



Otantik Liderliğin Bireysel Yaratıcılık Üzerindeki Etkisi: Psikolojik Anlamlılığın Aracılık Rolü ¹

Uthentic Leadership and Individual Creativity: Mediating Role Of Psychological Meaningfulness

Öğr. Gör. Dr. Bilal ERDEM

Selçuk Üniversitesi, Akşehir Meslek Yüksek Okulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Konya/Türkiye

Öğr. Gör. Dr. Celal YILMAZ

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir/Türkiye

Doç.Dr. Durdu Mehmet BİÇKES

Doç. Dr. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Nevşehir/Türkiye



ÖZET

Değişimin belirleyici bir konuma yükseldiği ve inovasyon merkezli bir rekabetin hâkim olduğu günümüz iş dünyasında, yaratıcılık örgütsel varlık ve başarı açısından temel gerekliliklerden birisidir. Yaratıcılık, bireysel ve bağlamsal faktörlerin bir fonksiyonu olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışmada, bireysel yaratıcılık üzerinde etkili olabileceği düşünülen, otantik liderlik ve psikolojik anlamlılık kavramları ele alınmıştır. Otantik liderlik ile bireysel yaratıcılık arasındaki ilişkide psikolojik anlamlılığın aracılık etkisini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada veriler anket tekniği ile toplanmıştır. Anket uygulaması, imalat sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çalışan tam zamanlı 400 işgören ile yüz yüze görüşülerek gerçekleştirilmiştir. Analizler sonucunda, otantik liderliğin, psikolojik anlamlılık ve bireysel yaratıcılık üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca analizler, psikolojik anlamlılığın, otantik liderlik ile bireysel yaratıcılık arasındaki ilişkiye aracılık etmediğini göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Liderlik, otantik liderlik, bireysel yaratıcılık, psikolojik anlamlılık.

ABSTRACT

Creativity is one of the fundamental requirements for organizational existence and success in today's business world where change and innovation-centered competition play a decisive role. Creativity is considered as a function of individual and contextual factors. In this study, the concepts of authentic leadership and psychological meaningfulness are discussed, which are thought to have an effect on individual creativity. This study aims to reveal the mediating effect of psychological meaningfulness in the relationship between authentic leadership and individual creativity. The data were collected by questionnaire technique. The survey was conducted face-to-face with 400 full-time employees working in manufacturing firms. As a result of the analysis, it was found that authentic leadership has a significant and positive effect on psychological meaningfulness and individual creativity. In addition, the results show that psychological meaningfulness does not mediate the relationship between authentic leadership and individual creativity.

Keywords: Leadership, authentic leadership, individual creativity, psychological meaningfulness.

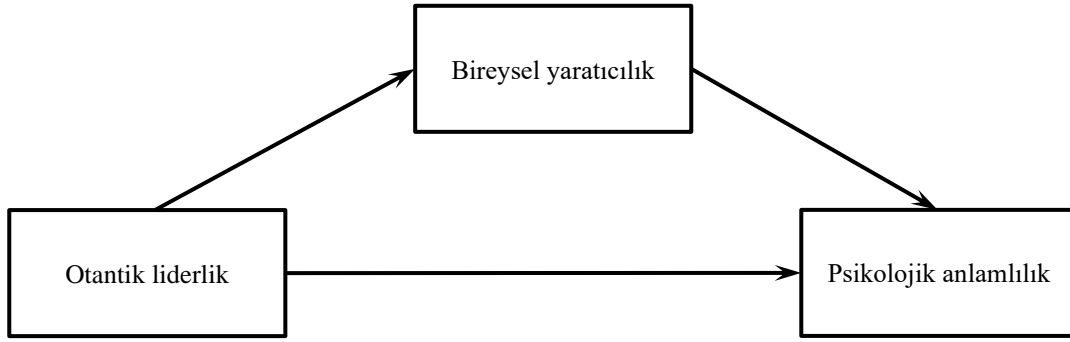
1. GİRİŞ

Günümüzde küresel bir niteliğe bürünen rekabet, varlıklarını sürdürme ve büyüme arayışında olan işletmeleri inovasyon temelli stratejiler geliştirmeye ve uygulamaya itmiştir. İnovasyon kavramı; içsel ve/veya dışsal kaynaklardan elde edilmiş yeni ve kullanışlı fikirlerle başlayan, yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş malların, hizmetlerin, üretim metodlarının, örgütsel yöntemlerin ve pazarlama tekniklerinin geliştirilmesi ve yeni tedarik kaynaklarının bulunması ile devam eden ve tüm bunların ticarileştirilmesine kadar uzanan süreç şeklinde tanımlanmaktadır (Özdevecioğlu ve Bıçkes, 2012: 25). Tanımdan da anlaşılacağı üzere inovasyon bir süreci ihtiva etmektedir. Bu sürecin başlangıcı, yeni ve kullanışlı fikirler olarak ifade edilen yaratıcılıktır. Buradan hareketle,

¹ Bu çalışma 14-15 Aralık 2019 tarihinde İzmir'de gerçekleştirilen Taras Şevçenko 4. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresinde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

işgören yaratıcılığının işletmeler açısından yaşamsal bir öneme sahip olduğu söylenebilir. Bu söylemi doğrular tarzda bileşensel yaratıcılık modeli, çalışanlarının yaratıcılık becerilerini geliştiren, içsel anlamda motive olmuş çalışanlarına gereken destekleri sağlayan ve alana özgü uzmanlıklar oluşturan örgütlerin inovasyon oluşturma olasılıklarının çok daha yüksek olacağını dile getirmektedir (Cocco ve Quttainah, 2015: 83).

Yaratıcılığın çalışma hayatı açısından taşıdığı önem düzeyindeki artışa paralel olarak, bilim dünyasında da kavrama yönelik artan bir ilgi söz konusu olmuştur (Shin ve Zhou, 2003; Sung ve Choi, 2009; Tsai, 2013). Bireysel yaratıcılık üzerinde bireysel, örgütsel, bağlamsal ve çevresel faktörler etkili olabilmektedir. Bu çalışmada, bireysel yaratıcılık üzerinde etkili olabilecek faktörlerden otantik liderlik ve psikolojik anlamlılık konuları ele alınmıştır. Çalışmanın temel amacı, otantik liderlik ile bireysel yaratıcılık arasındaki ilişkide psikolojik anlamlılığın aracılık etkisine sahip olup olmadığını incelemek şeklinde belirlenmiştir. Araştırma modeli Şekil 1’de yer almaktadır. Otantik liderlik, takipçilerin gelişimine vurgu yapan, ilişkilerde şeffaflık, dürüstlük ve güveni temel alan ve değerli hedeflere rehberlik eden bir liderlik tarzı olarak değerlendirilmektedir. Psikolojik anlamlılık ise, işgörenin sahip olduğu değer ve inançlarla yapmakta olduğu işin gerekleri arasındaki algılanan uyum şeklinde ifade edilmektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Çalışma, üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, çalışmanın değişkenleri olan otantik liderlik, psikolojik anlamlılık ve bireysel yaratıcılık kavramları teorik zeminde ele alınmıştır. Yine aynı bölümde, değişkenler arasındaki ilişkiler literatürdeki araştırma bulguları çerçevesinde irdelenmiş ve araştırmanın hipotezleri aktarılmıştır. İkinci bölümde, araştırma metodolojisine yer verilmiştir. Son bölümde ise, araştırma bulgularına değinilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ

