileri sürmüşlerdir.

Yaratıcılığı doğrudan örgütsel düzlemde inceleyen Balay (2010) aynı zamanda *Örgütsel Yaratıcılık Modeli* 'ni geliştirmiştir. Bu modelde yaratıcılık kavramsal yapısı, "bireysel

boyuttaki örgütsel yaratıcılık algı düzeyi”, “yönetmel boyuttaki örgütsel yaratıcılık algı düzeyi” ve “toplumsal boyuttaki örgütsel yaratıcılık algı düzeyi” olmak üzere üç boyutta ele alınmaktadır (Balay, 2010). Tablo 2’de araştırmamızda incelenen yaratıcılık çalışmaları ve modelleri özetlenmektedir:

**Tablo 2. Yaratıcılık Çalışmaları / Modelleri**

<b>MODEL</b>	<b>BOYUTLAR</b>
KEYS Modeli <b>Amabile vd. (1996)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yaratıcılığın cesaretlendirilmesi</li> <li>-Örgütsel Teşvik</li> <li>-Denetleyici Teşviki</li> <li>-Çalışma grubu Teşviki</li> <li>• Özgürlük/Özerklik</li> <li>• Olanaklar</li> <li>• Baskı</li> <li>• Yaratıcılık İçin Örgütsel Engeller</li> </ul>
İş Yerinde Etkileşimsel Yaratıcılık Modeli <b>George ve Zhou (2001)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deneyime Açıklık</li> <li>• Sorumluluk</li> <li>• Geribildirim Değeri</li> <li>• Belirsiz Sonuçlar</li> <li>• Belirsiz Araçlar</li> <li>• Çoklu Araçlar</li> <li>• Sıkı Gözetim</li> <li>• Hatalı İletişim</li> <li>• Yardımcı Olmayan İş Arkadaşları</li> <li>• Olumsuz İş Ortamı</li> <li>• Yaratıcı Davranış</li> </ul>
Yaratıcılık Potansiyeli ve Uygulanan Yaratıcılık Ölçeği (CPPC-17) <b>DiLiello ve Houghton (2008)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yaratıcılık Potansiyeli</li> <li>• Uygulanan Yaratıcılık</li> <li>• Algılanan Örgütsel Destek</li> </ul>
İşgören Yaratıcı Davranış Anketi <b>Rice (2006)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bireysel Yaratıcılık Algısı</li> </ul>

4C Modeli <b>Kaufman ve Beghetto (2009)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mini-C</li> <li>• Küçük-C</li> <li>• Pro-C</li> <li>• Büyük-C</li> </ul>
Örgütsel Yaratıcılık Ölçeği <b>Balay (2010)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi</li> <li>• Yönetimsel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi</li> <li>• Toplumsal Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi</li> </ul>

### 2.3. Yenilikçilik ve Yenilikçilik İklimi

Küreselleşmenin getirdiği rekabet ortamında, yenilikçilik, örgütsel performansın en önemli belirleyicilerinden biridir. Bu nedenle, örgütlerin rekabet avantajı elde edebilmek için yeni yollar araması vazgeçilmez olmuştur. Öte yandan, yeniliği yaratmak kadar yeniliğin devamını sağlamak da önemlidir. Bu da ancak yenilikçiliği besleyen yaratıcı fikirlerin desteklendiği yenilikçi bir örgüt iklimi ile mümkün olabilir.

Belirli bir yerde uzun bir zaman dönemi içerisindeki hava koşullarını anlatmak için kullanılan “iklim” terimi, yönetim literatüründe belirli bir örgüt içerisinde gözlemlenen psikososyal koşulları tanımlamak için kullanılmaktadır. Keza, örgüt iklimi bir örgüt içerisindeki yaşama özgü davranışlar, tavırlar ve duygular bütünü olarak düşünülmektedir (Ekvall, 1996).

Bu doğrultuda, yenilikçi örgüt iklimi yenilikçiliğin hüküm sürdüğü, yaratıcı ve işgörenlerin yenilikçi performansının sürekli desteklenerek teşvik edildiği bir örgüt iklimi olarak kabul edilmektedir. Janssen’e (2005) göre yaratıcı iklim ve yenilikçi iklim

birbirinden farklıdır. Yaratıcı iklim yalnızca yeni fikirlerin geliştirilmesini destekleyen durumları gösterirken, yenilikçi iklim hem yeni fikirlerin geliştirilmesini, hem de uygulanmasını destekleyen durumları göstermektedir. Dolayısıyla, yenilikçi iklimin yaratıcı iklimi kapsamakta olduğu söylenebilir.

Örgütsel süreçler göz önüne alındığında, iklimin örgütsel süreçler üzerinde düzenleyici etkisi olduğu gözlemlenmektedir. Bunun nedeni iklimin, hem problem çözme, karar verme, iletişim, koordinasyon, denetim gibi operasyonel süreçler ile, hem de öğrenme, yaratma, motivasyon ve bağlılık gibi psikolojik süreçler üzerinde etkisi olmasıdır (Ekvall, 1996). Aynı şekilde, Saleh ve Wang (1993) da iklimi, işgörenler ile strateji, yapı, çevre ve liderlik gibi örgütsel faktörler arasında yenilikçiliği kolaylaştıran ve teşvik eden bir etmen olarak ele almışlardır.

### **2.3.1 Yenilikçilik İklimi Çalışmaları / Modelleri**

Scott ve Bruce'un *Yenilikçilik İklimi Modeli*, yenilikçilik araştırmalarında en çok kullanılan modellerden biridir. Yenilikçilik iklimini “kaynak sağlama” ve “yeniliğe destek” alt boyutlarıyla inceleyen Scott ve Bruce (1994) yaratıcılık ve yenilikçiliğin farklı kavramlar olmalarına rağmen aynı öncüllere sahip olduklarını vurgulamışlardır.

Örgüt iklimini örgütün iletişim, problem çözme, karar verme ve öğrenme gibi süreçlerini etkileyen davranış, tutum ve duyguların toplamı olarak değerlendiren Ekvall (1996), yaratıcı iklimin örgütte yeniliğin geliştirilmesine katkıda bulunacağını öne sürerek geliştirdiği *Yaratıcı İklim Modeli*'nde, yaratıcı örgüt ikliminin boyutlarını “mücadele”, “özgürlük”, “fikir desteği”, “güven/açıklık”, “dinamizm”, “şakacılık/mizah”, “müzakereler”, “uyuşmazlık”, “risk alma” ve “fikir zamanı” olarak belirlemiştir.

Bir örgütteki iklimin yenilikçilik düzeyi, o örgütün yenilikçilik eğiliminin bir ölçütü olarak düşünülmektedir. Keza, Llorens-Montes vd. (2004), örgütsel iklim ile yenilikçilik desteği eğilimi arasındaki ilişkiyi araştırdıkları çalışmalarında, işgörenlerin yenilikçilik desteği algısı ile yönetim desteği, takım uyumu ve örgütsel ödül sistemleri arasında pozitif yönde, işyükü baskısı ile ise negatif yönde bir ilişki bulunduğunu vurgulamışlardır. Araştırmacılar, yenilikçilik desteği algısını ölçmek için, “destek”, “baskı”, “uyum”, “içsel tanıma” ve “tarafsızlık” boyutlarını kapsayan *Yenilikçilik İklimi Modeli*’ni geliştirmişlerdir (Llorens-Montes vd., 2004).

Hunter vd. (2007) ise yaratıcılığın çoğunlukla bir kişi ile bir durumun etkileşimiyle ortaya çıktığını, dolayısıyla yaratıcılık ve yenilikçilik çalışmalarında durumsal etkileri iklim ölçekleriyle değerlendirmek gerektiğini öne sürmüşlerdir. Bununla birlikte, iklim algısı ve yaratıcı başarı arasındaki ilişkileri ele alan geçmiş araştırmaları inceledikleri meta analiz çalışmasının sonucunda, “pozitif akran grupları”, “pozitif amir ilişkileri”, “kaynaklar”, “meydan okuma”, “açık misyon”, “özerklik”, “kişiler arası pozitif değiş tokuş”, “entelektüel uyarım”, “üst yönetim desteği”, “ödül yönlendirmesi”, “esneklik ve risk alma”, “ürün vurgusu”, “katılım”, “örgütsel bütünleşme” boyutlarıyla en fazla sayıda boyuta sahip olan *Yenilikçilik İklimi Modeli*’ni ortaya koymuşlardır.

Nybakk vd. (2011) firma büyüklüğü, sektörü ve menşenin yenilikçilik iklimi ve yenilikçilik stratejisi üzerindeki etkilerini ele aldıkları çalışmalarında yenilikçilik ikliminin ve yenilikçilik stratejisinin firma büyüklüğü, sektörü ve menşinden bağımsız olduğu sonucuna varmışlardır. Nybakk ve arkadaşları bu çalışmalarında Amabile vd. (1996)’nin çalışmasından yola çıkarak *Yenilikçilik İklimi Ölçeği*’ni hazırlamışlardır. Her biri dört alt boyuta sahip olan bu ölçek, “takım uyumu”, “denetleyici teşviki”, “kaynaklar”, “özerklik”, “yeniliklere açıklık olmak” üzere beş boyuttan oluşmaktadır (Nybakk vd., 2011). Tablo 3’te araştırmamızda üzerinde durulan yenilikçilik iklimi çalışmaları ve modelleri sunulmaktadır:

**Tablo 3. Yenilikçilik İklimi Çalışmaları / Modelleri**

<b>MODEL</b>	<b>BOYUTLAR</b>
Yenilikçilik İklimi Modeli <b>Scott ve Bruce (1994)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yeniliğe Destek</li><li>• Kaynak Sağlama</li></ul>
Yaratıcı İklim Modeli <b>Ekvall (1996)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mücadele</li><li>• Özgürlük</li><li>• Fikir Desteği</li><li>• Güven/Açıklık</li><li>• Dinamizm</li><li>• Şakacılık/Mizah</li><li>• Müzakereler</li><li>• Uyuşmazlık</li><li>• Risk Alma</li><li>• Fikir Zamanı</li></ul>
Yenilikçilik İklimi Modeli <b>Llorens-Montes vd. (2004)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Destek</li><li>• Baskı</li><li>• Uyum</li><li>• Tanıma</li><li>• Tarafsızlık</li></ul>
Yenilikçilik İklimi Modeli <b>Hunter vd. (2007)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pozitif Akran Grupları</li><li>• Pozitif Amir İlişkileri</li><li>• Kaynaklar</li><li>• Meydan Okuma</li><li>• Açık Misyon</li><li>• Özerklik</li><li>• Kişiler Arası Pozitif Değiş Tokuş</li><li>• Entelektüel Uyarım</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Üst Yönetim Desteği</li> <li>• Ödül Yönlendirmesi</li> <li>• Esneklik ve Risk Alma</li> <li>• Ürün Vurgusu</li> <li>• Katılım</li> <li>• Örgütsel Bütünleşme</li> </ul>
Yenilikçilik İklimi Ölçeği Nybakk vd. (2011)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Takım Uyumu</li> <li>• Denetleyici Teşviki</li> <li>• Kaynaklar</li> <li>• Özerklik</li> <li>• Yeniliklere Açıklık</li> </ul>

#### 2.4. Mizah Tarzları, Yaratıcılık ve Yenilikçilik İklimi

Mizah tarzları, yaratıcılık ve yenilikçilik iklimi kavramlarının üçünün birbirleriyle ilişkilerine dair hem Dünya’da hem de Türkiye’de yapılan herhangi bir çalışma bulunmadığı için bu bölümde ikili ilişkilerle ilgili çalışmalar sunulmuştur.

##### 2.4.1. Mizah Tarzları ve Yaratıcılık Arasındaki İlişki

Mizahın örgütsel davranış üzerinde birçok etkisi vardır (Cooper, 2005). Mizah stresi, duygusal yorgunluğu, işe devamsızlığı, tükenmişlik sendromunu azaltırken (Tümkiye, 2007), ruhsal sağlığı, iş tatminini, grup uyumunu, liderlik etkinliğini pekiştirerek (Wood vd., 2007), örgütsel performansa ve verimliliğe katkıda bulunmaktadır (Mesmer-Magnus vd., 2012). Güçlü bir iletişim aracı olan mizah, aynı zamanda, özellikle işe yeni başlayanlar için, örgütsel özdeşleşme ve örgütsel anlamlandırmaya yardımcı olmaktadır. Diğer taraftan, literatürde olumsuz mizah türleri olarak adlandırılan mizahın karanlık tarafı da mevcuttur. Pozitif mizahın aksine, bu mizah türleri örgüt performansını kötü yönde etkilemekte, hatta örgüt için telafisi çok zor olan ciddi zararlara yol açabilmektedir (Martin vd., 2003; Holmes ve Marra, 2002; Collinson, 1988).

Literatürde öne sürüldüğü gibi (Holmes, 2007; Lang ve Lee, 2010; Miller 1996; Slatten vd., 2011) mizah ile bireysel yaratıcılık arasında anlamlı bir ilişki vardır. Mizah örgüt içerisindeki ilişkileri besleyerek yaratıcı düşünsel gücü harekete geçirir (Holmes, 2007). Lang ve Lee (2010) tarafından yapılmış olan mizah ve örgütsel yaratıcılık konulu araştırma, özgürleştirici mizah tarzının örgütsel yaratıcılıkla pozitif bir ilişkisi olduğunu ortaya koyarken, kontrolcü mizah tarzının ise yaratıcılıkla negatif yönde bir ilişkisi olduğunu göstermiştir. Stres-azaltıcı mizah tarzı ile örgütsel yaratıcılık arasında ise anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (Lang ve Lee, 2010).

Adlarından da anlaşılacağı gibi mizah tipleri sahip oldukları işlevlere göre sınıflandırılmıştır. Özgürleştirici mizah zihnin özgürleştirilerek dünyanın farklı bir şekilde algılanması anlamına gelirken, kontrolcü mizah diğerleri üzerinde kontrol sağlamak amacıyla gözetim ve yönlendirme (cezalar, ödüller, emirler vb.) yaklaşımlarını içermektedir. Stres-azaltıcı mizah ise gerginliği azaltıp rahatlama sağlayan mizah türü olarak açıklanabilir. Özgürleştirici mizah, oldukça rahat ve esnek bir ortam oluşturarak, işgörenleri zihinlerini açıp yeni iş yapış yolları aramaya yönlendirdiği için yeni deneyimlerle birlikte orijinal ve yaratıcı projelerin hayata geçirilme olasılığını artırır. Aynı şekilde, stres-azaltıcı mizahın da yaratıcılık için sağlam bir temel olan stressiz iş ortamı sağlayarak örgütsel yaratıcılığa katkıda bulunduğu savunulabilir. Buna karşılık, daha çok eleştiri, aşağılama ve alaycılık şeklinde görülen kontrolcü mizah iş yerinde olumsuz duygularla dolu bir zemin oluşmasına yol açar ve bu da yaratıcılığı olumsuz etkiler (Lang ve Lee, 2010).

Öte yandan Miller (1996), mizahın yaratıcılığın gelişimi için vazgeçilmez bir faktör olduğunun altını çizerek, mizahın stresi azalttığını, ilişkileri geliştirdiğini, öğrenmeyi pekiştirdiğini ve dolayısıyla yaratıcılığı arttırdığını belirtmiştir. Ancak, olumsuz mizah türlerine işaret ederek, bu savın bütün mizah tarzları için geçerli olmadığını vurgulamıştır (Miller, 1996). Slatten vd. (2011) de örgütlerin olumsuz mizah ikliminden

kaçınmalarını ve örgüt içerisinde olumlu mizah ikliminin geliştirilmesini teşvik etmelerinin gerektiğini ileri sürmüştür.

Bunlara ek olarak, mizahın işlevlerini, amaçlarını ve sonuçlarını anlatmak için geliştirilmiş olan rahatlama ve uyuşmazlık kuramları da mizah ve yaratıcılık arasındaki bağı desteklemektedir. Rahatlama kuramının belirttiği gibi mizah yaratıcılık ile ilişkilidir çünkü gülme eylemi özgür fikir akışını tetikler ve bu da yaratıcılığın 'fikir üretme' sürecine katkıda bulunur (Ziv, 1976). Aynı şekilde, Martin (2007), Kant'ın uyuşmazlık kuramına gönderme yaparak uyuşmazlığın yaratıcılığın bir ögesi olduğunu ileri sürmüştür. Keza, mizahın sürprizli ve olağandışı bir etkinlik olduğunu vurgulayan uyuşmazlık kuramı ile yaratıcılığın 'yenilik' ve 'farklılık' özellikleri arasında bağlantı kurulabilir. Holmes (2007) de mizahın uyuşmazlık özelliğinin, yeni fikir yaratma ile sonuçlanan değişik kombinasyonların oluşturulmasını sağlayan, olağandışı düşünce şekillerini harekete geçirdiğini onaylamaktadır.