2.1. Otantik Liderlik

Literatürde sıklıkla otantik liderlik teorisinin temel ilkesinin “liderin karar ve eylemlerinde kendi olması” olduğu vurgulanmaktadır. Clapp-Smith, Vogelgesang ve Avey (2009: 228), gerçek anlamda otantik olabilmek için liderin takipçileriyle olan ilişkilerinde de özgün olması gerektiğini belirtmektedirler. Luthans ve Avolio (2003), otantik liderin özgünlüğünün kısmen olumlu psikolojik kapasitesinden (psikolojik sermaye) kaynaklandığını, Gardner, Avolio, Luthans, May ve Walumbwa (2005) ise özgünlük üzerinde takipçilerle kurulan güven temelli otantik ilişkilerin de etkili olduğunu belirtmektedirler. Otantiklikleri yani özgünlükleri, yaşam deneyimleri ve psikolojik kapasitelerine (umut, iyimserlik, esneklik ve öz yeterlilik gibi) dayanan otantik liderler, ahlaki bir bakış açısı ve daha fazla öz farkındalık ve öz düzenlemeli olumlu davranışlar üretmek için destekleyici bir örgüt iklimi yaratma çabasındadırlar. Bu çaba, hem kendilerinin ve takipçilerin özgünlüklerinin ortaya çıkmasını ve gelişmesini teşvik edecek, hem de bireysel ve örgütsel çıktılarda olumlu yansımalar doğuracaktır (Wong ve Laschinger, 2013: 948).

Otantik lider, kendisinin ve takipçilerinin değerleri ve ahlaki perspektifleri, bilgileri ve güçlü yönlerinin farkında olan, nasıl düşündüklerini ve davrandıklarını çok iyi bilen, faaliyet gösterdikleri bağlamın farkında olan ve kendine güvenen, umutlu, iyimser, esnek ve ahlaki niteliği yüksek olan bir liderdir (Avolio ve Gardner, 2005: 321). Olumlu psikolojik kapasitelerden ve oldukça gelişmiş bir örgütsel çerçeveden doğan otantik liderlik, liderin ve takipçilerin daha yüksek düzeyde öz farkındalık elde etmeleri ve öz düzenlemeli olumlu davranışlar sergilemeleri sonucunu doğurur, ayrıca öz gelişmeyi teşvik eder (Walumbwa, Avolio, Gardner, Wernsing ve Peterson, 2008: 92). Kernis (2003: 13), otantik liderliğin öz farkındalık, önyargısız değerlendirme, eylem ve ilişkisellik şeklinde sıralanan dört bileşene sahip olduğunu belirtmektedir. Öz farkındalık; bireyin pozitif ve negatif yönlerinin, karakter özelliklerinin ve duygularının farkında olmasını ifade eder. Ayrıca öz farkındalık, bireyin arzularının, duygularının, güdülerinin kısaca kendi varlığının bilinci ve güveni içerisinde olması anlamını da taşır. Önyargısız değerlendirme; inkâr etmek, çarpıtmak, abartmak ya da özel bilgiyi, iç değerlendirmeler ve dış kaynaklı değerlendirici bilgiyi yok saymayı değil, bunun tersine nesnellik ve kişinin kendisinin olumlu ve olumsuz yönlerini kabul etmesini içermektedir. Yani, bireyin kendini bütün yönleriyle kabul etmesidir. Eylem boyutu; bireyin davranışlarında değerlerine ve özüne ne derecede uygun hareket ettiği ile ilgilidir. Bazen ihtiyaçlar ve öz değerler toplum çıkarları ile örtüşmeyebilir. Bu durumda otantiklik, bireyin ihtiyaç ve güdeleri ile ilgili bilgilerin tarafsız değerlendirilmesinin bilincini yansıtmalıdır. İlişkisellik; bireyin yakın ilişkilerinde doğruluk, dürüstlük ve şeffaflığı temel ilke olarak benimsemesini ve buna değer vermesini içermektedir. Bu amaçla otantik ilişkiler bireyin kendini açmasının seçici bir sürecini ve karşılıklı samimiyet ve güven gelişimini içerir. Ampirik ve teorik kanıtlar, otantik liderliğin sıralanan bu dört boyut arasındaki ilişkilerden doğabileceğini göstermektedir (Ribeiro, Gomes ve Kurian, 2018: 215).

2.2. Psikolojik Anlamlılık

İnsanoğlunun temel kaygısı, zevk almak ya da acıyı önlemek değil hayatını bir anlama ithaf etmektir (Frankl, 2017: 112). Bireyin varlığının özünü oluşturan anlam arayışında (Dyson vd., 1997: 1185) iş merkezi bir konuma sahiptir (Michaelson vd., 2014: 77). Çoğu insan, yaptıkları işlerin ve edindikleri kariyerlerin kendilerine gelir sağlamaktan ve zamanlarını almaktan daha ziyade bir amaca hizmet etmesini ve anlam taşımasını istemektedir (Steger vd., 2012: 322). Bu arayışın bir sonucu olarak, örgütsel davranışta işi anlamlı bulma kavramı ortaya çıkmıştır.

Çalışanlar açısından anlamlılık algısı, örgüt içinde sergilemiş oldukları çabaların bir amaca yöneldiğini ve büyük bir toplumsal faydaya katkı sağladığını gördüklerinde ortaya çıkmaktadır (Demirtaş vd., 2017: 185). Kahn (1990: 694) psikolojik anlamlılığını, bireyin işine yönelik olarak algıladığı fiziksel, bilişsel ve duygusal his olarak tanımlamaktadır. Steger ve diğerleri (2012: 324-325), işi anlamlı bulmayı temel ilkelerini dikkate alarak üç yönden oluşan bir olgu olarak kavramsallaştırmışlardır. Yönlerden birincisi, işteki pozitif anlamdır. Bu anlam, öznel değerlendirmelerden oluşur ve bireyin işini anlamlı ve önemli olarak görmesini ifade eder. İkinci yön, iş aracılığıyla anlam üretmedir. Birey açısından iş, bir bütün olarak hayatta önemli bir anlam kaynağıdır. İşin anlamsız olması durumunda, hayatın anlamlı görülmesi pek mümkün olmamaktadır. Bu yön, işin bireysel gelişmeye katkı sağlama ve kişinin dünyayı anlamasına yardım etme derecesi olarak açıklanmaktadır. Üçüncü yön, çoğunluğun iyiliği için motivasyondur. Bu yön, bir işin başkaları üzerinde ne denli geniş ve olumlu etkisi varsa o denli anlamlı olduğu fikrine dayanır. Bu açıklamalardan hareketle işi anlamlı bulma, çalışanın yapmakta olduğu işi yukarıda sıralanan yönler açısından anlamlı, değerli ve faydalı olarak deneyimleme derecesi olarak tanımlanabilir (Geldenhuis vd., 2014: 3).