Fredrickson (2001) tarafından öne sürülmüş olan genişletme ve inşa etme teorisi de aynı şekilde bireyin pozitif duygu durumu ile yaratıcılığı arasında bir bağ olduğunu desteklemektedir. Fredrickson'a göre pozitif duygular bireyin odaklanma ve düşünme kabiliyetini arttırmakta, psikolojisini güçlendirmekte, negatif duygu durumlarından kaçınmasını sağlamakta ve iyi oluşunu pekiştirmektedir. Böylece pozitif duygular düşünme şeklini zenginleştirerek bireyi yaratıcılığa götürmektedir. Buna karşılık, negatif duygular bireyin bilişsel kapasitesini daraltmakta ve özgürlüğünü kısıtlamakta olduğundan yaratıcılığını ters yönde etkilemektedir (Fredrickson, 2004).

Bütün bu tartışmalar ve bu üç teori ışığında, mizahın yaratıcılık arasında anlamlı bir ilişki olduğu ileri sürülebilir.

#### **2.4.2. Yenilikçilik İklimi ve Mizah Tarzları Arasındaki İlişki**

Örgüt ikliminin işgörenlerin tavır ve davranışlarının dönüşümü ve gelişimi üzerinde önemli etkisi olduğu açıktır. Keza, Saleh ve Wang (1993) da iklimi, işgörenler ile strateji, yapı, çevre ve liderlik gibi örgütsel faktörler arasında yenilikçiliği kolaylaştıran ve teşvik eden bir etmen olarak ele almışlardır. İklimin, hem problem çözme, karar verme, iletişim, koordinasyon, denetim gibi operasyonel süreçler ile, hem de öğrenme, yaratma, motivasyon ve bağlılık gibi psikolojik süreçler üzerinde etkisi bulunmaktadır (Ekvall, 1996). Dolayısıyla örgüt ikliminin örgütsel süreçlerde ve çıktılarda düzenleyici etkisi olduğu sonucuna varılabilir.

Bununla birlikte, yaratıcı iklimin örgüt içerisinde yenilikçiliğin pekiştirilmesini destekleyeceği vurgulayan Ekvall (1996)'in 'Yaratıcı İklim Modeli'nde öne sürmüştüğü boyutlardan biri şakacılık/mizah'tır. Bu bağlamda şakaların ve kahkahaların hüküm sürdüğü rahat bir örgüt ikliminde yaratıcılık ve yenilikçiliğin gelişmesi için uygun ortamın olduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla bir örgütteki iklimin yenilikçilik derecesiyle mizah tarzları, özellikle olumlu mizah tarzları arasında anlamlı bir ilişki olduğu savunulabilir.

Diğer taraftan bakıldığında, yeni fikirlerin desteklendiği ve teşvik edildiği yenilikçilik iklimine sahip örgütlerde bireyin yaratıcı davranışlarının yanısıra mizah üretiminin ve özellikle olumlu mizah tarzlarının desteklendiği söylenebilir. Böylece yenilikçilik iklimi ve mizah tarzları arasındaki anlamlı bir ilişki olduğu sonucu çıkmaktadır.

#### **2.4.3. Yenilikçilik İklimi ve Yaratıcılık Arasındaki İlişki**

Yaratıcı fikirlerin kullanılmadığı zaman fayda sağlamayacağını öne süren Levitt (1963), yaratıcılığın yenilikçiliğe dönüştürülmesi gerekliliğini açıkça ortaya koymuştur. Her ne kadar bazen birbirlerinin yerine kullanılan kavramlar olsalar da, yaratıcılık ve yenilikçilik birbirinden ayrılmaktadır. Yaratıcılık, yeni ve faydalı fikirlerin yaratılması süreci olarak tanımlanırken (Amabile, 1996), yenilikçilik bu fikirlerin yeni çözüm, yeni

ürün, yeni hizmet ya da yeni iş yapış şekline dönüştürülmesi olarak tanımlanmaktadır (Kanter, 1988; Woodman vd., 1993). Dolayısıyla yaratıcılığın, fikir geliştirilmesinden uygulamaya kadar olan bütün süreci içeren yenilikçiliğin alt kümesi olduğu ileri sürülebilir.

Geçmiş çalışmalarda daha çok yeni bilginin keşfedildiği araştırma ve geliştirme alanlarıyla ve Schumpeter kavramlarıyla ilişkilendirilen yenilikçilik, artık daha çok insan zihninin ve yaratıcılığının bir eseri olarak kabul edilmektedir (Kanter, 1988).

Kanter (1988)'e göre yenilikçilik dört aşamadan oluşmaktadır:

- 1) fikir üretimi ve yenilikçilik öncüllerinin etkinleştirilmesi,
- 2) fikrin gerçekliğe dönüştürülmesi için gerekli gücün sağlanması,
- 3) fikrin gerçekleştirilmesi ve yenilikçiliğin üretimi ve
- 4) modelin kabulü ve yaygınlaştırılması.

Bu çok aşamalı süreç yenilikçiliğin hem bireysel düzlemde hem de örgütsel düzlemde etkinliğe ihtiyaç duyduğunu göstermektedir.

Woodman vd. (1993) bireysel yenilikçiliğin bilişsel yetenek, karakter, bilgi, içsel motivasyon ve sosyal çevre ile, grup yenilikçiliğinin bireysel yenilikçilik ile, örgütsel yenilikçiliğin ise grup yenilikçiliği ve bağlamsal unsurlara bağlı olarak geliştiğini ileri sürmektedirler. Bu doğrultuda yenilikçi davranışın bireysel boyutundan grup boyutuna, daha sonra grup boyutundan örgütsel boyuta doğru uzandığını belirterek kaynağı hangi boyut olursa olsun, yenilikçiliğin kökeninin bireysel yaratıcı davranış olduğu vurgulanmaktadır. Keza, Yu vd. (2013)'nin araştırması da güçlü bir yenilikçilik ikliminin, işgörenlerin yenilikçi davranışlarını pekiştirdiğini ortaya koymaktadır.

Örgüt iklimi belirli bir iş ortamında, işgörenlerin örgütsel özellikler ile ilgili ortak algısı olarak tanımlanabilir (Ehrhart vd., 2013). Dolayısıyla, örgüt ikliminin bireylerin tavır ve davranışlarının değişimi ve pekişmesi üzerinde önemli etkisi bulunmaktadır. Keza, yaratıcı davranış ile yenilikçilik iklimi arasında pozitif bir ilişki olduğu açıktır (Scott ve Bruce, 1994). Bu bağlamda hem yenilikçilik ikliminin işgören yaratıcı davranışı üzerindeki etkilerini anlamak, hem de yenilikçilik ikliminin yaratıcı davranışı nasıl ortaya çıkardığını analiz etmek önem kazanmaktadır.

İş yerinde yaratıcılığın “iyi işgören”in değil “iyi işveren”in bir eseri olduğunu ileri süren Appu vd. (2015)’in yaptığı meta analiz çalışmasında iş yerinde yaratıcılığın öncüllerinin bireysel ve örgütsel faktörler olmak üzere iki ana grupta toplanabileceği vurgulanmaktadır. Ayrıca, öz yeterlik, bilişsel tarz, otonomi ve motivasyon gibi bireysel faktörlerin işgörenlerin yaratıcı performansının gelişiminde doğrudan etkisi olduğu ifade edilmektedir. Bununla birlikte, yaratıcı performansın gerçekleştirilebilmesi için destekleyici örgütsel faktörlerin, özellikle de yönetici ve iş arkadaşı desteğinin gerekli olduğu belirtilmektedir (Appu vd., 2015).

Van der Begt vd. (2005), yenilikçilik iklimini örgüt üyelerinin yeni ve faydalı fikirlerin yaratılmasına, geliştirilmesine ve gerçekleştirilmesine olanak tanıyan uygulamalar, süreçler ve davranışlara yönelik ortak algısı olarak tanımlamaktadır. Güçlü yenilikçilik iklimine sahip olan örgütlerde, yeni ve faydalı fikirlerin geliştirilmesi desteklenerek, işgörenlerin geleneksel yeni iş yapış şekilleri bulmaları ve öğrenmeleri teşvik edilir. Sonuç olarak yenilikçilik ikliminin bireysel yaratıcı davranışı harekete geçirecek bağlamsal etkiyi sağladığı söylenebilir.

İşgören yaratıcı davranışı belirlenen görev tanımlarının ötesinde yeni ve faydalı bir şeyler ortaya koymak olarak nitelendirildiğinde (Janssen, 2000), yeni bir şey yaratma duygusunu harekete geçirmek için güçlü bir uyarıcıya ihtiyaç duyacağı ortadadır. Keza, Pundt (2015) algılanan yenilikçilik ikliminin işgörenlerin yaratıcı olma beklentisi

algısını tetiklemekte olduğuna işaret etmiştir. Buna bağlı olarak, yenilikçilik ikliminin örgüt üyelerinin algıları üzerinden, işgörenlerin duygu durumunu etkileyerek yaratıcı davranışın oluşumunu desteklediği savunulabilir.

Aynı şekilde, yenilikçilik ikliminin işgören yenilikçi davranışı üzerindeki pozitif etkisinde bireysel yaratıcılık tutkusunun aracılık rolü ve önemi Kang vd. (2016)'nin çalışmasında vurgulanmaktadır. Bu doğrultuda, örgüt ikliminin önemini anlayan ve örgütlerinde yenilikçilik iklimini geliştirmek isteyen örgütlerin ve yöneticilerin işgörenlerin bireysel yaratıcılık tutkularını desteklemeleri önem kazanmaktadır. Aksi takdirde yapılan bütün çabalar karşılıksız kalacaktır (Kang vd., 2016).

Örgütsel yenilikçilik iklimi her ne kadar hem fikir üretimi hem de fikrin hayata geçirilmesini olumlu yönde etkiliyor olsa da, fikrin hayata geçirilmesi üzerinde daha fazla etkiye sahiptir (Ren ve Zhang, 2015). Bununla birlikte Ekvall (1996) yenilikçilik iklimi güçlendikçe, işgörenlerin yaratıcı ve yenilikçi olmaya daha istekli olacaklarını ve örgüte bağlılıklarının artacağını belirtmektedir. Sonuç olarak yenilikçilik iklimi ve yaratıcılık arasındaki anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

## **2.5. Hipotez Geliştirme**

Mizahın örgütsel davranış üzerinde birçok etkisi vardır (Cooper, 2005). Mizah stresi, duygusal yorgunluğu, işe devamsızlığı, tükenmişlik sendromunu azaltırken (Tümkiye, 2007), ruhsal sağlığı, iş tatminini, grup uyumunu, liderlik etkinliğini pekiştirerek (Wood vd., 2007), örgütsel performansa ve verimliliğe katkıda bulunmaktadır (Mesmer-Magnus vd., 2012). Güçlü bir iletişim aracı olan mizah, aynı zamanda, özellikle işe yeni başlayanlar için, örgütsel özdeşleşme ve örgütsel anlamlandırmaya yardımcı olmaktadır. Diğer taraftan, literatürde olumsuz mizah türleri olarak adlandırılan mizahın karanlık tarafı da mevcuttur. Pozitif mizahın aksine, bu mizah türleri örgüt performansını kötü

yönde etkilemekte, hatta örgüt için telafisi çok zor olan ciddi zararlara yol açabilmektedir (Martin vd., 2003; Holmes ve Marra, 2002; Collinson, 1988).

Literatürde öne sürüldüğü gibi (Holmes, 2007; Lang ve Lee, 2010; Miller 1996; Slatten vd., 2011) mizah ile bireysel yaratıcılık arasında anlamlı bir ilişki vardır. Mizah örgüt içerisindeki ilişkileri besleyerek yaratıcı düşünsel gücü harekete geçirir (Holmes, 2007). Lang ve Lee (2010) tarafından yapılmış olan mizah ve örgütsel yaratıcılık konulu araştırma, özgürleştirici mizah tarzının örgütsel yaratıcılıkla pozitif bir ilişkisi olduğunu ortaya koyarken, kontrolcü mizah tarzının ise yaratıcılıkla negatif yönde bir ilişkisi olduğunu göstermiştir. Stres-azaltıcı mizah tarzı ile örgütsel yaratıcılık arasında ise anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (Lang ve Lee, 2010).

Adlarından da anlaşılacağı gibi mizah tipleri sahip oldukları işlevlere göre sınıflandırılmıştır. Özgürleştirici mizah zihnin özgürleştirilerek dünyanın farklı bir şekilde algılanması anlamına gelirken, kontrolcü mizah diğerleri üzerinde kontrol sağlamak amacıyla gözetim ve yönlendirme (cezalar, ödüller, emirler vb.) yaklaşımlarını içermektedir. Stres-azaltıcı mizah ise gerginliği azaltıp rahatlama sağlayan mizah türü olarak açıklanabilir. Özgürleştirici mizah, oldukça rahat ve esnek bir ortam oluşturarak, işgörenleri zihinlerini açıp yeni iş yapış yolları aramaya yönlendirdiği için yeni deneyimlerle birlikte orijinal ve yaratıcı projelerin hayata geçirilme olasılığını arttırır. Aynı şekilde, stres-azaltıcı mizahın da yaratıcılık için sağlam bir temel olan stressiz iş ortamı sağlayarak örgütsel yaratıcılığa katkıda bulunduğu savunulabilir. Buna karşılık, daha çok eleştiri, aşağılama ve alaycılık şeklinde görülen kontrolcü mizah iş yerinde olumsuz duygularla dolu bir zemin oluşmasına yol açar ve bu da yaratıcılığı olumsuz etkiler (Lang ve Lee, 2010).

Öte yandan Miller (1996), mizahın yaratıcılığın gelişimi için vazgeçilmez bir faktör olduğunun altını çizerek, mizahın stresi azalttığını, ilişkileri geliştirdiğini, öğrenmeyi pekiştirdiğini ve dolayısıyla yaratıcılığı arttırdığını belirtmiştir. Ancak, olumsuz mizah

türlerine işaret ederek, bu savın bütün mizah tarzları için geçerli olmadığını vurgulamıştır (Miller, 1996). Slatten vd. (2011) de örgütlerin olumsuz mizah ikliminden kaçınmalarını ve örgüt içerisinde olumlu mizah ikliminin geliştirilmesini teşvik etmelerinin gerektiğini ileri sürmüştür.

Bunlara ek olarak, mizahın işlevlerini, amaçlarını ve sonuçlarını anlatmak için geliştirilmiş olan rahatlama ve uyuşmazlık kuramları da mizah ve yaratıcılık arasındaki bağı desteklemektedir. Rahatlama kuramının belirttiği gibi mizah yaratıcılık ile ilişkilidir çünkü gülme eylemi özgür fikir akışını tetikler ve bu da yaratıcılığın 'fikir üretme' sürecine katkıda bulunur (Ziv, 1976). Aynı şekilde, Martin (2007), Kant'ın uyuşmazlık kuramına gönderme yaparak uyuşmazlığın yaratıcılığın bir ögesi olduğunu ileri sürmüştür. Keza, mizahın sürprizli ve olağandışı bir etkinlik olduğunu vurgulayan uyuşmazlık kuramı ile yaratıcılığın yenilik ve farklılık özellikleri arasında bağlantı kurulabilir. Holmes (2007) de mizahın uyuşmazlık özelliğinin, yeni fikir yaratma ile sonuçlanan değişik kombinasyonların oluşturulmasını sağlayan, olağandışı düşünce şekillerini harekete geçirdiğini onaylamaktadır.

Fredrickson (2001) tarafından öne sürülmüş olan genişletme ve inşa etme teorisi de aynı şekilde bireyin pozitif duygu durumu ile yaratıcılığı arasında bir bağ olduğunu desteklemektedir. Fredrickson'a göre pozitif duygular bireyin odaklanma ve düşünme kabiliyetini arttırmakta, psikolojisini güçlendirmekte, negatif duygu durumlarından kaçınmasını sağlamakta ve iyi oluşunu pekiştirmektedir. Böylece pozitif duygular düşünme şeklini zenginleştirerek bireyi yaratıcılığa götürmektedir. Buna karşılık, negatif duygular bireyin bilişsel kapasitesini daraltmakta ve özgürlüğünü kısıtlamakta olduğundan yaratıcılığını ters yönde etkilemektedir (Fredrickson, 2004).

Bütün bu tartışmalar ve bu üç teori ışığında, mizah tarzları ile yaratıcılık arasında anlamlı bir ilişki olduğu ve farklı mizah tarzlarının yaratıcılık üzerinde farklı etkileri olduğu ileri sürülebilir. Dolayısıyla;

*H1: Katılımcı mizah yaratıcılıkla pozitif yönde ilişkilidir.*

*H2: Kendini geliştirici mizah yaratıcılıkla pozitif yönde ilişkilidir.*

*H3: Saldırgan mizah yaratıcılıkla negatif yönde ilişkilidir.*

*H4: Kendini yıkıcı mizah yaratıcılıkla negatif yönde ilişkilidir.*

Öte yandan, örgüt iklimi belirli bir iş ortamında, işgörenlerin örgütsel özellikler ile ilgili ortak algısı olarak tanımlanabilir (Ehrhart vd., 2013). Dolayısıyla, örgüt ikliminin bireylerin tavır ve davranışlarının değişimi ve pekişmesi üzerinde önemli etkisi bulunmaktadır. Keza, Saleh ve Wang (1993) da iklimi, işgörenler ile strateji, yapı, çevre ve liderlik gibi örgütsel faktörler arasında yenilikçiliği kolaylaştıran ve teşvik eden bir etmen olarak ele almışlardır. İklimin, hem problem çözme, karar verme, iletişim, koordinasyon, denetim gibi operasyonel süreçler ile, hem de öğrenme, yaratma, motivasyon ve bağlılık gibi psikolojik süreçler üzerinde etkisi bulunmaktadır (Ekvall, 1996). Dolayısıyla örgüt ikliminin örgütsel süreçlerde ve çıktılarda düzenleyici etkisi olduğu sonucuna varılabilir.

Bununla birlikte, yaratıcı iklimin örgüt içerisinde yenilikçiliğin pekiştirilmesini destekleyeceği vurgulayan Ekvall (1996)'in 'Yaratıcı İklim Modeli'nde öne sürmüştüğü boyutlardan biri şakacılık/mizah'tır. Bu bağlamda şakaların ve kahkahaların hüküm sürdüğü rahat bir örgüt ikliminde yaratıcılık ve yenilikçiliğin gelişmesi için uygun ortamın olduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla bir örgütteki iklimin yenilikçilik derecesiyle mizah tarzları, özellikle olumlu mizah tarzları arasında anlamlı bir ilişki olduğu savunulabilir.

Ayrıca, literatürde belirtildiği üzere, yeni fikirlerin desteklendiği ve teşvik edildiği yenilikçilik iklimine sahip örgütlerde bireyin yaratıcı davranışlarının yanısıra mizah üretiminin ve özellikle olumlu mizah tarzlarının desteklendiği söylenebilir. Böylece yenilikçilik iklimi ile hem yaratıcılık hem de mizah tarzları arasındaki anlamlı bir ilişki

olduğu sonucu çıkmaktadır. Bu noktadan hareketle, mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişkide, yenilikçilik ikliminin düzenleyici etkisi olduğu öngörülebilir. Dolayısıyla;

*H5: Yenilikçilik ikliminin katılımcı mizahın yaratıcılık üzerindeki etkisinde düzenleyici etkisi vardır.*

*H6: Yenilikçilik ikliminin kendini geliştirici mizahın yaratıcılık üzerindeki etkisinde düzenleyici etkisi vardır.*

*H7: Yenilikçilik ikliminin saldırgan mizahın yaratıcılık üzerindeki etkisinde düzenleyici etkisi vardır.*

*H8: Yenilikçilik ikliminin kendini yıkıcı mizahın yaratıcılık üzerindeki etkisinde düzenleyici etkisi vardır.*

### **3. YÖNTEMBİLİM**

Bu bölümde, araştırmanın özellikleri ve araştırmada izlenen yöntemlerle ilgili bilgi verilmiştir.

#### **3.1. Araştırmanın Amacı**

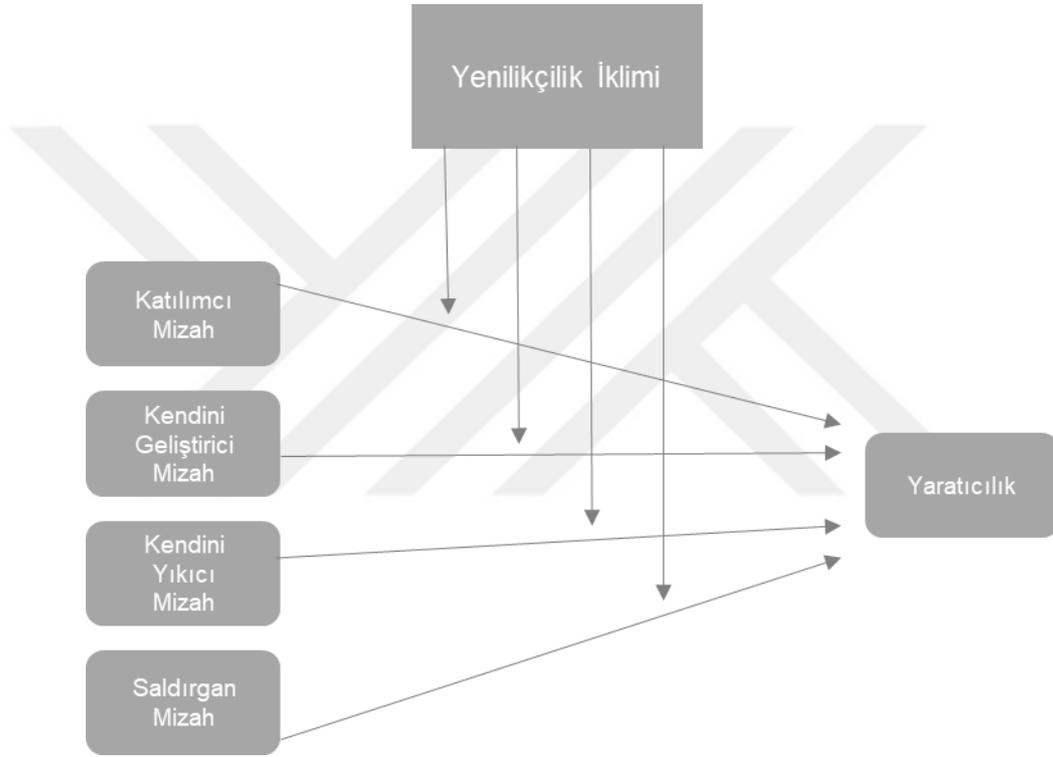
Bu araştırmanın temel amacı mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişkide yenilikçilik ikliminin düzenleyici rolünün Türkiye’de devlet ve vakıf üniversiteleri özelinde saptanmasıdır. Araştırmada bir taraftan hangi mizah tarzlarının yaratıcılığı olumlu, hangilerinin olumsuz etkilediği irdelenirken, bir taraftan da yenilikçilik ikliminin mizah tarzları ve yaratıcılık arasındaki ilişki üzerindeki etkileri incelenerek çıkan sonuçların üniversitelerin performansını arttırmada ne kadar kullanılabilir olduğu ortaya konulmuştur.

#### **3.2. Ana Kütle ve Örneklem**

Araştırmada analiz birimi devlet ve vakıf üniversitelerinde çalışan akademisyenlerden oluşmaktadır. Seçilen örneklemden elde edilen sonuçlar ana kütleyle genellenmiştir. Çalışmada teorik ana kütle olarak devlet ve vakıf üniversitelerinde çalışan akademisyenler ele alınacak olup tahminen 150.000 işgören olduğundan bu kadar kişiye ulaşmak zor olacağı için pratik ana kütle 30.000 kişi olarak belirlenmiş ve örneklemin büyüklüğü bilimsel kriterlere uygun olarak 350 kişi olarak hesaplanmıştır. Örneklemin tamamında cevap alınamaması durumuna karşı %50 marj ile 700 kişiye bu anketin dağıtılması planlanmıştır. 700 kişinin tespit edilmesinde tesadüfi örnekleme yoluna başvurulmuştur.

#### **3.3. Araştırmanın Modeli**

Araştırmada farklı mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişki irdelenirken, aynı zamanda, yenilikçilik ikliminin bu ilişki üzerindeki düzenleyici rolü, devlet ve vakıf üniversitelerinde çalışan akademisyenlerin algısı nezdinde ele alınmıştır. Bu doğrultuda yukarıda belirtilen hipotezlere göre araştırmanın modeli Şekil 1’de görüldüğü gibi tasarlanmıştır:



**Şekil 1. Araştırmanın Modeli**

### 3.4. Ölçüm Aracı

Araştırmada veri toplamak amacıyla anket formları oluşturulmuştur. Anket formları dört gruba ayrılmaktadır. İlk gruptaki anket formları akademisyenlere yöneltilecek olan demografik soruları içermektedir. İkinci gruptaki anket formları akademisyenlerin bireysel yaratıcılık algısı puanlarını ölçmeyi hedefleyen *İşgören Yaratıcı Davranışı Ölçeği*, üçüncü gruptaki anket formları akademisyenlerin çalıştıkları üniveristelerin

yenilikçilik iklimi puanlarını ölçmeyi hedefleyen *Yenilikçilik İklimi Ölçeği* olup dördüncü grup anket formları akademisyenlerin mizah tarzlarını ölçmeyi hedefleyen *Mizah Tarzları Ölçeği*dir.

Yaratıcılık kavramsal yapısı, bireysel yaratıcılık algısı olmak üzere tek boyutta ele alınmaktadır. Bu boyut Rice (2006) tarafından geliştirilip Kurt (2012) tarafından Türkçe'ye uyarlanan *İşgören Yaratıcı Davranışı Ölçeği*'ne dayanmaktadır. Nybakk vd. (2011) tarafından geliştirilip Turgut (2013) tarafından Türkçe'ye uyarlanan *Yenilikçilik İklimi Ölçeği* temel alınarak incelenen yenilikçilik iklimi kavramsal yapısı, takım uyumu, denetleyici teşviki, kaynaklar, özerklik, yeniliklere açıklık olmak üzere beş boyut altında değerlendirilecektir. Mizah tarzları kavramsal yapısı için Martin vd. (2003) tarafından geliştirilip Yerlikaya (2003) tarafından Türkçe'ye uyarlanan *Mizah Tarzları Ölçeği* baz alınmaktadır. Bu ölçeğe göre mizah tarzları kendini geliştirici, kendini yıkıcı, katılımcı ve saldırgan mizah olmak üzere dört boyutta toplanmıştır (Martin vd., 2003; Yerlikaya, 2003).

### **3.5. Ölçüm Uygulaması**

Araştırma yaklaşık üç yıllık bir sürede tamamlanmıştır. İlk olarak literatür taramasıyla başlanmış, hem küresel hem de ulusal literatür derinlemesine incelenmiştir. Bu süreç ilk bir yıllık sürede tamamlanmıştır. Literatür taraması tamamlandıktan ve gerekli kavramsal altyapı oluşturulduktan sonra ölçüm aracı olarak kullanılacak anket formları hazırlanmıştır. Çevrimiçi ortamda oluşturulan anket formları elektronik posta yoluyla önceden belirlenmiş olan 700 kişiye ulaştırılmıştır. Anket formlarının ulaştırılma ve cevaplanması süreci için bir yıllık bir süre ayrılmıştır. Formlar toplandıktan sonra analiz aşaması başlamış, elde edilen veriler yorumlanmış, hipotezler test edilmiş ve sonuç bölümünde tartışılmıştır.

### 3.6. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmada mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişkide yenilikçilik ikliminin dñzenleyici rolñ incelenirken kadın ve erkek iřgñrenlerin farklı tarzda bir davranış gñsterebilecekleri gñz ardı edilmiş, kıdem sñresi etkisinin sabit olduğu varsayılmıştır. Ayrıca yaratıcılığı etkileyecek fiziksel çalışma koşulları ve motivasyon gibi diğer değişkenlerin etkisi gñz ardı edilmiştir.



## **4. ANALİZLER**

Bu bölümde, ilk olarak ölçeklerin alt faktörlerinin belirlenmesi amacıyla keşfedici faktör analizi uygulanmıştır. Sonrasında ölçeklere ait yapı geçerliliğini test etmek, faktör analizi sonucunda elde edilen boyutların (faktörlerin) uygunluğunu belirlemek ve faktörleri en çok etkileyen maddeleri bulmak amacıyla doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Ardından tanımlayıcı istatistikler incelemiştir. Daha sonra demografik özelliklere ilişkin sonuçlar ele alınmıştır. Son olarak, korelasyon analizi yapılmış ve hipotezleri test etmek amacıyla yapısal eşitlik modeli ve hiyerarşik regresyon modeli kullanılmıştır.

### **4.1. Geçerlilik Analizi**

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerliliğini test etmek amacıyla, öncelikle ölçeklerin alt faktörlerinin belirlenmesi amacıyla keşfedici faktör analizi uygulanmıştır. Ardından ölçeklere ait yapı geçerliliğini test etmek, faktör analizi sonucunda elde edilen boyutların (faktörlerin) uygunluğunu belirlemek ve faktörleri en çok etkileyen maddeleri bulmak amacıyla doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır.

#### **4.1.1. Keşfedici Faktör Analizi**

Araştırmada kullanılan anketin geçerlilik ve güvenilirlik incelemesini gerçekleştirmek amacıyla elde edilen veriler temel bileşenler analizi, Kaiser Normalizasyonu ile Varimax yöntemi ile keşfedici faktör analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda, anket on faktör grubuna ayrılmıştır. Bu sonuç orijinal ölçeklerde tanımlanmış olan on faktörlü yapıyla aynıdır. Keşfedici faktör analizinde 0,500 'den düşük faktör yüküne sahip olan yargılar Hair vd. (1998)'nin önerdiği şekilde boyutlardan çıkarılmıştır. Düşük yüklü yargıların her faktör incelemesi sırasında çıkarılma işlemi

gerçekleştirilmiştir. Ölçeklere ait güvenilirlikler Cronbach Alpha katsayıları ile ölçülmüştür. Cronbach Alpha katsayılarının kabul edilebilir alt değer olan 0,700'in çok üzerinde olması ölçeklerin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir (Nunnally, 1978). Boyutların ve yargıların faktör yükleri, tek başlarına ölçekleri açıklama oranları ve Cronbach Alpha katsayıları Tablo 4'te verilmektedir.

**Tablo 4. Döndürülmüş Faktör Matrisi ve Varyans Açıklama Yüzdeleri\***

<b>Faktörler</b>	<b>Yargılar</b>	<b>Faktör Yüğü</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Varyans Açıklama Yüzdesi</b>
<b>Kendini Geliştirici Mizah</b>	<i>M26-Tecrübelerime göre bir durumun eğlendirici yanlarını düşünmek, sorunlarla başa çıkmada çoğunlukla etkili bir yoldur.</i>	0,80	0,89	30,48
	<i>M10-Üzgün ya da mutsuzsam, kendimi daha iyi hissetmek için genellikle o durumla ilgili gülünç bir şeyler düşünmeye çalışırım.</i>	0,74		
	<i>M14-Yaşama karşı takındığım mizahi bakış açısı, benim olaylar karşısında aşırı derecede üzülmemi ya da kederlenmemi önler.</i>	0,72		
	<i>M18-Tek başınaysam ve mutsuzsam, kendimi neşelendirecek gülünç şeyler düşünmeye çalışırım.</i>	0,72		
	<i>M2- Moralim bozuk olduğunda genellikle kendimi mizahla neşelendirebilirim.</i>	0,71		
<b>Katılımcı Mizah</b>	<i>M13-Yakın arkadaşlarımla çok sık şakalaşır ve gülerim.</i>	0,66	0,85	9,99
	<i>M21-İnsanları güldürmekten hoşlanırım.</i>	0,66		
	<i>M17-Genellikle fıkra anlatmaktan ve insanları eğlendirmekten hoşlanmam.</i>	0,65		
	<i>M1-Genellikle çok fazla gülmem ya da başkalarıyla şakalaşmam.</i>	0,57		
<b>Kendini Yıkıcı Mizah</b>	<i>M24-Arkadaşlarımla ya da ailemle birlikteyken çoğunlukla hakkında espri yapılan ya da dalga geçilen kişi ben olurum.</i>	0,83	0,93	8,51