Michaelson ve diğerleri (2014: 81), işi anlamlı kılan faktörlerin neler olduğu konusunda evrensel ölçekte geçerli olan bir bakış açısının ortaya konamayacağını belirtmişlerdir. Çünkü, anlam algılamaları çalışanların iş deneyimlerini ve etkileşimlerini sübjektif olarak yorumlamalarına bağlı bir durumdur (Rosso vd., 2010: 94). Yani, birisi için anlamlı olan bir deneyim bir başkası için anlamlı olmayabilecektir (Cheney vd., 2008: 145). Ayrıca, işi anlamlı bulma, değişken olan

(Rohtlauf, 2015: 29) kültürel varsayımlardan (Dempsey ve Sanders, 2010: 439) ve diğer çevresel faktörlerden de etkilenen bir durumdur. Buna rağmen, işi anlamlı kılan faktörlerin neler olduğuna dair çalışmalar yapılmıştır. Rosso ve diğerleri (2010), işi anlamlı bulmanın, benlik, bireyin etkileşim halinde bulunduğu birey ve gruplar, iş bağlamı ve ruhsal-manevi hayat şeklinde sıralanan dört faktör tarafından şekillendiğini belirtmişlerdir.

Liderler, işi anlamlı kılmada önemli roller oynamaktadırlar. Liderler, örgütün kimliğini, hedeflerini, amaçlarını ve çalışanlarına yönelik misyonunu şekillendirirler. Liderlerin bu işlevi, çalışanların işe yönelik anlamlılık algıları üzerinde etkili olacaktır. Ayrıca liderlerin çeşitli olaylara ve durumlara verdiği tepkiler ve bunlarla ilgili iletişim ve yorumlama sembolleri, çalışanların işlerine dönük anlam algılamalarını şekillendirecektir (Sağnak ve Kuruöz, 2017: 449). Otantik liderlik, pozitif modelleme yoluyla takipçilerine ilham vermekte ve onlar arasında öz farkındalığı ve öz düzenlemeyi teşvik ederek işe yönelik anlamlılığın artmasına katkı sağlamaktadırlar. Daha yüksek öz farkındalık, bireylerde, bakış açısı oluşturma becerisini geliştirir ve iç gözlem ve öz yansıtma yoluyla çevrelerini anlamlandırmalarına yardımcı olur. Otantik liderler, görevleri, çabaları ve hedefleri takipçilerin değer ve inançları ile ilişkilendirerek işin anlamlılığını artırırlar (Chaudhary ve Panda, 2018: 2074). Yapılan çalışmalar, otantik liderliğin anlamlılık üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Sağnak ve Kuruöz, 2017; Chaudhary ve Panda, 2018). Bu çerçevede, otantik liderlik ile psikolojik anlamlılık arasındaki hipotez aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

Hipotez 1: Otantik liderlik, psikolojik anlamlılık üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkiye sahiptir.

2.3. Bireysel Yaratıcılık

Yaratıcılık, örgütsel zorlukları çözen ya da örgütsel işleyişi daha ileri boyutlara taşıyan yeni ve faydalı fikirlerin geliştirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Xu, Zhao, Li ve Lin, 2017: 484). Aynı bakış açısıyla kavram Müceldili, Turan ve Erdil (2013: 676) tarafından; ürünlere, hizmetlere, süreçlere, yönetim uygulamalarına, iş modellerine ve rekabetçi stratejilere ilişkin yeni ve faydalı fikirlerin üretilmesi şeklinde tanımlanmıştır. Bireysel yaratıcılık üzerinde, bilgi birikimi, kişilik özellikleri, bilişsel yetenek, bilişsel stil, motivasyon, çevre ve bağlamsal faktörler gibi bir dizi unsur belirleyici olmaktadır (Tsai, 2013: 2). Yaratıcı performansın amacı sorunları çözmek, yeni ürün ve hizmetleri ortaya koymak, iş fırsatlarından yararlanmak ve organizasyon etkinliğini arttırmaktır (Rego, Sousa, Marques ve Cunha, 2012: 429). Örgütler, hayatta kalmak ve gelişmek için çalışanlarının yaratıcı potansiyellerinden tam olarak yararlanmak durumundadırlar. Bu sayede örgütler inovasyon, değişim, öğrenme, performans ve rekabet edebilirliği sürdürülebilir kılacaklardır.

Bireysel yaratıcılık, bireysel ve sosyal/baglamsal faktörlerin bir fonksiyonudur. En alakalı bağlamsal faktörlerden biri liderliktir (Rego, Sousa, Marques ve Cunha, 2012: 429). Liderler, yaratıcılığı bir iş gereksinimi haline getirerek, yaratıcı hedef ilerlemesine ilişkin geri bildirim vererek, çalışanları yaratıcı sonuçlar elde ettiklerinde ödüllendirerek bireysel yaratıcılığı destekleyebilirler. Çalışanlar motive edildiklerinde yüksek düzeyde yaratıcılık gösterirler (Müceldili, Turan ve Erdil, 2013: 674). Çalışanların kendi kaderlerini tayin etme ihtiyacını tatmin eden otantik liderlik, yaratıcılığın temel öncülü olarak tanımlanan içsel motivasyonu artırır. Kendinden motive olmuş çalışanların bilişsel esneklikleri, öğrenme yönelimleri, kararlılıkları ve risk alma istekleri nedeniyle daha yaratıcı olmaları muhtemeldir (Chaudhary ve Panda, 2018: 2073). Otantik liderlik ile yaratıcılık arasında teorik zeminde dile getirilen bu ilişki çok sayıda uygulamalı araştırma bulgusuyla da desteklenmiştir (Rego, Sousa, Marques ve Cunha, 2012; Çerne, Jaklič ve Škerlavaj, 2013; Xu, Zhao, Li ve Lin, 2017; Chaudhary ve Panda, 2018). Aktarılan bilgiler ışığında çalışmanın ikinci hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

Hipotez 2: Otantik liderlik, bireysel yaratıcılık üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkiye sahiptir.