	<i>M4-İnsanların benimle dalga geçmelerine ya da bana gülmelerine gereğinden fazla izin veriyorum.</i>	0,77		
	<i>M12-Çoğunlukla kendi güçsüzlüklerim, gaflarım ya da hatalarımla ilgili gülünç şeylerden söz ederek, insanların beni daha çok sevmesini ya da kabul etmesini sağlamaya çalışırım.</i>	0,77		
	<i>M20-Espriler yaparken ya da komik olmaya çalışırken çoğunlukla kendimi gereğinden fazla eleştiririm.</i>	0,76		
	<i>M8-Kendimi yermem ailemi ya da arkadaşlarımı güldürüyorsa eğer, çoğunlukla bu işi kendimden geçerek yaparım.</i>	0,76		
	<i>M32-Başkalarının bana gülmesine izin vermek; benim, ailemi ve arkadaşlarımı neşelendirme tarzımdır.</i>	0,73		
	<i>M16-Çoğunlukla kendi kendimi kötüleyen ya da alaya alan espriler yapmam.</i>	0,64		
<b>Saldırgan Mizah</b>	<i>M19-Bazen öyle komik şeyler gelir ki aklıma bunlar insanları incitebilecek, yakışık almaz şeyler olsa bile, kendimi tutamam söylerim.</i>	0,83		
	<i>M11-Espri yaparken ya da komik bir şey söylerken genellikle karşımdakilerin bunu nasıl kaldıracağını pek önemsemem.</i>	0,80		
	<i>M3-Birisi hata yaptığında çoğunlukla onunla bu konuda dalga geçerim.</i>	0,78		
	<i>M27-Birinden hoşlanmazsam çoğunlukla onu küçük düşürmek için hakkında espri yapar ya da alay ederim.</i>	0,77	0,91	4,35
	<i>M23-Bütün arkadaşlarım bunu yapıyor olsa bile, bir başkasıyla alay edip ona gülerlerken asla onlara eşlik etmem.</i>	0,74		
	<i>M15-İnsanların, mizahı başkalarını eleştirmek ya da aşağılamak için kullanmalarından hoşlanmam.</i>	0,73		

<b>Yaratıcılık</b>	<i>Y5-İşimde olabildiğim kadar yaratıcı olmaya çalışırım.</i>	0,84	0,89	4,16
	<i>Y2-İşimi yaparken yeni yaklaşımlar, yöntemler denerim.</i>	0,82		
	<i>Y4-İşimde çok yaratıcı olduğuma inanırım.</i>	0,78		
	<i>Y6-İşimde daha etkin olmama yardımcı olacak kimi yeni beceriler öğrenmek isterim.</i>	0,77		
	<i>Y1-Yöneticim işimde yaratıcı olduğumu düşünür.</i>	0,76		
	<i>Y8-İşyerimde yeni eğilimler olduğu zaman, genellikle bunu ilk destekleyenlerden biri olurum.</i>	0,59		
<b>Özerklik</b>	<i>İ14-Çalışanlar işlerini nasıl yapacakları hakkında karar verme özgürlüğüne sahiptir.</i>	0,85	0,92	3,20
	<i>İ15-Çalışanlar işlerini kendileri belirlerler.</i>	0,82		
	<i>İ16-İnsanlar işlerini yapma yolları hakkında söz sahibi değillerdir.</i>	0,80		
	<i>İ13-İnsanlar kendi işleri üzerinde kontrollerinin olmadığını hissederler.</i>	0,75		
<b>Takım Uyum</b>	<i>İ4-Çalışanların nereye gidiyoruz ve yapmaya çalıştığımız şey hakkında ortak bir vizyon eksikliği vardır.</i>	0,70	0,74	2,74
	<i>İ2-İnsanlar iş arkadaşlarına güvenemeyeceklerini hissederler.</i>	0,68		
	<i>İ1-Takımlar kendilerini işlerine adanmışlardır.</i>	0,61		
<b>Denetleyici Teşviki</b>	<i>İ7-İnsanlar üst yönetimin kendilerine değer verdiğini ve yaptıkları işlere güvendiklerini düşünür.</i>	0,65	0,86	2,38
	<i>İ8-Yöneticiler örgüt içinde ekiplerini desteklerler.</i>	0,65		
<b>Kaynaklar</b>	<i>İ10-Genelde insanlar iş için ihtiyaç duydukları kaynaklara erişebilir.</i>	0,84	0,90	2,13
	<i>İ9-İnsanlar işlerini yapmak için ihtiyacı olan bilgiye bu örgütte kolaylıkla erişebilir.</i>	0,81		
	<i>İ11-İnsanların işlerini yapmak için ihtiyaç duydukları kaynakları elde etmeleri zordur.</i>	0,78		

<b>Yeniliklere Açıklık</b>	<i>İ18-Genellikle yeni fikirlere direnç gösterilir.</i>	0,81	0,93	2,06
	<i>İ19-Örgütsel değişiklikleri gerçekleştirmek çoğu zaman zordur.</i>	0,80		
<b>Toplam Açıklanan Varyans (%)</b>				70,01

**Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)=0,87; Barlett Küresellik Testi=13.101,44; Serbestlik Derecesi=861; P=0,00.**

Araştırmada 0,87 olarak bulunan KMO istatistik değeri örneklemin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir (Bagozzi vd., 1991). Bartlett testi ile verilerin normal dağılım düzeyinin faktör analizine uygun olup olmadığı incelenmektedir. Test değeri 13.101,44 olup istatistiksel olarak anlamlıdır (p=0,00). Bunun dışında ki-kare değerinin yüksek ve p değerinin 0,00 olması araştırma verilerinin normal dağıldığını göstermektedir. Oluşan faktörler anketi %70,01 oranında açıklayabilmektedir.

Mizah tarzları ölçeğinin keşfedici faktör analiz sonucunda, ölçek literatüre uygun olarak dört boyutta faktörleşme göstermiştir. Keşfedici faktör analizinde, M5, M9, M25, M29, M6, M22, M30, M7, M31, M28 ifadeleri düşük faktör yüklü bulunduğu için analizden çıkarılarak verilere tekrardan faktör analizi uygulanmıştır. Düşük yüklü yargıların her faktör incelemesi sırasında çıkarılma işlemi gerçekleştirilmiştir. Ölçek boyutlarına ait güvenilirlikler Cronbach Alpha katsayıları ile ölçülmüştür. Ölçek boyutlarının güvenilirliği katılımcı mizah boyutu 0,85, kendini geliştirici mizah boyutu 0,89, saldırgan mizah boyutu 0,91 ve kendini yıkıcı mizah boyutu 0,93 ile verilerin faktör yapısına oldukça uygun olduğunu (Nunnally, 1978) ifade etmektedir.

Yaratıcılık ölçeği keşfedici faktör analizi sonucunda, ölçek literatüre uygun olarak tek boyutta faktörleşme göstermiştir. Keşfedici faktör analizinde düşük faktör yüküne sahip olan Y3, Y7 ve Y9 ifadeleri analizden çıkarılarak verilere tekrardan faktör analizi uygulanmıştır. Düşük yüklü yargıların her faktör incelemesi sırasında çıkarılma işlemi gerçekleştirilmiştir. Ölçeğe ait güvenilirlik Cronbach Alpha katsayıları ile ölçülmüştür.

Ölçek güvenilirliği 0,89 ile verilerin faktör yapısına uygun olduğunu (Nunnally, 1978) ifade etmektedir.

Yenilikçilik iklimi ölçeği keşfedici faktör analizini sonucunda, ölçek literatüre uygun olarak beş boyutta faktörleşme göstermiştir. Keşfedici faktör analizinde İ3, İ5, İ6, İ12, İ17 ve İ20 ifadeleri düşük faktör yüklü bulunduğu için analizden çıkarılarak verilere tekrardan faktör analizi uygulanmıştır. Düşük yüklü yargıların her faktör incelemesi sırasında çıkarılma işlemi gerçekleştirilmiştir. Ölçek boyutlarına ait güvenilirlikler Cronbach Alpha katsayıları ile ölçülmüştür. Ölçek boyutlarının güvenilirliği özerklik boyutu 0,92, takım uyumu boyutu 0,74, denetleyici teşviki boyutu 0,86, kaynaklar boyutu 0,90 ve yeniliklere açıklık boyutu 0,93 ile verilerin faktör yapısına oldukça uygun olduğunu (Nunnally, 1978) ifade etmektedir.

#### 4.1.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Değişkenlerin geçerliliği ve güvenilirliğini test etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır (Anderson ve Gerbing, 1988). 61 soru 10 değişken tek bir doğrulayıcı faktör analizi modeli ile değerlendirilmiştir. Tablo 5’te görüleceği üzere, doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarının veri seti ile uyumlu olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 5. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları**

Değişkenler	Faktör Yüğü	S.H.	B.G.	P	Std. Faktör Yüğü
<b>Katılımcı Mizah</b>					
KATMİZ1	1				0,76
KATMİZ4	1,01	0,06	17,29	0,00	0,87
KATMİZ6	1,01	0,06	16,22	0,00	0,82
KATMİZ7	1,07	0,06	16,64	0,00	0,84

<b>Kendini Geliştirici Mizah</b>							
KGEMİZ1			1				0,81
KGEMİZ2			0,84	0,05	15,44	0,00	0,78
KGEMİZ4			0,87	0,06	15,63	0,00	0,79
KGEMİZ8			0,72	0,06	12,57	0,00	0,66
<b>Saldırgan Mizah</b>							
SALMİZ1			1				0,79
SALMİZ3			1,08	0,07	16,50	0,00	0,80
SALMİZ4			1,10	0,07	15,15	0,00	0,75
SALMİZ5			1,23	0,07	17,90	0,00	0,85
SALMİZ6			0,98	0,07	14,64	0,00	0,73
SALMİZ7			1,21	0,08	16,19	0,00	0,79
<b>Kendini Yıkıcı Mizah</b>							
KYİMİZ2			1				0,80
KYİMİZ3			1,15	0,07	16,55	0,00	0,79
KYİMİZ4			1,02	0,06	16,08	0,00	0,77
KYİMİZ5			0,98	0,06	15,60	0,00	0,75
KYİMİZ6			1,08	0,06	18,44	0,00	0,85
KYİMİZ8			1,07	0,06	17,48	0,00	0,82
<b>Takım Uyumu</b>							
TAKUYU1			1				0,75
TAKUYU2			1,01	0,10	10,65	0,00	0,61
TAKUYU4			1,21	0,09	13,02	0,00	0,76
<b>Denetleyici Teşviki</b>							
DENTEŞ3			1				0,92

DENTEŞ4			0,81	0,05	17,61	0,00	0,83
<b>Kaynaklar</b>							
KAYNAK2			1				0,96
KAYNAK3			0,79	0,06	13,95	0,00	0,75
<b>Özerklik</b>							
ÖZERKL2			1				0,93
ÖZERKL3			1,05	0,04	24,04	0,00	0,94
<b>Yeniliklere Açıklık</b>							
YENAÇI2			1				0,93
YENAÇI3			1,02	0,04	22,88	0,00	0,94
<b>Yaratıcılık</b>							
YARATI1			1				0,68
YARATI2			1,28	0,09	13,76	0,00	0,81
YARATI3			1,22	0,10	12,05	0,00	0,70
YARATI4			1,17	0,09	12,99	0,00	0,76
YARATI5			1,21	0,09	14,29	0,00	0,84
YARATI6			1,20	0,09	13,85	0,00	0,81
YARATI8			1,19	0,10	12,03	0,00	0,69

Doğrulayıcı faktör analizi için uyum değerleri, ki-kare/s.d. değeri 3,83; artırılmış uyum indeksi (IFI) değeri 0,91; Tucker-Lewis uyum indeksi (TLI) değeri 0,90; karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI) değeri 0,91 ve yaklaşık hataların ortalama karekökü (RMSEA) değeri 0,09 olarak bulunmuştur. Tablo 12’de gösterilen bu sonuçlar, kurulan modelin kabul edilebilir olduğunu desteklemektedir (Hooper vd., 2008; Hu ve Bentler, 1995; MacCallum vd., 1996; Wheaton vd., 1977).

## 4.2. Demografik Özellikler

Araştırmaya katılanların %56,6'sı kadın, %43,4'ü ise erkek akademisyenlerden oluşmaktadır. En fazla katılım 31-40 yaş arası (%43) ve 21-30 yaş arası (%19,1) akademisyenlerden olmuştur. Katılımcıların %55,8'i vakıf, %44,2'si devlet üniversitelerinde görev yapmakta olup %35,6'sının çalışmakta olduğu üniversitedeki görev süresi 5 yıl ve altındadır. Araştırmaya en fazla katılım Mühendislik (%35,6) ile İktisadi İdari Bilimler (%28,7) fakültelerinden olmuştur ve katılımcıların %6,6'sı yardımcı doçent, %35,4'ü doçent ve %29'sı profesör olmak üzere %71'lik kısmı öğretim üyesidir. Tablo 6 demografik özelliklerin frekans ve yüzde dağılımlarını göstermektedir:

**Tablo 6. Demografik Özellikler**

	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Cinsiyet</b>		
Erkek	157	43,4
Kadın	205	56,6
Toplam	362	100
<b>Yaş</b>		
21-30 yaş arası	69	19,1
31-40 yaş arası	156	43,1
41-50 yaş arası	67	18,5
51-60 yaş arası	46	12,7
61+ yaş	24	6,6
Toplam	362	100
<b>Eğitim Durumu</b>		
Doktora	325	89,8
Yüksek Lisans	37	10,2
Toplam	362	100
<b>Çalışmakta Olduğunuz Üniversitenin Tipi</b>		
Devlet	160	44,2

Vakıf	202	55,8
Toplam	362	100
<b>Çalışmakta Olduğunuz Üniversitedeki Çalışma Süreniz</b>		
0-5 yıl arası	129	35,6
11-20 yıl arası	81	22,4
21-30 yıl arası	24	6,6
31+ yıl	23	6,4
6-10 yıl arası	105	29
Toplam	362	100
<b>Çalışmakta Olduğunuz Fakülte</b>		
Mühendislik Fakültesi	129	35,6
Fen Edebiyat Fakültesi	47	13
Mimarlık	33	9,1
Hukuk Fakültesi	20	5,5
İletişim Fakültesi	15	4,1
Sağlık Bilimleri Fakültesi	8	2,2
Eğitim Fakültesi	4	1,1
Eczacılık	2	0,6
Toplam	362	100
<b>Unvan</b>		
Araştırma Görevlisi	24	6,6
Öğretim Görevlisi	81	22,4
Yardımcı Doçent	24	6,6
Doçent	128	35,4
Profesör	105	29
Toplam	362	100

### 4.3. Tanımlayıcı İstatistikler

Bu kısımda veri setinin dağılımı ve değişimini değerlendirmek amacıyla ölçekler bazında frekans dağılımı incelenerek her bir ölçeğe ilişkin sonuçlar sırasıyla Tablo 7, Tablo 8 ve Tablo 9’da listelenmektedir:

**Tablo 7. Mizah Tarzları Ölçeği Tanımlayıcı İstatistikler**

Yargılar	Ortalama	Standart Sapma
<i>Genellikle çok fazla gülmem ya da başkalarıyla şakalaşmam.</i>	4,15	0,76
<i>Moralim bozuk olduğunda genellikle kendimi mizahla neşelendirebilirim.</i>	3,51	0,80
<i>Birisi hata yaptığında çoğunlukla onunla bu konuda dalga geçerim.</i>	2,46	0,75
<i>İnsanların benimle dalga geçmelerine ya da bana gülmelerine gereğinden fazla izin veriyorum.</i>	2,89	0,86
<i>İnsanlar güldürmek için çok fazla uğraşmam - doğuştan esprili bir insan gibiyimdir.</i>	3,45	0,71
<i>Tek başıma bile olsam çoğunlukla yaşamın gariplikleriyle eğlenirim.</i>	3,57	0,70
<i>İnsanlar asla benim mizah anlayışım yüzünden gücenmez ya da incinmezler.</i>	2,67	0,83
<i>Kendimi yermem ailemi ya da arkadaşlarımı güldürüyorsa eğer, çoğunlukla bu işi kendimden geçerek yaparım.</i>	3,15	0,79
<i>Başımdan geçen komik şeyleri anlatarak insanları pek güldürmem.</i>	3,74	0,74
<i>Üzgün ya da mutsuzsam, kendimi daha iyi hissetmek için genellikle o durumla ilgili gülünç bir şeyler düşünmeye çalışırım.</i>	3,56	0,81
<i>Esprî yaparken ya da komik bir şey söylerken genellikle karşımdakilerin bunu nasıl kaldıracağını pek önemsemem.</i>	2,41	0,79
<i>Çoğunlukla kendi güçsüzlüklerim, gaflarım ya da hatalarımla ilgili gülünç şeylerden söz ederek, insanların beni daha çok sevmesini ya da kabul etmesini sağlamaya çalışırım.</i>	3,03	0,92
<i>Yakın arkadaşlarımla çok sık şakalaşır ve gülerim.</i>	4,07	0,67
<i>Yaşama karşı takındığım mizahi bakış açısı, benim olaylar karşısında aşırı derecede üzülmemi ya da kederlenmemi önler.</i>	3,63	0,72

<i>İnsanların, mizahı başkalarını eleştirmek ya da aşağılamak için kullanmalarından hoşlanmam.</i>	2,66	0,87
<i>Çoğunlukla kendi kendimi kötüleyen ya da alaya alan espriler yapmam.</i>	2,92	0,84
<i>Genellikle fıkra anlatmaktan ve insanları eğlendirmekten hoşlanmam.</i>	3,96	0,71
<i>Tek başınıysam ve mutsuzsam, kendimi neşelendirecek gülünç şeyler düşünmeye çalışırım.</i>	3,56	0,75
<i>Bazen öyle komik şeyler gelir ki aklıma bunlar insanları incitebilecek, yakışık almaz şeyler olsa bile, kendimi tutamam söylerim.</i>	2,60	0,85
<i>Espriler yaparken ya da komik olmaya çalışırken çoğunlukla kendimi gereğinden fazla eleştiririm.</i>	3,01	0,83
<i>İnsanları güldürmekten hoşlanırım.</i>	4,14	0,71
<i>Kederli ya da üzgünsem genellikle mizahi bakış açımı kaybederim.</i>	2,99	0,73
<i>Bütün arkadaşlarım bunu yapıyor olsa bile, bir başkasıyla alay edip ona gülerlerken asla onlara eşlik etmem.</i>	2,58	0,80
<i>Arkadaşlarımla ya da ailemle birlikteyken çoğunlukla hakkında espri yapılan ya da dalga geçilen kişi ben olurum.</i>	3,00	0,80
<i>Arkadaşlarımla çok sık şakalaşmam.</i>	4,00	0,73
<i>Tecrübelerime göre bir durumun eğlendirici yanlarını düşünmek, sorunlarla başa çıkmada çoğunlukla etkili bir yoldur.</i>	3,92	0,67
<i>Birinden hoşlanmazsam çoğunlukla onu küçük düşürmek için hakkında espri yapar ya da alay ederim.</i>	2,61	0,91
<i>Sorunlarım varsa ya da üzgünsem, çoğunlukla gerçek duygularımı, en yakın arkadaşlarım bile anlamasın diye, espriler yaparak gizlerim.</i>	3,23	0,83
<i>Başkalarıyla birlikteyken genellikle aklıma söyleyecek esprili şeyler gelmez.</i>	4,01	0,67
<i>Neşelenmek için başkalarıyla birlikte olmam gerekmez, genellikle tek başımayken bile gülecek şeyler bulabilirim.</i>	3,67	0,70
<i>Bir şey bana gerçekten gülünç gelse bile, birini gücendirecekse eğer, buna gülmem ya da bununla ilgili espri yapmam.</i>	2,67	0,86

<i>Başkalarının bana gülmesine izin vermek; benim, ailemi ve arkadaşlarımı neşelendirme tarzımdır.</i>	3,27	0,83
Örnekleme (n) : 362		

**Tablo 8. Yaratıcılık Ölçeği Tanımlayıcı İstatistikler**

Yargılar	Ortalama	Standart Sapma
<i>Yöneticim işimde yaratıcı olduğumu düşünür.</i>	3,44	0,72
<i>İşimi yaparken yeni yaklaşımlar denerim.</i>	3,89	0,78
<i>İşim gereği, etkileşim içinde olduğum tüm insanlardan yeni fikirler edinmek için fırsat kollarım.</i>	3,76	0,86
<i>İşimde çok yaratıcı olduğuma inanırım.</i>	3,53	0,76
<i>İşimde olabildiğim kadar yaratıcı olmaya çalışırım.</i>	3,91	0,70
<i>İşimde daha etkin olmama yardımcı olacak kimi yeni beceriler öğrenmek isterim.</i>	4,25	0,72
<i>İyi performans gösterdiğim zaman bilirim ki, bu benim kendi başarıma isteğimin bir sonucudur.</i>	4,27	0,68
<i>İş yerimde yeni eğilimler oluştuğu zaman, genellikle bunu ilk destekleyenlerden biri olurum.</i>	4,13	0,84
<i>İşim benim için o kadar tatmin edici ki, yönetim tarafından sağlanan özel teşviklere karşı kayıtsızım.</i>	3,17	0,82
Örnekleme (n) : 362		

**Tablo 9. Yenilikçilik İklimi Ölçeği Tanımlayıcı İstatistikler**

Yargılar	Ortalama	Standart Sapma
<i>Üniversitemizde ekipler kendilerini işlerine adanlar.</i>	3,54	0,65
<i>Üniversitemizde insanlar iş arkadaşlarına güvenemeyeceklerini hissederler.</i>	2,89	0,80

Üniversitemizde ekipler içinde iletişim özgür ve açıktır.	2,98	0,75
Üniversitemizde çalışanların nereye gittiğimiz ve ne yapmaya çalıştığımız hakkında ortak bir vizyon eksikliği vardır.	2,77	0,77
Üniversitemizde insanlar üstlerinin onlardan ne beklediğini görmezden gelirler.	2,61	0,71
Üniversitemizde insanlar yaratıcı çalışma yapmak için yöneticileri tarafından teşvik edildiklerini hissetmezler.	2,75	0,77
Üniversitemizde insanlar üst yönetimin yaptıkları işle ilgili heyecan ve güven duyduğunu düşünürler.	3,02	0,73
Üniversitemizde yöneticiler ekiplerini desteklerler.	3,10	0,65
Üniversitemizde insanlar işlerini yapmak için ihtiyaç duydukları bilgiye kolaylıkla erişebilirler.	3,62	0,64
Üniversitemizde genelde insanlar iş için ihtiyaç duydukları kaynakları elde edebilirler.	3,56	0,64
Üniversitemizde insanların işlerini yapmak için ihtiyaç duydukları kaynakları elde etmeleri zordur.	2,32	0,64
Üniversitemizde insanların belirli bir sürede yerine getirmeleri gereken çok fazla işleri vardır.	3,56	0,96
Üniversitemizde insanlar kendi işleri üzerinde kontrollerinin olmadığını hissederler.	2,44	0,70
Üniversitemizde çalışanlar işlerini nasıl yapacaklarına karar verme özgürlüğüne sahiptirler.	3,62	0,64
Üniversitemizde çalışanlar işlerini kendileri belirlerler.	3,58	0,66
Üniversitemizde insanlar iş yapış şekilleri hakkında söz sahibi değildirler.	2,36	0,64
Üniversitemizde insanlar başarısızlıkla sonuçlanacak olsa bile risk almaya teşvik edilirler.	2,66	0,73
Üniversitemizde genellikle yeni fikirlere direnç gösterilir.	2,91	0,85
Üniversitemizde örgütsel değişiklikleri gerçekleştirmek çoğu zaman zordur.	3,01	0,86
Üniversitemizde yenilikçilik ödüllendirilir.	3,12	0,78
Örnekleme (n) : 362		

#### 4.4. Korelasyon Analizi

Korelasyon katsayısı iki değişken arasındaki doğrusal ilişkinin gücünü göstermektedir. -1 ile +1 arası bir değer alan korelasyon katsayısı ne kadar yüksekse, değişkenler arasındaki ilişki o kadar güçlüdür. Tablo 10’da sunulan değişkenler arası doğrusal ilişkileri gösteren korelasyon katsayılarına bakıldığında, yaratıcılık değişkeninin mizah tarzları ve yenilikçilik iklimi değişkenlerinin tüm alt boyutları ile 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler kurduğu görülmektedir ( $p<0,01$ ).

**Tablo 10. Değişkenlerin Korelasyon Katsayıları ve Tanımlayıcı İstatistikleri**

Değişkenler	Ortalama	Standard Sapma	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Katılımcı Mizah	4,09	0,62	1									
2. Kendini Geliştirici Mizah	3,60	0,61	0,70**	1								
3. Saldırgan Mizah	2,54	0,68	0,41**	0,42**	1							
4. Kendini Yıkıcı Mizah	3,50	0,69	0,56**	0,53**	0,54**	1						
5. Takım Uyumu	3,29	0,61	0,29**	0,37**	0,24**	0,28**	1					
6. Denetleyici Teşviki	3,06	0,65	0,31**	0,35**	0,21**	0,26**	0,62**	1				
7. Kaynaklar	3,62	0,59	0,25**	0,20**	0,19**	0,27**	0,49**	0,48**	1			
8. Özerklik	3,60	0,63	0,31**	0,22**	0,25**	0,38**	0,45**	0,40**	0,51**	1		
9. Yeniliklere Açıklık	2,96	0,83	-0,20**	-0,23**	-0,31**	-0,34**	-0,45**	-0,46**	-0,48**	-0,45**	1	
10. Yaratıcılık	3,84	0,61	0,50**	0,49**	0,15**	0,30**	0,35**	0,35**	0,29**	0,22**	-0,22**	1

**\*\*0.01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır**

#### 4.5. Hipotez Testi

Araştırmada hipotezleri test etmek amacıyla yapısal eşitlik modeli ve hiyerarşik regresyon modeli kullanılmıştır. Yapısal eşitlik modeli gözlenen ve gizil değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisini test etmek için kullanılan bir istatistiksel yöntemdir. Yapısal eşitlik modeli hem değişkenler arası ilişkileri hem de teorik modelleri değerlendirmek için kullanılmaktadır.

Mizah tarzları ve yaratıcılık arasındaki nedensellik ilişkisini belirlemek amacıyla, ilk dört hipotezi test etmek için yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Araştırma modeli çerçevesinde elde edilen sonuçlar, hipotez geliştirme başlığı altında ileri sürülen önermelerin biri hariç hepsini desteklemektedir. İleri sürülen hipotezler ve sonuçları Tablo 11’de özet olarak topluca gösterilmektedir.

**Tablo 11. Mizah Tarzları ve Yaratıcılık Arasındaki Yol Analizi**

Hipotezler	İlişki		Beta*	S.H.	P	Sonuçlar	
H1	Yaratıcılık	<---	Katılımcı_Mizah	0,34	0,08	0,00	Desteklendi
H2	Yaratıcılık	<---	KG_Mizah	0,35	0,08	0,00	Desteklendi
H3	Yaratıcılık	<---	Saldırgan_Mizah	-0,14	0,05	0,04	Desteklendi
H4	Yaratıcılık	<---	KY_Mizah	-0,01	0,06	0,93	Desteklenmedi

\* Yol katsayıları standardize edilmiştir.

Tablo 11’e bakıldığında katılımcı mizahın yaratıcılığı pozitif yönde etkilediğini öne süren H1 hipotezi desteklenmiştir ( $\beta=0,34$ ;  $p=0,00$ ). Keza, kendini geliştirici mizahın da yaratıcılığı pozitif yönde etkilediğini ileri süren H2 hipotezi de desteklenmiştir ( $\beta=0,35$ ;  $p=0,00$ ). Öte yandan, saldırgan mizahın yaratıcılığı negatif yönde etkilediğini ifade eden H3 hipotezi desteklenirken ( $\beta=-0,14$ ;  $p=0,04$ ), kendini yıkıcı mizahın yaratıcılığı negatif yönde etkilediğini belirten H4 hipotezi desteklenmemiştir ( $p=0,93$ ).

Hipotezlerimizi test etmek için kurulan yapısal eşitlik modelinin uygunluğunu test etmek için uyum indeksleri kullanılmıştır. Model uyum indeksleri incelendiğinde, ki-kare değerinin 1.256,68, ki-kare/s.d. değerinin 3,74, artırılmış uyum indeksi (IFI) değerinin 0,87, Tucker-Lewis uyum indeksi (TLI) değerinin 0,86, karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI) değerinin 0,87 ve yaklaşık hataların ortalama karekökü (RMSEA) değerinin 0,09 olduğu bulunmuştur. Tablo 12’de gösterilen bu sonuçlar, kurulan modelin kabul edilebilir olduğunu desteklemektedir (Hooper vd., 2008; Hu ve Bentler, 1995; MacCallum vd., 1996; Wheaton vd., 1977).

**Tablo 12. Model Uyum İndeksi ve Kabul Edilebilir Değerler**

Uyum İndeksleri	Model Uyum Değerleri	Kabul Edilebilir Uyum Değerleri*
$\chi^2/s.d.$	3,74	$1 < \chi^2/s.d. < 5$
IFI	0,87	$0,90 \leq IFI$
TLI	0,86	$0,90 \leq TLI$
CFI	0,87	$0,90 \leq CFI$
RMSEA	0,09	$0,01 \leq RMSEA \leq 0,10$

\*Hooper vd., 2008; Hu ve Bentler, 1995; MacCallum vd., 1996; Wheaton vd., 1977.

#### 4.6. Hiyerarşik Regresyon Analizi

Hiyerarşik regresyon, belirli bir grup bağımsız değişkenin bağımlı değişken ile ilişkisine bakarken, bazı bağımsız değişkenleri sabit tutarak tahmin yapmak amacıyla kullanılan bir istatistiksel yöntemdir. Mizah tarzlarının yaratıcılık üzerindeki etkisinde yenilikçilik ikliminin düzenleyici rolüne ilişkin ikinci dört hipotezi test etmek için, yenilikçilik ikliminin her bir boyutunun mizah tarzlarının boyutlarıyla ilişkileri, her bir boyutun ilişkiye olan tek başına etkisini görebilmek amacıyla, 5 ayrı hiyerarşik regresyon modeli kurularak test edilmiştir. Tablo 13’te yenilikçilik iklimi boyutlarından ‘takım uyumu’ boyutunun mizah tarzlarının yaratıcılık üzerindeki etkisindeki düzenleyici

düzenleyici rolünü araştırmaya yönelik geliştirilmiş olan ilk hiyerarşik regresyon modeline yer verilmektedir:

**Tablo 13. Takım Uyumu Boyutunun Düzenleyici Etkisi**

Model	Değişkenler	Standardize edilmemiş etkiler		Standardize edilmiş etkiler	T	P
		B	S.H.	Beta		
1		3,84	0,03		146,05	0,00
	Kat_Miz	0,20	0,04	0,33	5,13	0,00
	KG_Miz	0,14	0,04	0,24	3,71	0,00
	Sal_Miz	-0,08	0,03	-0,14	-2,59	0,01
	KY_Miz	0,01	0,04	0,02	0,27	0,79
	Tak_Uyu	0,12	0,03	0,19	4,13	0,00
2		3,84	0,03		136,92	0,00
	Kat_Miz	0,16	0,04	0,27	4,00	0,00
	KG_Miz	0,13	0,04	0,22	3,24	0,00
	Sal_Miz	-0,03	0,03	-0,06	-1,04	0,30
	KY_Miz	-0,02	0,04	-0,03	-0,45	0,65
	<b>Tak_Uyu</b>	<b>0,16</b>	<b>0,03</b>	<b>0,26</b>	<b>5,38</b>	<b>0,00</b>
	<b>KatMizxTakUyu</b>	<b>-0,10</b>	<b>0,03</b>	<b>-0,18</b>	<b>-2,99</b>	<b>0,00</b>
	KGMizxTakUyu	0,00	0,03	0,00	0,04	0,97
	<b>SalMizxTakUyu</b>	<b>0,10</b>	<b>0,03</b>	<b>0,19</b>	<b>3,89</b>	<b>0,00</b>
	KYMizxTakUyu	0,01	0,03	0,02	0,38	0,71

Bağımlı Değişken: Yaratıcılık

Analiz sonuçları incelendiğinde ‘takım uyumu’ boyutunun ‘katılımcı mizah’ ve ‘saldırgan mizah’ın yaratıcılık üzerindeki etkisinde düzenleyici bir rolü olduğu görülmektedir ( $\beta=-0,18$ ;  $p=0,00$ ;  $\beta=0,19$ ;  $p=0,00$ ). Öte yandan, ‘takım uyumu’ boyutunun ‘kendini geliştirici mizah’ ve ‘kendini yıkıcı mizah’ın yaratıcılık üzerindeki etkisinde anlamlı bir düzenleyici rolü olmadığı belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

Tablo 14’te yenilikçilik iklimi boyutlarından ‘denetleyici teşviki’ boyutunun mizah tarzlarının yaratıcılık üzerindeki etkisindeki düzenleyici düzenleyici rolünü araştırmaya yönelik geliştirilmiş olan ikinci hiyerarşik regresyon modeline yer verilmektedir:

**Tablo 14. Denetleyici Teşviki Boyutunun Düzenleyici Etkisi**

Model	Değişkenler	Standardize edilmemiş etkiler		Standardize edilmiş etkiler	T	P
		B	S.H.	Beta		
1		3,84	0,03		146,17	0,00
	Kat_Miz	0,19	0,04	0,32	4,93	0,00
	KG_Miz	0,15	0,04	0,25	3,88	0,00
	Sal_Miz	-0,08	0,03	-0,13	-2,47	0,01
	KY_Miz	0,01	0,04	0,02	0,31	0,76
	Den_Teş	0,12	0,03	0,20	4,20	0,00
2		3,83	0,03		140,78	0,000
	Kat_Miz	0,20	0,04	0,33	5,02	0,000
	KG_Miz	0,14	0,04	0,22	3,45	0,001
	Sal_Miz	-0,05	0,03	-0,08	-1,60	0,110
	KY_Miz	-0,01	0,04	-0,02	-0,27	0,789
	<b>Den_Teş</b>	<b>0,13</b>	<b>0,03</b>	<b>0,22</b>	<b>4,73</b>	<b>0,000</b>
	KatMizxDen_Teş	-0,06	0,04	-0,10	-1,43	0,154
	KGMizxDen_Teş	0,00	0,03	0,00	0,04	0,97
	<b>SalMizxDen_Teş</b>	<b>0,12</b>	<b>0,03</b>	<b>0,21</b>	<b>4,19</b>	<b>0,00</b>
	KYMizxDen_Teş	0,00	0,03	0,00	0,01	0,99

Bağımlı Değişken: Yaratıcılık

Analiz sonuçları incelendiğinde ‘denetleyici teşviki’ boyutunun yalnızca ‘saldırgan mizah’ın yaratıcılık üzerindeki etkisinde düzenleyici bir rolü olduğu görülmektedir ( $\beta=0,21$ ;  $p=0,00$ ). Öte yandan, ‘denetleyici teşviki’ boyutunun diğer mizah tarzlarının yaratıcılık üzerindeki etkisinde anlamlı bir düzenleyici rolü olmadığı bulunmuştur ( $p>0,05$ ).