2.4. Psikolojik Anlamlılık ve Bireysel Yaratıcılık İlişkisi

İlgili literatür, olumlu deneyimler yaşayan bireylerin, yaratıcılıkta dahil bir takım olumlu davranışlar sergileme olasılıklarının artacağını belirtmektedir. Bu bakış açısından hareketle, işine dönük psikolojik anlamlılık algısı yüksek olan çalışanların, yaratıcı davranışlarda bulunma, yaratıcı fikirler üretme ve sorunları yaratıcı bir şekilde çözme konusunda kendilerini yetkin hissetme düzeylerinin yükseleceği söylenebilir (Cohen-Meitar, Carmeli ve Waldman, 2009: 365). Hodson (2002: 293), işlerine karşı psikolojik anlamlılık hisseden çalışanların, karşılaştıkları sorunları önemli olarak göreceklərini ve çözümü için daha fazla çaba harcayacaklarını belirtmektedir. Amabile ve Pratt (2016: 170), kapsayıcı bir yaklaşımla psikolojik anlamlılık ile yaratıcılık arasındaki ilişkiyi dört başlık altında sıralanmaktadır. Bunlardan ilki, yaratıcılık sürecinin sürdürülmesinde psikolojik anlamlılığın içsel motivasyon üzerindeki etkisidir. İkincisi, psikolojik anlamlılığın ilerleme döngüsünün sürdürülmesi ve geliştirilmesindeki rolüdür. Üçüncüsü, psikolojik anlamlılığın, liderlerin yaratıcılık süreci ve inovasyon hakkındaki söylem ve eylemleri arasındaki ilişkide üstlendiği aracılık rolüdür. İlişkilerden dördüncüsü ise, liderlerin inovasyonla ilgili açıklamalarının ve eylemlerinin ve ilerleme döngülerinin etkilerini açıklamada psikolojik anlamlılığın üstlendiği kritik roldür. Psikolojik anlamlılık ile bireysel yaratıcılık arasında dile getirilen teorik ilişki, uygulamalı araştırma bulgularıyla da desteklenmektedir. Gerçekleştirilen uygulamalı çalışmalar, psikolojik anlamlılığın bireysel yaratıcılık üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Lehnert, Till ve Ospina, 2014; Chaudhary ve Panda, 2018). Yapılan açıklamalar ışığında, psikolojik anlamlılık ile bireysel yaratıcılık arasındaki hipotez aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

Hipotez 3: Psikolojik anlamlılık, bireysel yaratıcılık üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkiye sahiptir.

2.5. Psikolojik Anlamlılığın Aracılık Rolü

Çalışanlar çabalarının bir amaca yöneldiğini ve büyük bir toplumsal faydaya katkı sağladığını gördüklerinde işlerine karşı anlamlılık algısı geliştirmektedirler (Demirtaş vd., 2017: 185). Çalışanın işe bağlılık ve motivasyon düzeyini artırmada kullanılabilecek etkin bir araç olan işi anlamlı bulma (Lips-Wiersma ve Morris, 2009: 492), stres altında çalışanın görevini başarılı şekilde yerine getirmesine yardımcı olmaktadır. Hatta Fouché ve diğerleri (2017: 2), işi anlamlı bulmanın çalışanların olumlu etkilenmek için istekli olmamaları durumunda bile, onların motivasyon, iyi oluş, gelişim ve işle bütünleşme düzeylerini destekleyeceğini belirtmektedirler. Buradan hareketle, işlerine dönük psikolojik anlamlılık algısına sahip olan çalışanların bireysel yaratıcılık yeteneklerinin de gelişeceği söylenebilir. Konu özelinde yapılan uygulamalı çalışma bulguları, anlamlılık ile bireysel yaratıcılık arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır (Cohen-Meitar, Carmeli ve Waldman, 2009; Lehnert, Till ve Ospina, 2014; Chaudhary ve Panda, 2018).

Aktarılan teorik bilgiler ve araştırma bulguları, otantik liderlik ile yaratıcılık arasındaki ilişkide psikolojik anlamlılığın aracılık etkisine sahip olabileceğini göstermektedir. Bu ifadeyi doğrular tarzda Humphrey ve diğerleri (2007: 1334), anlamlılığın görev, iş, sosyal ve örgütsel çevre özellikleri ile bireysel çıktılar arasında önemli bir arabulucu olduğunu belirtmişlerdir. Kahn (1990: 703) ise, anlamlılık, rahatlık-güvenlik (safety) ve işe yararlılık (availability) gibi pozitif psikolojik koşullar altında çalışanların işlerini ilgi çekici olarak algılama düzeylerinin artacağını dile getirmiştir. Yapılan çok sayıda uygulamalı çalışma bulgusu işi anlamlı bulmanın, çeşitli örgütsel değişkenlerle bireysel çıktılar arasında aracılık etkisine sahip olduğunu göstermektedir (Arnold vd., 2007; Nielsen vd., 2008; Nielsen ve Daniels, 2012; Ghadi ve diğerleri, 2013). Aktarılan teorik bilgiler ve araştırma bulguları ışığında, araştırmanın son hipotezi aşağıdaki gibi geliştirilmiştir:

Hipotez 4: Otantik liderlik ile yaratıcılık arasındaki ilişkide psikolojik anlamlılık aracılık etkisine sahiptir.

3. YÖNTEM

3.1. Evren ve örneklem

Araştırmanın evrenini Konya ilinde faaliyet göstermekte olan imalat işletmelerinde görev yapan tam zamanlı işgörenler oluşturmaktadır. İmalat işletmelerinde çalışan işgörenlerin bir listesini elde etmek mümkün olmadığından dolayı, örneklem büyüklüğü belirlenememiştir. Bazı çalışmalarda örneklem büyüklüğünün ölçeklerde bulunan ifade sayısının en az beş katı olması gerektiği ve ölçeklerdeki ifadelerin 10 katı kadar bir örneklem büyüklüğüne ulaşmanın daha kabul edilebilir olduğu belirtilmektedir (Byrne, 2010, s. 105; Hair vd., 2013, s. 100). Bu çalışmada kullanılan soru formunda toplam 36 ifade olması sebebiyle 360 katılımcıdan daha fazla katılımcıya ulaşılması kararlaştırılmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi (Kitchenham ve Pflieger, 2002) takip edilmiş ve nihayetinde istatistiksel olarak kullanılabilir durumda 400 anket elde edilmiştir.

Ankete cevap veren katılımcıların, %28,4'ü gıda ve içecek, %25,6'sı ağaç ve ağaç ürünleri, %18,3'ü deri, tekstil ve giyim, %14,1'i kauçuk ve plastik, %8,1'i kağıt ve kağıt ürünleri ve %5,5'i ise diğer imalat işletmelerinde çalışan işgörenlerden oluşmaktadır. Cevaplayıcıların büyük bir çoğunluğunu erkekler (%82,4) ve yarıdan fazlasını evli bireyler (%63,9) oluşturmaktadır. Katılımcıların %30,0'ı 25 yaş ve aşağısı, %24,7'si 26-35 yaş, %25,8'i 36-45 yaş ve %19,5'i ise 46 ve üzeri yaş grubunda yer almaktadır. Eğitim düzeyi açısından bakıldığında, katılımcıların %64,5'inin ilköğretim ve lise, %32,3'ünün önlisans ve lisans ve %3,2'sinin ise lisansüstü eğitime sahip oldukları görülmektedir. Cevaplayıcıların mesleki deneyim sürelerine bakıldığında en büyük orana %64,4'lük dilimle 10 yıl ve daha az mesleki deneyime sahip işgörenler oluşturmaktadır.