Tablo 15’te yenilikçilik iklimi boyutlarından ‘kaynaklar’ boyutunun mizah tarzlarının yaratıcılık üzerindeki etkisindeki düzenleyici düzenleyici rolünü araştırmaya yönelik geliştirilmiş olan üçüncü hiyerarşik regresyon modeline yer verilmektedir:

**Tablo 15. Kaynaklar Boyutunun Düzenleyici Etkisi**

Model	Değişkenler	Standardize edilmemiş etkiler		Standardize edilmiş etkiler	T	P
		B	S.H.	Beta		
1		3,84	0,03		145,70	0,00
	Kat_Miz	0,19	0,04	0,31	4,74	0,00
	KG_Miz	0,18	0,04	0,29	4,70	0,00
	Sal_Miz	-0,08	0,03	-0,13	-2,43	0,02
	KY_Miz	0,00	0,04	0,00	-0,01	1,00
	Kaynak	0,11	0,03	0,18	3,91	0,00
2		3,85	0,03		139,89	0,00
	Kat_Miz	0,18	0,04	0,30	4,44	0,00
	KG_Miz	0,17	0,04	0,28	4,27	0,00
	Sal_Miz	-0,07	0,03	-0,12	-2,20	0,03
	KY_Miz	0,01	0,04	0,02	0,27	0,79
	<b>Kaynak</b>	<b>0,11</b>	<b>0,03</b>	<b>0,17</b>	<b>3,59</b>	<b>0,00</b>
	KatMizxKaynak	0,04	0,03	0,08	1,23	0,22
	<b>KGMizxKaynak</b>	<b>-0,07</b>	<b>0,04</b>	<b>-0,13</b>	<b>-2,01</b>	<b>0,05</b>
	<b>SalMizxKaynak</b>	<b>0,07</b>	<b>0,03</b>	<b>0,12</b>	<b>2,25</b>	<b>0,03</b>
	KYMizxKaynak	-0,05	0,04	-0,07	-1,25	0,21

Bağımlı Değişken: Yaratıcılık

Analiz sonuçları incelendiğinde ‘kaynaklar’ boyutunun ‘kendini geliştirici mizah’ ve ‘saldırgan mizah’ın yaratıcılık üzerindeki etkisinde düzenleyici bir rolü olduğu görülmektedir ( $\beta=-0,13$ ;  $p=0,05$ ;  $\beta=0,12$ ;  $p=0,03$ ). Öte yandan, ‘takım uyumu’

boyutunun ‘katılımcı mizah’ ve ‘kendini yıkıcı mizah’ın yaratıcılık üzerindeki etkisinde anlamlı bir düzenleyici rolü olmadığı belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

Tablo 16’da yenilikçilik iklimi boyutlarından ‘özerklik’ boyutunun mizah tarzlarının yaratıcılık üzerindeki etkisindeki düzenleyici düzenleyici rolünü araştırmaya yönelik geliştirilmiş olan dördüncü hiyerarşik regresyon modeline yer verilmektedir:

**Tablo 16. Özerklik Boyutunun Düzenleyici Etkisi**

Model	Değişkenler	Standardize edilmemiş etkiler		Standardize edilmiş etkiler	T	P
		B	S.H.	Beta		
1		3,84	0,03		143,37	0,00
	Kat_Miz	0,19	0,04	0,32	4,82	0,00
	KG_Miz	0,18	0,04	0,30	4,70	0,00
	Sal_Miz	-0,08	0,03	-0,13	-2,34	0,02
	KY_Miz	0,00	0,04	0,00	0,05	0,96
	Ozerk	0,06	0,03	0,09	1,87	0,06
2		3,85	0,03		129,77	0,00
	Kat_Miz	0,18	0,04	0,30	4,28	0,00
	KG_Miz	0,18	0,04	0,30	4,59	0,00
	Sal_Miz	-0,07	0,03	-0,11	-1,96	0,05
	KY_Miz	-0,00	0,04	-0,00	-0,03	0,98
	<b>Ozerk</b>	<b>0,05</b>	<b>0,03</b>	<b>0,08</b>	<b>1,53</b>	<b>0,13</b>
	KatMizxOzerk	-0,03	0,04	-0,07	-0,93	0,35
	KGMizxOzerk	-0,01	0,04	-0,01	-0,18	0,86
	SalMizxOzerk	0,01	0,03	0,01	0,17	0,86
	KGMizxOzerk	0,01	0,04	0,02	0,33	0,74

Bağımlı Değişken: Yaratıcılık

Analiz sonuçları incelendiğinde ‘özerklik’ boyutunun mizah tarzlarının yaratıcılık üzerindeki etkisinde anlamlı bir düzenleyici rolü olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ).

Tablo 17’de yenilikçilik iklimi boyutlarından ‘yeniliklere açıklık’ boyutunun mizah tarzlarının yaratıcılık üzerindeki etkisindeki düzenleyici düzenleyici rolünü araştırmaya yönelik geliştirilmiş olan beşinci hiyerarşik regresyon modeline yer verilmektedir:

**Tablo 17. Yeniliklere Açıklık Boyutunun Düzenleyici Etkisi**

Model	Değişkenler	Standardize edilmemiş etkiler		Standardize edilmiş etkiler	T	P
		B	S.H.	Beta		
1		3,84	0,03		144,11	0,00
	Kat_Miz	0,21	0,04	0,34	5,21	0,00
	KG_Miz	0,17	0,04	0,28	4,48	0,00
	Sal_Miz	-0,09	0,03	-0,14	-2,66	0,01
	KY_Miz	0,00	0,04	0,00	0,01	0,99
	Yenilik	-0,08	0,03	-0,13	-2,68	0,01
2		3,84	0,03		135,04	0,00
	Kat_Miz	0,20	0,04	0,34	5,05	0,00
	KG_Miz	0,15	0,04	0,24	3,63	0,00
	Sal_Miz	-0,08	0,03	-0,13	-2,33	0,02
	KY_Miz	0,01	0,04	0,01	0,19	0,85
	<b>Yenilik</b>	<b>-0,08</b>	<b>0,03</b>	<b>-0,13</b>	<b>-2,73</b>	<b>0,01</b>
	KatMizxYenilik	0,03	0,04	0,05	0,64	0,53
	KGMizxYenilik	0,04	0,04	0,07	1,10	0,27
	SalMizxYenilik	-0,04	0,03	-0,07	-1,19	0,23
	KYMizxYenilik	-0,01	0,04	-0,02	-0,32	0,75

Bağımlı Değişken: Yaratıcılık

Analiz sonuçları incelendiğinde ‘yeniliklere açıklık’ boyutunun mizah tarzlarının yaratıcılık üzerindeki etkisinde anlamlı bir düzenleyici rolü olmadığı görülmektedir (p>0,05).

Buna göre, yenilikçilik iklimi, katılımcı mizah, kendini geliştirici mizah ve saldırgan mizahın yaratıcılık üzerindeki etkisinde kısmi düzenleyici etkiye sahiptir. Dolayısıyla, H5, H6 ve H7 hipotezleri kısmen desteklenmektedir. Kendini yıkıcı mizahın yaratıcılık üzerindeki etkisinde ise yenilikçilik ikliminin hiçbir boyutunun anlamlı bir etkisi gözlemlenmemiştir. Bu nedenle H8 hipotezi desteklenmemektedir.

Araştırma sonuçları mizah tarzları ile yaratıcılık arasında anlamlı bir ilişki bulunduğunu teyit etmektedir. Olumlu mizah tarzları olan katılımcı mizah ve kendini geliştirici mizah ile yaratıcılık arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu, olumsuz mizah tarzlarından saldırgan mizah ile yaratıcılık arasında ise negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunduğu doğrulanmıştır. Ancak olumsuz mizah tarzlarından kendini yıkıcı mizah ile yaratıcılık arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Yenilikçilik ikliminin mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişki üzerindeki düzenleyici etkisi değerlendirildiğinde, yenilikçilik ikliminin yalnızca ‘takım uyumu’, ‘denetleyici teşviki’ ve ‘kaynaklar’ boyutlarının, katılımcı mizah, kendini geliştirici mizah ve saldırgan mizah ile yaratıcılık arasındaki ilişki üzerinde düzenleyici etkisi olduğu desteklenmiştir. Yenilikçilik ikliminin ‘özerklik’ ve ‘yeniliklere açıklık’ boyutlarının mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişki üzerinde anlamlı bir düzenleyici etkisi bulunamamıştır. Ayrıca, kendini yıkıcı mizah ile yaratıcılık arasındaki ilişkide ise yenilikçilik ikliminin hiçbir boyutunun anlamlı etkisi görülmemiştir. Bu nedenle, mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişki üzerinde yenilikçilik ikliminin kısmi bir düzenleyici rolü olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

## 5. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Bu tez çalışması mizah tarzları, yaratıcılık ve yenilikçilik iklimi değişkenleri arasındaki ilişkilere uygun bir model geliştirerek yönetim ve organizasyon literatürüne katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Mizah tarzları ile yaratıcılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Yenilikçilik ikliminin ise mizah tarzları ve yaratıcılık arasındaki ilişki üzerinde kısmi bir düzenleyici etkisi vardır. Mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişkide yenilikçilik ikliminin düzenleyici rolüne ilişkin sunulan modelin teorik ve pratik yansımaları mevcuttur.

Hem sosyal hem de bireysel bir nitelik olarak tanımlanan, çok boyutlu bir kavram olan mizahın odağı ve yapısına göre sınıflandırılan farklı mizah tarzları mevcuttur. ‘Mizahın odağı’, kişinin kendisini mi yoksa başkalarıyla olan ilişkileri mi hedeflediğini belirtmektedir. Kişinin kendisine yönelik olan mizah tarzları öz odaklı mizah olarak nitelendirilirken, diğer kişileri ve bu kişilerle olan ilişkileri ve iletişimi hedef alan mizah tarzları ise sosyal mizah olarak tanımlanmaktadır. ‘Mizahın yapısı’ ise kişinin kendisi ya da içinde bulunduğu gruptaki kişiler ve ilişkiler için faydalı ya da zararlı olma durumunu ifade etmektedir. Keza, farklı mizah tarzlarının yaratıcılık üzerinde farklı etkileri bulunmaktadır. Olumlu mizah tarzları yaratıcılığı pekiştirmekte, olumsuz mizah tarzları ise yaratıcılığı zedelemekte ya da hiçbir yönde etkilememektedir.

Daha önce literatürde (Holmes, 2007; Lang ve Lee, 2010; Pundt vd., 2015; Slatten vd., 2011; Ziv, 1976) belirtilmiş olduğu gibi mizah yaratıcılığın ortaya çıkmasına neden olan önemli bir unsurdur. Bu doğrultuda, bu tez çalışması mizahın yaratıcılığın öncüllerinden biri olduğunu ortaya koyarken, farklı mizah tarzlarının bireysel yaratıcılık üzerinde farklı etkileri olduğunu da doğrulamaktadır. Araştırmada yapılan analiz sonuçlarına göre, katılımcı mizah ve kendini geliştirici mizah tarzları yaratıcılığı geliştirmekte,

saldırgan mizah tarzı ise yaratıcılığı azaltmaktadır. Ancak, kendini yıkıcı mizah tarzı ile yaratıcılık arasında ise anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Katılımcı mizah örgüt içerisindeki gerginlikleri azaltarak ilişkileri geliştirmekte, böylelikle ekip ruhunu ve uyumunu pekiştirmektedir. Ekip ruhu ve uyumu güçlendikçe örgüt içinde artan iletişim, etkileşim, paylaşım ve öğrenme de yaratıcılığı destekleyen bir ortam oluşturmaktadır. Ayrıca, kendini geliştirici mizah, işgörenlerin stresinin azalmasına yardımcı olarak pozitif duygu ve düşünce gelişimini desteklemekte, dolayısıyla konsantrasyonunu yükselterek yaratıcılığını arttırmaktadır. Aynı şekilde, mizaha ilişkin rahatlama kuramı ve inşa et ve genişlet pozitif psikoloji teorisi, olumlu mizah tarzlarının yaratıcılıkla olumlu yönde ilişkili olduğunu desteklemektedir.

Bununla birlikte, başkalarını eleştirmek, aşağılamak ve manipüle etmek amacıyla kullanılan saldırgan mizah ise örgüt içinde negatif duygu ve düşüncelerle dolu gergin bir ortam oluşmasına neden olarak yaratıcılığı negatif yönde etkilemektedir. Bu nedenle örgütlerin mizahın karanlık taraflarından kaçınmaları büyük önem taşımaktadır. Öteki odaklı saldırgan mizahın aksine öz odaklı olan ve başkalarını eğlendirmek amacıyla, kişinin kendisini eleştirmesi ve aşağılaması olarak ifade edilebilen kendini yıkıcı mizahın ise yaratıcılıkla anlamlı bir ilişkisi bulunmamaktadır. Bu sonucun nedeni bu olumsuz mizah tipinin hem bireyin hem de içerisinde bulunduğu ekibin üyelerinin duygu ve düşünceleri üzerinde kalıcı değil geçici etkiler yaratmakta olması olarak düşünülebilir.

Ayrıca, analiz sonuçları yenilikçilik ikliminin mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişki üzerinde bir etkisinin olduğunu, fakat bu etkinin hipotezlerde öne sürdüğümüz gibi güçlü bir etki değil, kısmi bir etki olduğunu göstermiştir. Boyutlar bazında ele alındığında, 'takım uyumu', 'yönetici desteği' ve 'kaynaklar' boyutlarının, mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişkide düzenleyici rolü olduğu, öte yandan, 'özerklik' ve 'yeniliklere açıklık' boyutlarının mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişkide

önemli bir düzenleyici rolü olmadığı görülmüştür. Yenilikçilik ikliminin sadece üç alt boyutunun mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişkide düzenleyici etkisi bulunduğu için, bu ilişkide yenilikçilik ikliminin kısmi bir düzenleyici etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Örgüt ikliminin örgütsel süreçlerde ve çıktılarda düzenleyici etkisi bulunmaktadır. Dolayısıyla, yeni fikirlerin desteklendiği yenilikçilik iklimine sahip örgütlerde işgörenlerin yaratıcı davranışlarının yanısıra mizah üretimi de teşvik edilmektedir. Yenilikçilik ikliminin alt boyutlarından ‘takım uyumu’, ‘yönetici desteği’ ve ‘kaynaklar’ boyutları doğrudan birey dışı etmenlere bağlı boyutları temsil ederken, ‘özerklik’ ve ‘yeniliklere açıklık’ hem birey dışı etmenleri hem de bireysel özellikleri kapsamaktadır. Diğer bir deyişle, ‘özerklik’ ve ‘yeniliklere açıklık’ boyutları hem örgüte hem bireye ait özelliklerdir. Bu nedenle araştırmamızda ‘özerklik’ ve ‘yeniliklere açıklık’ boyutlarının mizah tarzları ile yaratıcılık arasında anlamlı bir düzenleyici etkisinin bulunamamış olmasının, boyutlara ilişkin bu özel durumdan kaynaklandığını savunulabilir. Elde edilen bu sonuç, gelecek çalışmalarda yenilikçilik ikliminin yanında iş özellikleri, örgütsel yapı, ilişkisel süreçler, liderlik tipleri gibi diğer bağlamsal öğelerin de irdelenmesi gerekliliğine işaret etmektedir.