3.2. Ölçekler

Araştırmada, 5 noktalı likert tipi ölçek kullanılmıştır. Katılımcılardan, bireysel yaratıcılık ölçeğindeki ifadelerle katılım düzeylerini (1) kesinlikle katılmıyorum, (2) katılmıyorum, (3) ne katılıyorum ne katılmıyorum, (4) katılıyorum ve (5) kesinlikle katılıyorum şeklindeki ölçek üzerinde belirtmeleri istenmiştir. Otantik liderlik ve psikolojik anlamlılık ölçeklerindeki ifadelerle dair görüşlerini belirtmeleri amacıyla da (1) hiçbir zaman, (2) çok seyrek, (3) ara sıra, (4) sık sık ve (5) her zaman seçeneklerinden yararlanılmıştır.

3.2.1. Otantik liderlik: Katılımcıların liderlik algılarını belirlemek için Walumbwa ve diğerleri (2008) tarafından geliştirilen "otantik liderlik" ölçeğinden yararlanılmıştır. Bu ölçek, öz farkındalık, önyargısız değerlendirme, içselleştirilmiş ahlak anlayışı ve ilişkilerde şeffaflık olmak üzere dört boyut ve on altı ifadeden oluşmaktadır.

3.2.2. Psikolojik anlamlılık: Katılımcıların psikolojik anlamlılık düzeylerini belirlemek için May, Gilson ve Harter'in (2004) çalışmalarında kullandıkları "psikolojik anlamlılık" ölçeğinden yararlanılmıştır. İlgili ölçekte altı ifade bulunmakta ve ölçek tek boyuttan oluşmaktadır.

3.2.3. Bireysel yaratıcılık: Katılımcıların yaratıcılık düzeylerini tespit etmek için Zhou ve George'un (2001) geliştirdikleri on üç ifadeli "bireysel yaratıcılık" ölçeği kullanılmıştır.

3.3. Veri analizi

Bu çalışmada yapısal eşitlik modeli (YEM) kullanılmıştır. Geliştirilen hipotezler test edilmeden önce Mahalanobis uzaklık testi ile verilerdeki uç değerler tespit edilmiştir. Bir denegin uç değer kabul edilebilmesi için bir takım oranlar önerilmektedir. Bu doğrultuda küçük örneklem için (100'den az) Mahalanobis uzaklık oranının 2.5'ten küçük olması, büyük örneklemde ise 3 veya 4'ten küçük olması gerekmektedir. Örneklem büyüklüğüne göre bu oranların üzerinde orana sahip olan denekler uç değer olarak kabul edilir ve analizlerden çıkarılabilir (Hair vd., 2013: 65). Bu çalışmada oranı 4'ten büyük bir uç değere rastlanmamıştır (Mahalanobis D (35) > 125.370; p<.01). Mahalanobis uzaklık testinden sonra çarpıklık ve basıklık (skewness and kurtosis) testi yapılmıştır (Schumacker ve Lomax, 2016, s. 35). Bu teste göre, verilerin çarpıklık değerlerinin -.929 ve -.324

aralığında, basıklık değerlerinin ise -1.144 ve +1.396 değerleri aralığında olduğu ve verilerin normal dağıldığı tespit edilmiştir (Kline, 2011: 160). Sonrasında yapısal eşitlik modeli kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. DFA sonuçları dikkate alınarak faktör yükü 0.50'nin altında kalan altı ifade yaratıcılık ölçeğinden çıkarılmıştır (Hair vd., 2013, s. 103). Bu altı ifade analizlerden çıkarıldıktan sonra verilerde uç değere sahip deneklerin olup olmadığı tekrar kontrol edilmiş ve uç değer oranına sahip bir deneye rastlanmamıştır (Mahalanobis D (29) > 111.248; $p < .01$). Verilerin çok değişkenli normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için çarpıklık ve basıklık testi yinelenmiş ve verilerin yine normal dağıldığı gözlemlenmiştir. Çalışmanın değişkenleri arasındaki ilişkiyi tespit etmek için ölçüm modeli ve yapısal model olmak üzere iki aşamalı yaklaşım uygulanmıştır (Anderson ve Gerbing, 1988). Aracılık testi için ise önyükleme güven aralıkları yöntemi kullanılmıştır (Hayes, 2013).

4. BULGULAR

4.1. Ölçüm modeli

YEM'de gizil değişkenlerin boyut sayısı ve yapısı, gözlenen değişkenlerin ise tekil ve kolektif performansını belirlemek için doğrulayıcı faktör analizleri (DFA) yapılmıştır (Bowen ve Guo, 2011: 9-10). DFA'da birden fazla gizil değişkenlerin bulunduğu ölçekler için modellerin; Akaike Bilgi Kriteri (*Akaike information criterion-AIC*) ve İstikrarlı Akaike Bilgi Kriteri (*Consistent Akaike information criterion-CAIC*) değerleri dikkate alınarak her bir modelin birinci ve ikinci düzey DFA değerleri kıyaslanmaktadır. Bu doğrultuda birden fazla gizil değişkene sahip modellerin daha küçük AIC ve CAIC değerlerine sahip olan modelin tercih edilmesi önerilmektedir (Schumacker ve Lomax, 2010: 90; Byrne, 2010: 82). Bu öneri doğrultusunda, öncelikle dört boyuttan oluşan otantik liderlik ölçeğinin hem birinci düzey hem de ikinci düzey DFA analizleri yapılmış ve ölçeğin AIC ve CAIC değerleri dikkate alınarak her iki düzeyin değerleri kıyaslanmıştır. Otantik liderlik ölçeğinin birinci düzey sonuçları; $\chi^2(156.426)/sd(98)=1.596$; AIC=232.426; CAIC=422.102 şeklinde iken, ikinci düzey sonuçlarının; $\chi^2(156.514)/sd(100)=1.565$; AIC=228.514; CAIC=408.207 şeklinde olduğu görülmüştür. Bu değerlere bakıldığında, otantik liderlik ölçeğinin ikinci düzey DFA değerlerinin birinci düzey DFA değerlerinden daha küçük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla hem otantik liderlik ölçeğinin ikinci düzey DFA sonuçlarının daha iyi olması, hem de araştırmanın amacı doğrultusunda otantik liderlik ölçeği ölçüm modelinde ikinci düzeyde ele alınmıştır. Araştırmada kullanılan, psikolojik anlamlılık ve bireysel yaratıcılık ölçekleri tek boyutludur ve tabii olarak ölçüm modelinde birinci düzeyde yer almışlardır. YEM'in ilk adımı ölçüm modeli olduğu için öncelikle ölçüm modeli analize tabii tutulmuş (Anderson ve Gerbing, 1988) ve modelinin iyi uyum değerleri ve yapı geçerliği (ayrıt edici ve yakınsak geçerlikler) kontrol edilmiştir (Hair vd., 2013: 605). Tablo 1'de her bir gözlenen değişkenin faktör yükü ve her bir gizil değişkenin yapı güvenirliliği, açıklanan varyansı ve gizil değişkenler arasındaki korelasyonlar gösterilmiştir.

Tablo 1. Ölçüm modeli

Boyut	İfadeler	F.Yükü	t	YG	OAV		Korelasyon	
Otantik liderlik (OL)				.826	.544	P	.372 ^a	.138 ^b
						A	***	
						Y	.456 ^a	.208 ^b

İlişkilerde şeffaflık	Ne demek istiyorsa onu açıkça söyler.	.742	15.228					
	Hata yaptığında kabul eder.	.774	16.014					
	Herkesin düşündüklerini söylemesini teşvik eder.	.806	16.773					
	İnsanlara acı gerçekleri söyler.	.815	16.984					
	Açığa vurduğu duyguları hissettikleriyle tam olarak ayındır.	.778	Fix.					
İçselleştirilmiş ahlak anlayışı	Liderimin inandıklarıyla yaptıkları aynıdır.	.759	14.911					
	Kararlarını değer yargılarına göre verir.	.863	16.929					
	İnsanların kendi değer yargılarının arkasında durmasını ister.	.830	16.343					
	Ahlaki boyutu yüksek standartlara dayalı zor kararlar verir.	.747	Fix.					

Bilgiyi dengeli değerlendirmeye	Derinden inandıklarına ters olan görüşlerin belirtilmesini ısrarla ister.	.845	15.142					
	Karar vermeden önce ilgili bilgiyi enine boyuna inceler.	.800	14.648					
	Sonuca varmadan önce değişik görüşleri dikkatle dinler.	.731	Fix.					
Öz farkındalık	Başkalarıyla etkileşimi/iletişimi geliştirmek için geri besleme arayışı içinde olur.	.793	15.872					
	Yeteneklerinin başkaları tarafından nasıl değerlendirildiğini bilir.	.774	15.463					
	Önemli konulardaki tavrını ne zaman yeniden değerlendirmesi gerektiğini bilir.	.849	16.993					
	Özel/Şahsi durumlarının insanları nasıl etkilediğini anlar ve bunu onlara belli eder.	.760	Fix.					
Psikolojik Anlamlılık (PA)				.896	.589	Y	.229 ^a ***	.052 ^b
	Bu işte yaptıklarım benim için çok önemlidir.	.730	Fix.					
	İşime dönük olarak gerçekleştirdiğim aktiviteler benim için anlamlıdır.	.804	15.514					
	Bu işte yaptıklarım değerlidir.	.753	14.523					
	İşime dönük olarak gerçekleştirdiğim aktiviteler benim için önemlidir.	.806	15.536					
	Bu işte yaptıklarım benim için anlamlıdır.	.779	15.013					
	İşimde yaptıklarım sayesinde işimin değerli olduğunu hissediyorum.	.731	14.081					
Yaratıcılık (Y)				.941	.700			
	İşimde orijinallik gösteririm.	.892	Fix.					
	Mevcut yöntem ve araçlar için yeni kullanım alanları bulurum.	.891	26.902					
	Yeni ürün ya da süreçler için uygun alanlar araştırırım	.910	28.299					
	İşe ilişkin yeni ve uygulanabilir fikirler üretirim.	.807	21.842					
	Yaratıcılık için iyi bir örnek oluştururum.	.863	25.023					
	Hedeflere ulaşmada yeni yollar öneririm.	.898	27.384					
	Performansı iyileştirmek için yeni ve uygulanabilir fikirler üretirim.	.527	11.544					

Uyum iyiliği istatistiği: $X^2(655.319) / sd (370) = 1.771$; CFI=.96; SRMR=.049; GFI=.90; RMSEA=.044

Fix: İfade 1'e sabitlenmiştir. ^a Gizil değişkenler arasındaki korelasyon; ^b Gizil değişkenler arasındaki korelasyonun karesi. Bütün korelasyonlar $p < .001$ düzeyinde anlamlıdır. YG: Yapı güvenilirliği; OAV: Ortalama açıklanan varyans.

Byrne (2016: 127-128) ve Kline (2016: 269) minimum rapor edilmesi gereken iyi uyum değerleri olarak X^2/sd , CFI, SRMR, GFI, RMSEA iyi uyum indekslerini önermektedirler. Tablo 1 incelendiğinde ölçüm modelinin iyi uyum değerlerinin ($X^2(655.319) / sd (370) = 1.771$; CFI=.96; SRMR=.049; GFI=.90; RMSEA=.044) kabul edilebilir sınırlar içerisinde olduğu görülmektedir (Schermele-Engel vd., 2003). İyi uyum indekslerinin incelenmesinden sonra ölçüm modelinin yapı geçerliliği için yakınsak ve ayırt edici geçerlilikler kontrol edilmiştir. Yakınsak geçerliliğin sağlandığının belirlenmesi için her bir gözlenen değişkenin faktör yük değerleri ve her bir gizil değişkenin ortalama açıklanan varyans (OAV) değerleri incelenmiştir. Buna göre ölçüm modelindeki tüm gözlenen değişkenlerin faktör yüklerinin ve her bir gizil değişkenin OAV değerlerinin 0.50'nin üzerinde olduğu saptanmıştır. Ayrıca yapı güvenilirliği (YG) değerlerinin de 0.70'in üzerinde olduğu Tablo 1'de görülmektedir. Yapı geçerliliği açısından bu sonuçlar ölçüm modelinin yakınsak geçerliliği kriterlerini yerine getirdiğini göstermektedir (Diamantopoulos ve Siguaw, 2000: 90; Hair vd., 2013). Yapı geçerliliğinin bir diğer kriteri ise ayırt edici geçerliliklerdir. Ayırt edici geçerlilik gizil değişkenler arasındaki korelasyon oranlarına dayanır. Bu doğrultuda her bir gizil değişkenin OAV değerinin, diğer bir gizil değişkenle olan korelasyonun karesinden daha yüksek olduğu Tablo 1'de görülmektedir (Fornell ve Larcker 1981: 46; Hair vd., 2013: 605). Bu tespitlere dayanarak ölçüm modelinin ayırt edici geçerliliğinin de sağlandığı anlaşılmaktadır.

4.2. Yapısal model

Çalışmanın amacı doğrultusunda geliştirilen modelin ve hipotezlerin test edilmesi için YEM uygulanmıştır. YEM sonucunda yapısal modelin iyi uyum indekslerine ait değerlerin kabul edilebilir düzeylerde olduğu görülmektedir ($X^2/sd=1.771$; $CFI=.96$; $SRMR=.049$; $GFI=.90$; $RMSEA=.044$). Yapısal modelin YEM sonuçları Şekil 2’de özetlenmiş ve Tablo 2’de detaylı bir şekilde sunulmuştur.