Bildiğimiz ve araştırdığımız kadarıyla, şu ana kadar mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişki akademik düzlemde ele alınmamıştır. Bu tez çalışması literatüre bu doğrultuda bir ilk olarak katkıda bulunmaktadır. Bununla birlikte, çalışmada ortaya koymuş olduğumuz bulgular, literatürdeki mizahın yaratıcılık ve örgütsel etkinlik üzerindeki önemli etkisine ilişkin önceki çalışma sonuçlarını onaylar niteliktedir (Holmes, 2007; Miller, 1996; Slatten vd., 2011).

Sonuç olarak, mizah yaratıcılığın ortaya çıkmasına neden olan önemli bir unsurdur ve farklı mizah tarzlarının yaratıcılık üzerinde farklı etkileri bulunmaktadır. Katılımcı mizah ve kendini geliştirici mizah yaratıcılığı pekiştirmekte, saldırgan mizah yaratıcılığı

zedelemektedir. Kendini yıkıcı mizah ise yaratıcılığı hiçbir şekilde etkilememektedir. Ayrıca, araştırma sonuçları, mizaha ilişkin rahatlama kuramı (Freud, 1928), uyuşmazlık kuramı (Kant, 2007) ile genişletme ve inşa etme pozitif psikoloji teorisini (Fredrickson, 2001) destekleyerek, mizah ve yaratıcılık literatürüne büyük katkıda bulunmaktadır.

Rahatlama kuramına (Freud, 1928) göre insanlar gerginliklerini yatıştırmak için mizahı kullanır ve gülme eylemi gerçekleşir. Gülmek kişiyi rahatlatır, mutlu eder ve aynı zamanda kişinin özgür fikir akışını harekete geçirerek yaratıcılığın ‘fikir üretme’ sürecine katkıda bulunur (Ziv, 1976). Uyumsuzluk kuramı (Kant, 2007) ise mizahı, olağandışı ve beklenmeyen deneyimlerle ilişkilendirir. Bu özellikler yaratıcılığın ‘yenilik’ ve ‘farklılık’ özellikleriyle bağlantılıdır. Dolayısıyla mizah ve yaratıcılık benzer öncüllere sahiptir ve mizahın uyuşmazlık özelliği kişide olağandışı düşünme gücünü tetikleyerek yaratıcılığa giden sürece katkıda bulunur.

Fredrickson’ın (2001) genişletme ve inşa etme teorisi de bireyin duygular durumu ile yaratıcılığı arasında bir bağ olduğunu desteklemektedir. Fredrickson’a göre pozitif duygular bireyin odaklanma yetisini artırarak, düşünme kabiliyetini ve şeklini zenginleştirerek bireyi yaratıcılığa götürmektedir. Diğer taraftan, negatif duygular bireyin bilişsel kapasitesini baskılayarak, düşünce şeklini kısıtlamakta olduğundan yaratıcılığını olumsuz yönde etkiler (Fredrickson, 2004).

### **5.1. Yöneticilere Tavsiyeler**

Bu çalışma akademi dünyası yöneticileri için iki önemli pratik öneri sunmaktadır. İlk olarak, üniversitelerin örgütsel hedeflerine ulaşmaları için mizahı nasıl uygun şekilde kullanacaklarını öğrenmeleri, negatif mizah tarzlarından kaçınmaya özen göstererek, pozitif mizah içerikli iletişimi ve etkileşimi teşvik etmeleri gerekmektedir. Öncelikle akademisyenlerin etkin mizah kullanımını geliştirebilmek amacıyla kurum içi mizah ve mizah anlayışı eğitimleri düzenlenebilir. Böylelikle akademisyenlerin mizah

farkındalığının ve potansiyelinin artırılması ve olumlu mizah içerikli iletişimi hem derslerde hem de kurum içi etkileşimde benimsemeleri sağlanabilir. Olumlu mizah tarzlarının kullanımının üniversitelerde yaygınlaştırılması, akademisyenlerin bireysel yaratıcılıklarına doğrudan katkıda bulunarak, akademik üretimlerini ve verimliliklerini pekiştirecek, verdikleri derslerde ve seminerlerde öğrencilerle etkileşimlerini güçlendirerek üniversitelerin toplam performansının artırılmasına yardımcı olacaktır.

İkinci olarak, üniversitelerde hem pozitif mizahı hem de yaratıcılığı besleyen ve mizah ile yaratıcılık arasındaki ilişkiyi destekleyen, özgürlük ve esneklik sunan yenilikçilik ikliminin filizlendirilmesi önem taşımaktadır. Özellikle ‘takım uyumu’, ‘yönetici desteği’ ve ‘kaynaklar’ boyutlarında iyileştirmeler yapılması yenilikçilik ikliminin üniversite içinde hızlıca yeşermesine katkıda bulunacaktır. Böylelikle yeni ve faydalı fikirlerin geliştirilmesinin birlikte çalıştıkları ekipler ve yöneticiler tarafından desteklenen ve ihtiyaç duydukları kaynaklara kavuşan akademisyenlerin yeni bir şey yaratma duygusu ve motivasyonu harekete geçerek akademik üretimlerini ve performanslarını pekiştirecek ve dolayısıyla üniversitenin akademik başarısı artacaktır.

## **5.2. Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler**

Bu çalışmanın da elbette kısıtları mevcuttur ve bu nedenle akademi alanında mizah ve yaratıcılık arasındaki ilişkiyi inceleyen daha fazla araştırma yapılması ihtiyacı doğmaktadır. Öncelikle, daha kapsamlı bir yaklaşımla olumlu ve olumsuz mizah türlerinin neden ve sonuçlarının daha detaylı olarak incelenmesi önerilebilir. Böylelikle olumlu mizah türlerinin pekiştirilmesi ve olumsuz mizah türlerinin oluşumunun engellenmesi daha kolay olacaktır.

İkinci olarak bu çalışmada bireysel farklılıklar göz önüne alınmamıştır. Bu nedenle sonraki araştırmaların kişilik ve bilişsel tarz/yeti (Woodman ve Schoenfeldt, 1989) gibi bireysel özellikleri de ele alması uygun olacaktır. Bireysel farklılıkların eklenmesi

mizah tarzlarının yaratıcılık üzerinde ne tip etkiler oluşturduğunun daha kapsamlı olarak anlaşılmasını sağlayarak araştırma sonuçlarını zenginleştirecektir.

Üçüncü olarak, mizah tarzları ve yaratıcılık kavramlarının öz rapor ölçekleri ile ölçülmüş olmasının da bir kısıt oluşturduğu düşünülebilir. Bunun için ileri araştırmalarda yönetici ya da akran ölçeklerinin de eklenmesi tasviye edilebilir. Her ne kadar mizah tarzı ve yaratıcılık bireysel kavramlar olsa da, belirli bir bağlamda ele alındıkları için çevre etkilerinin incelenmesi ve böylelikle yalnızca algılanan mizah tarzı ve yaratıcılığın değil, gözlemlenen mizah tarzı ve yaratıcılığın da değerlendirilmesi fırsatı elde edilecektir.

Son olarak araştırmanın yalnızca Türkiye özelinde ve akademisyenler üzerinde yapılmış olması da çalışmayla ilgili diğer bir kısıt olarak düşünülebilir. Dolayısıyla gelecek araştırmaların hem sektörler arası hem de kültürler arası farklılıkları görebilmek amacıyla birden fazla sektör ve kültür içeren bir örneklem üzerinde yapılması önerilebilir. Böylece sektörler arası ve kültürler arası karşılaştırma yapabilme olanağı doğacak ve bununla birlikte araştırma sonuçlarında derinlik sağlanacaktır.

Bu tez çalışması literatüre ilk kez mizah tarzları ile yaratıcılık arasındaki ilişkiyi akademik düzlemde ele alarak katkıda bulunmaktadır. Bununla birlikte, çalışmada elde edilen sonuçlar, literatürde yer alan mizah ve yaratıcılık çalışmaları ile mizahın yaratıcılık ve örgütsel performans üzerindeki önemli etkilerine ilişkin önceki çalışma sonuçlarını teyit etmektedir (Holmes, 2007; Miller, 1996; Slatten vd., 2011).

Yaratıcılığın öncüllerinden biri olan mizah çok boyutlu bir kavramdır. Keza, farklı mizah tarzlarının yaratıcılık üzerinde farklı etkileri bulunmaktadır. Katılımcı mizah ve kendini geliştirici mizah yaratıcılığı olumlu yönde etkilerken, saldırgan mizah yaratıcılığı olumsuz yönde etkilemektedir. Kendini yıkıcı mizahın ise yaratıcılık

üzerinde herhangi bir etkisi yoktur. Bunlara ek olarak, araştırma sonuçları mizaha ilişkin rahatlama kuramı, uyumsuzluk kuramı ile genişletme ve inşa etme pozitif psikoloji teorisini destekleyerek, mizah ve yaratıcılık literatürüne katkıda bulunmaktadır.



## EKLER

### EK 1: Anket Formu

Değerli Katılımcı,

Size sunulan bu anket formu İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Doktora programında Prof. Dr. Ahu Tuğba Karabulut danışmanlığında hazırlamakta olan **“Mizah Tarzları ile Yaratıcılık Arasındaki İlişkide Yenilikçilik İkliminin Düzenleyici Rolü”** isimli tez çalışmasının araştırma bölümünde kullanılmak üzere tasarlanmıştır. Araştırma sonucunda sağlanan veriler tamamıyla bilimsel amaçlar için kullanılacak olup cevaplar yalnızca araştırmacı tarafından değerlendirilecektir. Çalışmanın belirlenen amaçlara ulaşabilmesi, doğru ve geçerli sonuçlar verebilmesi adına hiçbir soru atlanmamalı ve düşüncenizi en iyi şekilde yansıtan seçenekler tercih edilmelidir. Değerli katkılarınızdan dolayı çok teşekkür eder, çalışma hayatınızda başarılar dilerim.

Saygılarımla,

Gülşah Koçak

İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Doktora Programı Öğrencisi

**E-Posta:** [gulsahsemail@gmail.com](mailto:gulsahsemail@gmail.com)

Lütfen önce aşağıdaki bölümü doldurunuz:

**Yaşınız:**

21-30 yaş arası     31-40 yaş arası     41-50 yaş arası     51+

**Cinsiyetiniz:**

Kadın     Erkek

**Medeni Durumunuz:**

Evli     Bekar     Boşanmış     Dul

**Çocuk Sayısı:**

0     1     2     3     4+

**Eğitim Durumunuz:**

Lisans     Yüksek Lisans     Doktora

**Toplam Çalışma Süreniz:**

0-5 yıl arası     6-10 yıl arası     11-15 yıl arası     16+

**Çalışmakta Olduğunuz Üniversitedeki Çalışma Süreniz:**

0-5 yıl arası     6-10 yıl arası     11-15 yıl arası     16+

**Çalışmakta Olduğunuz Üniversitenin Tipi:**

Devlet     Vakıf

**Ünvanınız:**

Araştırma Görevlisi     Öğretim Görevlisi     Yardımcı Doçent     Doçent

Profesör

Aşağıda verilen ifadeleri davranışlarınızı düşünerek cevaplayınız. Lütfen verilen ifadeleri dikkatlice okuyunuz ve kendiniz için en uygun gördüğünüz ifadeyi ölçek üzerine X işareti koyarak belirtiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Biraz Katılmıyorum	Kararsızım	Biraz Katılıyorum	Katılıyorum	Tamamıyla Katılıyorum
1.	Genellikle çok fazla gülmem ya da başkalarıyla şakalaşmam.							
2.	Moralim bozuk olduğunda genellikle kendimi mizahla neşelendirebilirim.							
3.	Birisi hata yaptığında çoğunlukla onunla bu konuda dalga geçerim.							
4.	İnsanların benimle dalga geçmelerine ya da bana gülmelerine gereğinden fazla izin veriyorum.							
5.	İnsanları güldürmek için çok fazla uğraşmam - doğuştan esprili bir insan gibiyimdir.							
6.	Tek başıma bile olsam çoğunlukla yaşamın gariplikleriyle eğlenirim.							
7.	İnsanlar asla benim mizah anlayışım yüzünden gücenmez ya da incinmezler.							
8.	Kendimi yermem ailemi ya da arkadaşlarımı güldürüyorsa eğer, çoğunlukla bu işi kendimden geçerek yaparım.							
9.	Başımdan geçen komik şeyleri anlatarak insanları pek güldürmem.							
10.	Üzgün ya da mutsuzsam, kendimi daha iyi hissetmek için genellikle o durumla ilgili gülünç bir şeyler düşünmeye çalışırım.							
11.	Esprî yaparken ya da komik bir şey söylerken genellikle karşımdakilerin bunu nasıl kaldıracağını pek önemsemem.							
12.	Çoğunlukla kendi güçsüzlüklerim, gafırlarım ya da hatalarımla ilgili gülünç şeylerden söz ederek, insanların beni daha çok sevmesini ya da kabul etmesini sağlamaya çalışırım.							
13.	Yakın arkadaşlarımla çok sık şakalaşır ve gülerim.							
14.	Yaşama karşı takındığım mizahi bakış açısı, benim olaylar karşısında aşırı derecede üzülmemi ya da kederlenmemi önler.							
15.	İnsanların, mizahi başkalarını eleştirmek ya da aşağılamak için kullanmalarından hoşlanmam.							
16.	Çoğunlukla kendi kendimi kötüleyen ya da alaya alan espriler yapmam.							
17.	Genellikle fıkra anlatmaktan ve insanları eğlendirmekten hoşlanmam.							
18.	Tek başıyım ve mutsuzsam, kendimi neşelendirecek gülünç şeyler düşünmeye çalışırım.							
19.	Bazen öyle komik şeyler gelir ki aklıma bunlar insanları incitebilecek, yakışık almaz şeyler olsa bile, kendimi tutamam söylerim.							
20.	Espriler yaparken ya da komik olmaya çalışırken çoğunlukla kendimi gereğinden fazla eleştiririm.							
21.	İnsanları güldürmekten hoşlanırım.							
22.	Kederli ya da üzgünsem genellikle mizahi bakış açımı kaybederim.							
23.	Bütün arkadaşlarım bunu yapıyor olsa bile, bir başkasıyla alay edip ona gülerlerken asla onlara eşlik etmem.							
24.	Arkadaşlarımla ya da ailemle birlikteyken çoğunlukla hakkında esprî yapılan ya da dalga geçilen kişi ben olurum.							
25.	Arkadaşlarımla çok sık şakalaşmam.							
26.	Tecrübelerime göre bir durumun eğlendirici yanlarını düşünmek, sorunlarla başa çıkmada çoğunlukla etkili bir yoldur.							
27.	Birinden hoşlanmazsam çoğunlukla onu küçük düşürmek için hakkında esprî yapar ya da alay ederim.							
28.	Sorunlarım varsa ya da üzgünsem, çoğunlukla gerçek duygularımı, en yakın arkadaşlarım bile anlamasın diye, espriler yaparak gizlerim.							
29.	Başkalarıyla birlikteyken genellikle aklıma söyleyecek esprili şeyler gelmez.							
30.	Neşelenmek için başkalarıyla birlikte olmam gerekmez, genellikle tek başımayken bile gülecek şeyler bulabilirim.							
31.	Bir şey bana gerçekten gülünç gelse bile, birini gücendirecekse eğer, buna gülmem ya da bununla ilgili esprî yapmam.							
32.	Başkalarının bana gülmesine izin vermek; benim, ailemi ve arkadaşlarımı neşelendirme tarzımdır.							