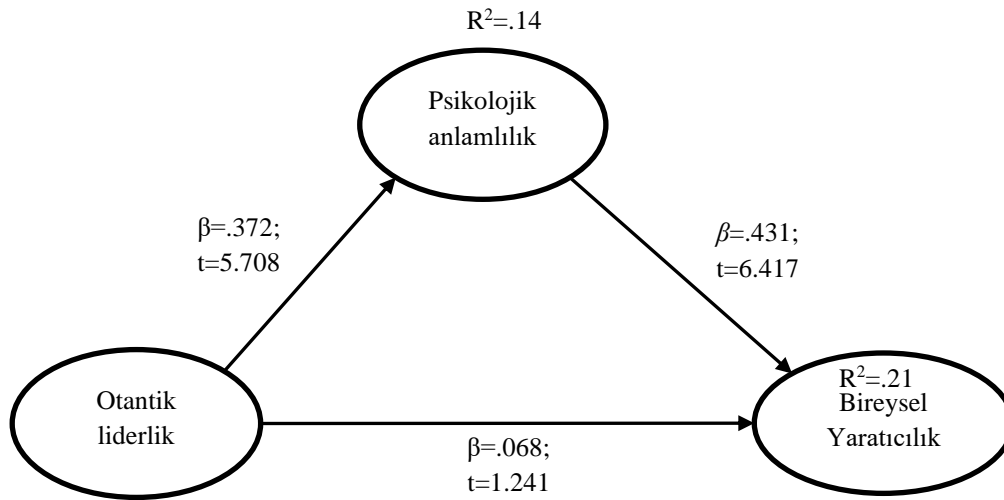
Tablo 1. Yapısal model sonuçları

Hipotezler	İlişkiler	Std. Faktör Yüğü (β)	t değerleri	P	R2	Sonuç
H1	OL→Y	.431	6.417	.000	.14	Kabul
H2	OL→PA	.372	5.708	.000	.21	Kabul
H3	PA→Y	.068	1.241	.214		Red

Uyum iyiliği istatistiği: $X^2(655.319) /sd(370) = 1.771$; $CFI=.96$; $SRMR=.049$; $GFI=.90$; $RMSEA=.044$

OL: Otantik liderlik, PA: Psikolojik anlamlılık, Y: Yaratıcılık

Tablo 2’de görüldüğü üzere, otantik liderlik psikolojik anlamlılık değişkenini pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir ($\beta=.372$; $p<.001$) ve psikolojik anlamlılığının %14’nü açıklamaktadır. Dolayısıyla bu bulgu H1 hipotezini desteklemektedir. Bununla birlikte otantik liderliğin bireysel yaratıcılık üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir ($\beta=.431$; $p<.001$). Bu bulguya dayanarak H2 hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca yaratıcılık değişkeninin %21’i öncül değişkenler otantik liderlik ve psikolojik anlamlılık tarafından açıklanmaktadır. Öte taraftan psikolojik anlamlılığın yaratıcılık üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir ($\beta=.068$; $p<.21$) Bu tespit doğrultusunda H3 hipotezi reddedilmiştir.



Uyum iyiliği istatistiği: $X^2(655.319) /sd(370) = 1.771$; $CFI=.96$; $SRMR=.049$; $GFI=.90$; $RMSEA=.044$

Şekil 2. Yapısal model sonuçları

4.3. Psikolojik anlamlılığın aracılık etkisi

Psikolojik anlamlılığın otantik liderlik ile yaratıcılık değişkenleri arasındaki aracılık rolünün incelenmesi için ilk olarak psikolojik anlamlılığın dahil edilmediği bir model oluşturulmuş ve otantik liderliğin yaratıcılık üzerindeki direkt etkisi ölçülmüştür. Buna göre otantik liderliğin yaratıcılık üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir ($\beta=.457$; $t=7.155$; $p<.001$). Daha sonra önyükleme yöntemi ile psikolojik anlamlılığın aracılık rolü araştırılmıştır. Önyükleme yöntemi standardize dolaylı (*indirect*) etkiler için en güçlü ve elde edilen güvenilirlik limitlerinin en makul olduğu bir yöntemdir (Preacher ve Hayes, 2008: 886). Bu doğrultuda tavsiye

edilen ve en yaygın olarak kullanılan yöntemlerden biri BC önyükleme yöntemi olduğu için (Hayes, 2009: 116; Cheung, 2007: 238; MacKinnon vd., 2004: 120; Lederman ve Macho, 2009: 665; Williams ve MacKinnon, 2008: 37) bu yöntem tercih edilmiştir. BC önyükleme yönteminde belirli bir alt örneklem sayısı belirlenmektedir ve genellikle literatürde 1000 alt örneklem sayısı önerilmektedir (Cheung ve Lau, 2007: 301; Preacher ve Hayes, 2004: 722). Bu çalışmada alt örneklem sayısı 1000 değeri kullanılmıştır. BC önyükleme yöntemine göre otantik liderlik ile yaratıcılık arasındaki ilişkide psikolojik anlamlılığın aracılık rolüne ilişkin sonuçlar Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Psikolojik anlamlılığın aracılık rolü

Hipotez	İlişkiler	Psikolojik anlamlılık olmaksızın (β)	Psikolojik anlamlılık ile (β)	Sonuç
<i>H4</i>	OL→Y	.457***	.431***	Red
Aracılık modeligüven aralıkları				
			OL→Y	
		Alt sınır	-.007	
Güven aralığı		Üst sınır	.068	
		Dolaylı etki	.025	

OL: Otantik liderlik, Y: Yaratıcılık, *** $p < .000$

Direkt etki dikkate alındığında otantik liderliğin psikolojik anlamlılık ile birlikte bireysel yaratıcılık üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkiye olduğu görülmektedir ($\beta = .431$; $p < .001$). Bu tespit psikolojik anlamlılığın otantik liderlik ile bireysel yaratıcılık arasındaki ilişkide kısmi aracılık rolüne sahip olduğu göstermektedir. Ancak, psikolojik anlamlılığın otantik liderlik ile bireysel yaratıcılık arasındaki standardize edilmiş dolaylı etkisi göz önüne alındığında, standardize edilmiş dolaylı etkisinin anlamlı olmadığı tespit edilmiştir ($\beta = .025$; $p < .190$). Dolayısıyla psikolojik anlamlılığın bu iki değişken arasındaki ilişkide aracılık rolü üstlenmediği saptanmış ve H4 hipotezi reddedilmiştir.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Günümüz çalışma hayatını özetleyebilecek kelimelerden birisi değişimdir. Değişimin belirleyici konuma geldiği ortamlarda, örgütlerin varlıklarını sürdürebilmeleri ve üst düzey bir performans sergileyebilmeleri her şeyden önce çevresel değişimleri algılayabilmelerine ve bir bütün olarak çevresel değişikliklere uygun yenilikler geliştirebilmelerine bağlıdır. Bu bağlamda, son yıllarda özellikle ekonomik ve teknolojik alanlarda yaşanan gelişmeler ve değişimler nedeniyle, örgütsel faaliyetler, tüm çalışanların yaratıcılık yeteneklerinin geliştirilmesi ve onun yansımaları odağında gerçekleştirilmektedir. Bireysel yaratıcılık, bireysel ve sosyal/bağlamsal faktörlerin bir fonksiyonudur (Rego vd., 2012: 429). Bu çalışmada, bireysel yaratıcılık üzerinde etkili olabilecek faktörlerden, liderlik ve psikolojik anlamlılık ele alınmıştır.