Aşağıda verilen ifadeleri çalıştığınız kurumu ve çalışma ortamınızı düşünerek cevaplayınız. Lütfen verilen ifadeleri dikkatlice okuyunuz ve en uygun gördüğünüz ifadeyi ölçek üzerine X işareti koyarak belirtiniz.		Her Zaman	Genellikle	Ara Sıra	Çok Nadir	Hiçbir Zaman
1.	Üniversitemizde takımlar kendilerini işlerine adanlar.					
2.	Üniversitemizde insanlar iş arkadaşlarına güvenemeyeceklerini hissederler.					
3.	Üniversitemizde takımlar içinde iletişim özgür ve açıktır.					
4.	Üniversitemizde çalışanların nereye gittiğimiz ve ne yapmaya çalıştığımız hakkında ortak bir vizyon eksikliği vardır.					
5.	Üniversitemizde insanlar üstlerinin onlardan ne beklediğini görmezden gelirler.					
6.	Üniversitemizde insanlar yaratıcı çalışma yapmak için yöneticileri tarafından teşvik edildiklerini hissetmezler.					
7.	Üniversitemizde insanlar üst yönetimin yaptıkları işle ilgili heyecan ve güven duyduğunu düşünürler.					
8.	Üniversitemizde yöneticiler ekiplerini desteklerler.					
9.	Üniversitemizde insanlar işlerini yapmak için ihtiyaç duydukları bilgiye kolaylıkla erişebilirler.					
10.	Üniversitemizde genelde insanlar iş için ihtiyaç duydukları kaynaklara erişebilirler.					
11.	Üniversitemizde insanların işlerini yapmak için ihtiyaç duydukları kaynakları elde etmeleri zordur.					
12.	Üniversitemizde insanların belirli bir sürede yerine getirmeleri gereken çok fazla işleri vardır.					
13.	Üniversitemizde insanlar kendi işleri üzerinde kontrollerinin olmadığını hissederler.					
14.	Üniversitemizde çalışanlar işlerini nasıl yapacaklarına karar verme özgürlüğüne sahiptirler.					
15.	Üniversitemizde çalışanlar işlerini kendileri belirlerler.					
16.	Üniversitemizde insanlar iş yapış şekilleri hakkında söz sahibi değildirlir.					
17.	Üniversitemizde insanlar başarısızlıkla sonuçlanacak olsa bile risk almaya teşvik edilirler.					
18.	Üniversitemizde genellikle yeni fikirlere direnç gösterilir.					
19.	Üniversitemizde örgütsel değişiklikleri gerçekleştirmek çoğu zaman zordur.					
20.	Üniversitemizde yenilikçilik ödüllendirilir.					
Aşağıda verilen ifadeleri çalıştığınız kurumu ve davranışlarınızı düşünerek cevaplayınız. Lütfen verilen ifadeleri dikkatlice okuyunuz ve en uygun gördüğünüz ifadeyi ölçek üzerine X işareti koyarak belirtiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	Yöneticim işimde yaratıcı olduğumu düşünür.					
2.	İşimi yaparken yeni yaklaşımlar denerim.					
3.	İşim gereği, etkileşim içinde olduğum tüm insanlardan yeni fikirler edinmek için fırsat kollarım.					
4.	İşimde çok yaratıcı olduğuma inanırım.					
5.	İşimde olabildiğim kadar yaratıcı olmaya çalışırım.					
6.	İşimde daha etkin olmama yardımcı olacak kimi yeni beceriler öğrenmek isterim.					
7.	İyi performans gösterdiğim zaman bilirim ki, bu benim kendi başarıma isteğimin bir sonucudur.					
8.	İşyerimde yeni eğilimler oluştuğu zaman, genellikle bunu ilk destekleyenlerden biri olurum.					
9.	İşim benim için o kadar tatmin edici ki, yönetim tarafından sağlanan özel teşviklere karşı kayıtsızım.					

## KAYNAKÇA

- Amabile, T.M. (1983). *The social psychology of creativity*. New York: Springer-Verlag.
- Amabile, T.M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. In B. M. Staw, & L. L. Cummings, (Eds.), *Research in organizational behavior*, 10, 123-167. Greenwich, CT: JAI Press.
- Amabile, T.M. (1996). *Creativity in context*, Boulder: Westview.
- Amabile, T., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., & Herron, M. (1996). Assessing the work environment for creativity. *Academy of Management Journal*, 39 (5), 154-184.
- Anderson J. C., & Gerbing D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103, 411-423.
- Appu, A. V., Sia, S. K., & Sahoo, B. C. (2015). Creativity at workplace: proposing some contributors, *International Journal of Innovative Research and Development*, 4 (5), 177-183.
- Avolio, B.J., Howell, J.M., & Sosik, J.J. (1999). "A funny thing happened on the way to the bottom line: humor as a moderator of leadership style". *Academy of Management Journal*, 42:2, 219-227.
- Baer, J. (1997). *Creative teachers, creative students*, Boston: Allyn & Bacon.
- Bagozzi, R., Yi, Y., & Phillips, L. W. (1991), Assessing construct validity in organizational research, *Administrative science quarterly*, 36, 421-458.
- Balay, R. (2010). Öğretim Elemanlarının Örgütsel Yaratıcılık Algıları, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 43 (1), 41-78.
- Barth, R. S. (1990). *Improving schools from within*, San Francisco: Jossey-Bass

- Bizi, S., Keinan, G., & Beit-Hallahmi, B. (1988). Humor and coping with stress: A test under real-life conditions. *Personality & Individual Differences*, 9 (6), 951-956.
- Blanchard, A., Stewart, O. J., Cann, A., & Follman, L. (2014). Making sense of humor at work. *The Psychologist Manager Journal*, 17 (1), 49-70.
- Collinson, D. (1988). Engineering humour: Masculinity, joking and conflict in shop floor relations. *Organization Studies*, 9 (2), 181-199.
- Cooper, C. D. (2005). Just joking around? Employee humor expression as an ingratiation behavior, *Academy of Management Review*, 30 (4), 765-776.
- Crawford, C.B. (1994). Theory and implications regarding the utilization of strategic humor by leaders. *Journal of Leadership Studies*, 1 (4), 53-67.
- Csikszentmihalyi, M. (1991). Society, culture and person: a systems view of creativity, In R. J. Sternberg (Ed.). *The nature of creativity: Contemporary psychological perspectives*. New York: Cambridge University Press.
- Derks, P., Gardner, J. B., & Agarwal, R. (1998). Recall of innocent and tendentious humorous material. *Humor: International Journal of Humor Research*, 11 (1), 5-19.
- DiLiello, T. C., & Houghton, J. D. (2008). Creative potential and practised creativity: identifying untapped creativity in organizations, *Creativity and Innovation Management*, 17 (1), 37-46.
- Ehrhart, M. G., Schneider, B. J., & Macey, W. H. (2013). *Organizational climate and culture: an introduction to theory, research and practice*. London: Routledge.
- Ekvall, G. (1996). Organizational Climate for Creativity and Innovation, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 5 (1), 105-123.
- Eysenck, H. J. (1972). Foreword, In J. H. Goldstein & P. E. McGhee, (Eds), *The Psychology of Humor*, 13-17. New York: Academic Press.
- Feingold, A., & Mazzella, R. (1993). Preliminary validation of a multidimensional model of wittiness. *Journal of Personality*, 61 (3), 439-456.

- Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions, *American Psychologist*, 56, 218-226.
- Fredrickson, B. L. (2004). The broaden-and-build theory of positive emotions, *Philosophical Transactions of the Royal Society B*, 359, 1367-1377.
- Freud, S. (1928). Humor, *International Journal of Psychoanalysis*, 9, 1-6.
- George, J. M. (2007). Creativity in organizations, In J. P. Walsh & A. P. Brief (Eds.), *Academy of Management annals*, 1, 439-477.
- George, J. M., & Zhou, J. (2001). When openness to experience and conscientiousness are related to creative behavior: an interactional approach, *Journal of Applied Psychology*, 86 (3), 513-524.
- Goodman, J. (1983). How to get more smileage out of your life: making sense of humor, then serving it, In P. H. McGhee & J. H. Goldstein, (Eds), *Handbook of Research in Humor: Vol II. Applied Studies*, 1-21. New York: Springer-Verlag.
- Graham, E. E. (1995). The involvement of sense of humor in the development of social relationships. *Communication Reports*, 8 (2), 158-170.
- Hampes, W. P. (1999). The relationship between humor and trust. *Humor: International Journal of Humor Research*, 12 (3), 253-259.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate analysis*, Englewood: Prentice Hall International.
- Holmes, J. (2007). Making Humour Work: Creativity on the Job, *Applied Linguistics*, 28 (4), 518-537.
- Holmes, J., & Marra, M. (2002). Over the edge? Subversive humor between colleagues and friends. *Humor: International Journal of Humor Research*, 15 (1), 65-88.
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R. (2008). structural equation modelling: guidelines for determining model fit. *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 6 (1), 53-60.

- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1995). Evaluating model fit, In R. H. Hoyle (Ed.), *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications*, 76-99. Thousand Oaks: Sage.
- Hunter, S. T., Bedell, K. E. & Mumford, M. D. (2007). Climate for creativity: A quantitative review. *Creativity Research Journal*, 19 (1), 69-90.
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness, and innovative work behavior. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 287-302.
- Janssen, O. (2005). The joint impact of perceived influence and supervisor supportiveness on employee innovative behaviour, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78, 573-579.
- Kang, J. H., Matusik, J. G., Kim, T. Y., & Phillips, J. M. (2016). Interactive effects of multiple organizational climates on employee innovative behavior in entrepreneurial firms: A cross-level investigation, *Journal of Business Venturing*, 31, 628-642.
- Kant, I. (2007). *Critique of judgement*, New York: Oxford University Press.
- Kanter, R. M. (1988). When a thousand flowers bloom; Structural, collective, and social conditions for innovation in organization. *Research in organizational behavior*, 10, 169-211.
- Kasof, J. (1999). Attribution and creativity, In M. A. Runco & S. R. Pritzker *Encyclopedia of creativity*. New York: Academic Press.
- Kaufman, J. C., & Beghetto, R. A. (2009). Beyond big and little: The four c model of creativity. *Review of General Psychology*, 13 (1), 1-12.
- Kuiper, N. A., Martin, R. A., & Dance, K. (1992). Sense of humor and enhanced quality of life. *Personality and Individual Differences*, 13 (12), 1273-1283.

- Kuiper, N. A., & Nicholl, S. (2004). Thoughts of feeling better? Sense of humor and physical health. *Humor: International Journal of Humor Research*, 17 (1/2), 37-66.
- Kurt, İ. (2012). *The Relationship between organizational climate, individual values & creativity: The mediating role of leadership*. Yayınlanmış doktora tezi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Lang, J. C. & Lee, C.H. (2010). Workplace humor and organizational creativity, *The International Journal of Human Resource Management*, 21, 46-60.
- Lefcourt, H. M., & Martin, R. A. (1986). *Humor and life stress: anecdote to adversity*. New York: Springer.
- Levitt, T. (1963) Creativity is not enough. *Harvard Business Review*, 41, 72-83.
- Llorens-Montes, F. J., Ruiz-Moreno, A., & Molina, L. M. (2004). Assessing the organizational climate and contractual relationship for perceptions of support for innovation, *International Journal of Manpower*, 25 (2), 167-180.
- Lynch, O. (2002). Humorous communication: finding a place for humor in communication research. *Communication Theory*, 12 (4), 423-446.
- MacCallum, R. C., Browne, M. W., & Sugawara, H. M. (1996). Power Analysis and Determination of Sample Size for Covariance Structure Modeling. *Psychological Methods*, 1 (2), 130-149.
- Martin, R. A. (1996). The situational humor response questionnaire (SHRQ) and coping humor scale (CHS): A decade of research findings. *Humor: International Journal of Humor Research*, 9 (3/4), 251-272.
- Martin, R. A. (2007). *The psychology of humor: An integrative approach*, Burlington: Elsevier.
- Martin, R. A., Puhlik-Doris, P., Larsen, G., Gray, J., & Weir, K. (2003). Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being:

- development of the humor styles questionnaire. *Journal of Research in Personality*, 37 (1), 48-75.
- Martineau, W. H. (1972). A model of the social functions of humor, In J. Goldstein & P. McGhee, (Eds), *The Psychology of Humor*, 101-125. New York: Academic Press.
- Menaker, E. (1996). *Separation, will and creativity: The wisdom of Otto Rank*. London: Jason Aronson.
- Mesmer-Magnus, J., Glew, D. J. & Viswesvaran, C. (2012). A meta-analysis of positive humor in the workplace. *Journal of Managerial Psychology*, 27 (2), 155-190.
- Miller, J. (1996). Humor – an empowerment tool for the 1990s, *Empowerment in Organizations*, 4 (2), 16-21.
- Morreall, J. (1991). Humor and work. *Humor: International Journal of Humor Research*, 4 (4), 359-373.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*, New York: McGraw-Hill.
- Nybakk, E., Crespell, P. & Hansen, E. (2011). Climate for Innovation and Innovation Strategy as Drivers for Success in the wood industry: Moderation effects of firm size, industry sector, and country of operation, *Silva Fennica*, 45 (3), 415-430.
- Pundt, A. (2015). The relationship between humorous leadership and innovative behavior, *Journal of Managerial Psychology*, 30 (8), 878-893.
- Ren, F., & Zhang, J. (2015). Job stressors, organizational innovation climate, and employees' innovative behavior, *Creativity Research Journal*, 27 (1), 16-23.
- Rice, G. (2006). Individual values, organizational context and self perceptions of employee creativity: evidence from egyptian organizations, *Journal of Business Research*, 59 (2), 233-241.
- Robert, C., & Yan, W. (2007). The case for developing new research on humor and culture in organizations: toward a higher grade of manure. *Research in Personnel and Human Resource Management*, 26, 205-267.

- Romero, E. J., & Cruthirds, K. W. (2006). The use of humor in the workplace. *Academy of Management Perspectives*, 20 (2), 58-69.
- Runco, M. A. (1998). Review of creative teachers, creative students. *The Journal of Creative Behavior*, 32, 92-95.
- Saleh, S.D., & Wang, C. K. (1993). The management of innovation: strategy, structure and organizational climate, *IEEE Transactions on Engineering Management*, 40, 13-21.
- Sathyanarayana, K. (2007). *The power of humor at the workplace*. New Delhi: Response Books.
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace, *Academy of Management Journal*, 27 (3), 580-607.
- Sherman, L. W. (1988). "Humor and social distance in elementary school children. *Humor: International Journal of Humor Research*, 1 (4), 389-404.
- Slatten, T., Svensson, G. & Svaeri, S. (2011). Empowering leadership and the influence of a humorous work climate on service employees' creativity and innovative behaviour in frontline service jobs, *International Journal of Quality and Service Sciences*, 3 (3), 267-284.
- Spruill, T. E. (1992). Sense of humor as a mediator of the effects of stress on physical health and psychological well-being, *Dissertation Abstracts International*, 53, 65-75.
- Stein, M. I. (1953). Creativity and culture, *The journal of psychology*, 36, 311-322.
- Susa, A.M. (2002). Humor type, organizational climate, and outcomes: the shortest distance between an organization's environment and the bottom line is laughter. *Dissertation Abstracts International*, 63, 6131.
- Svebak, S. (1974). Revised questionnaire on the sense of humor. *Scandinavian Journal of Psychology*, 15, 99-107.

- Svebak, S. (1996). The development of the sense of humor questionnaire: from SHQ to SHQ-6. *Humor: International Journal of Humor Research*, 9 (3/4), 341-361.
- Thorson, J. A., & Powell, F.C. (1993a). Sense of humor and dimensions of personality. *Journal of Clinical Psychology*, 49 (6), 799-809.
- Thorson, J.A., & Powell, F.C. (1993b). Development and validation of a multidimensional sense of humor scale. *Journal of Clinical Psychology*, 49 (1), 13-23.
- Tümekaya, S. (2007). Burnout and humor relationship among university lecturers, *Humor: International Journal of Humor Research*, 20 (1), 73-92.
- Turgut, E. (2013). Sosyal sermaye ve bilgi paylaşımı davranışının yenilikçilik iklimine etkisi. Yayınlanmış doktora tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Van der Vegt, G.S., Van de Vliert, E., & Huang, X. (2005). Location-level links between diversity and innovative climate depend on national power distance. *Academic Management Journal*, 48, 1171-1182.
- Wheaton, B., Muthen, B., Alwin, D. F., & Summers, G. (1977). Assessing reliability and stability in panel models. *Sociological Methodology*, 8 (1), 84-136.
- Wood, R. E., Beckmann, N. & Pavlakis, F. (2007). Humor in organizations: No laughing matter, *Research companion to the dysfunctional workplace: Management challenges and symptoms*, 216-231. Northhampton: Edward Elgar Publishing.
- Woodman, R. W., Sawyer, J. E., & Griffin, R. W. (1993). Toward a theory of organizational creativity. *Academy of Management Review*, 18, 293-321.
- Woodman, R. W. & Schoenfeldt, L. F. (1989). Individual Differences in Creativity. In J. A. Glover, R.R. Ronning, & B. G. Reynolds (Eds.), *Handbook of Creativity. Perspectives on Individual Differences*. Boston: Springer.
- Yerlikaya, E. (2003). *Mizah tarzları ölçeğinin uyarlama çalışması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yu, C., Yu, T.F., & Yu, C.C. (2013). Knowledge sharing, organizational climate, and innovative behavior: a cross-level analysis of effects, *Social Behavior and Personality*, 41 (1), 143-156.

Ziv, A. (1976). Facilitating effects of humor on creativity. *Journal of Educational Psychology*, 68, 318-322.