5.1. Teorik Çıkarımlar

Yapılan analizler sonucunda, otantik liderliğin psikolojik anlamlılık ve bireysel yaratıcılık üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Ulaşılan bu sonuçlar, literatürdeki bulgularla örtüşmektedir. Uygulamalı çalışmalar, otantik liderliğin psikolojik anlamlılık (Sagnak ve Kuruöz, 2017; Chaudhary ve Panda, 2018) ve bireysel yaratıcılık (Rego vd., 2012; Çerne vd., 2013; Xu vd., 2017; Chaudhary ve Panda, 2018) üzerinde pozitif yönlü etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Araştırma sonuçlarının ortaya koyduğu bu bulgu, literatürde dile getirilen otantik liderliğin takipçilerin tutum ve davranışları üzerinde pozitif etkiler yaratacağı (Wong ve Laschinger, 2013: 948) söylemini doğrulamaktadır. Araştırma bulguları, psikolojik anlamlılığın bireysel yaratıcılık üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığını göstermektedir. Araştırmanın son bulgusu ise, otantik liderlik ile bireysel yaratıcılık ilişkisinde psikolojik anlamlılığın aracılık rolüne sahip olmadığını göstermektedir.

5.2. Yönetmel Çıkarımlar

Araştırma bulgularından hareketle, uygulayıcılara yönelik olarak geliştirilebilecek bazı öneriler aşağıda sıralanmıştır:

- ✓ Örgütsel başarının sağlanmasında bütün kaynaklar etkili olmakla birlikte, sahip oldukları potansiyel nedeniyle insan kaynakları özellikli bir öneme sahiptir. Dolayısıyla, doğru liderlik tarzının uygulanması örgütsel başarı açısından elzem bir durumdur.
- ✓ Çevresel değişimleri yönlendirme ve/veya değişimlere uyum sağlama noktasında kullanılan en etkin araç inovasyondur. İnovasyon, temelinde yeni ve kullanışlı fikirler yatan bir süreçtir. Bireysel yaratıcılık, örgütsel adaptasyon için şarttır.
- ✓ Personel seçim sürecinde ve kariyer yönetiminde, yaratıcılık yeteneği bir ölçüt olarak kullanılmalıdır. Çalışanlar, bireysel yaratıcılıklarının geliştirilmesi için eğitilmelidir.
- ✓ Psikolojik anlamlılık algısı yüksek olan çalışanlar, yaratıcı fikirler üretme ve sorunları yaratıcı bir şekilde çözme konusunda kendilerini yetkin hissetmektedirler. Yöneticiler, çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerini artırmak için işin anlamlı olarak algılanması adına gerekenleri yapmalıdırlar.

5.3. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Toplumsal nitelikli araştırmalarda olduğu gibi bu çalışmada da bir takım sınırlılıklar bulunmaktadır. Çalışanların otantik liderlik, psikolojik anlamlılık ve yaratıcılık algılarının irdelendiği bu uygulamalı çalışmanın sadece Konya ilindeki imalat işletmelerini kapsamaması bir sınırlılık olarak görülebilir. Dolayısıyla araştırma bulgularının tüm üretim ve imalat işletmelerine genellenemeyeceği bir gerçektir. Bununla birlikte bu çalışmanın kesitsel bir çalışma olması başka sınırlılıktır. Gelecek çalışmalarda değişkenler arasındaki ilişkiler teknoloji, üretim, dağıtım, ulaştırma, otomotiv ve turizm gibi farklı sektörler üzerinde test edilebilir. Otantik liderlik, psikolojik anlamlılık ve yaratıcılık değişkenleri çeşitli bağımsız ve bağımlı değişkenlerle incelenebilir. Konu özelinde boylamsal çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Amabile, T. M., & Pratt, M. G. (2016). The dynamic componential model of creativity and innovation in organizations: Making progress, making meaning. *Research in Organizational Behavior*, 36, 157-183.
- Anderson, J. C. & Gerbing, D. W. (1988). Structural Equation Modeling In Practice: A Review And Recommended Two-Step Approach, *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Arnold, K. A., Turner, N., Barling, J., Kelloway, E. K., & McKee, M. C. (2007). Transformational leadership and psychological well-being: The mediating role of meaningful work. *Journal of occupational health psychology*, 12(3), 193-203.
- Avolio, B. J., & Gardner, W. L. (2005). Authentic leadership development: Getting to the root of positive forms of leadership. *The leadership quarterly*, 16(3), 315-338.
- Bowen, N. K. & Guo, S. (2011). *Structural Equation Modeling*, Oxford University Press, New York.
- Byrne, B. M. (2010). *Structural Equation Modeling with Amos: Basic Concepts, Applications, and Programming*, 2nd ed., Routledge, New York.
- Byrne, B. M. (2016). *Structural Equation Modeling With Amos: Basic Concepts, Applications, And Programming*, Routledge, New York.

- Černe, M., Jaklič, M., & Škerlavaj, M. (2013). Authentic leadership, creativity, and innovation: A multilevel perspective. *Leadership*, 9(1), 63-85.
- Chaudhary, R. (2019). Corporate social responsibility perceptions and employee engagement: role of psychological meaningfulness, safety and availability. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 19(4), 631-647.
- Chaudhary, R., & Panda, C. (2018). Authentic leadership and creativity: The intervening role of psychological meaningfulness, safety and work engagement. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 67(9), 2071-2088.
- Cheney, G., Zorn Jr, T. E., Planalp, S., & Lair, D. J. (2008). Meaningful work and personal/social well-being organizational communication engages the meanings of work. *Annals of The International Communication Association*, 32(1), 137-185.
- Cheung, G. W. & Lau, R. S. (2007). Testing Mediation And Suppression Effects of Latent Variables: Bootstrapping With Structural Equation Models, *Organizational Research Methods*, 11(2), 296-325.
- Cheung, M. W. (2007). Comparison of Approaches to Constructing Confidence Intervals for Mediating Effects Using Structural Equation Models, *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 14(2), 227-246.
- Clapp-Smith, R., Vogelgesang, G. R., & Avey, J. B. (2009). Authentic leadership and positive psychological capital: The mediating role of trust at the group level of analysis. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 15(3), 227-240.
- Cocco, J., & Quttainah, M. A. (2015). Creativity versus innovativeness: Exploring the differences between the two constructs may lead to greater innovation in large firms. *International Journal of Business and Management*, 10(11), 83-93.
- Cohen-Meitar, R., Carmeli, A., & Waldman, D. A. (2009). Linking meaningfulness in the workplace to employee creativity: The intervening role of organizational identification and positive psychological experiences. *Creativity Research Journal*, 21(4), 361-375.
- Demirtas, O., Hannah, S. T., Gok, K., Arslan, A., & Capar, N. (2017). The moderated influence of ethical leadership, via meaningful work, on followers' engagement, organizational identification, and envy. *Journal of Business Ethics*, 145(1), 183-199.
- Dempsey, S. E., & Sanders, M. L. (2010). Meaningful work? Nonprofit marketization and work/life imbalance in popular autobiographies of social entrepreneurship. *Organization*, 17(4), 437-459.
- Diamantopoulos, A. & Siguaw, J. A. (2000). *Introducing LISREL: A Guide for the Uninitiated*, Sage Publications, London.
- Dyson, J., Cobb, M., & Forman, D. (1997). The meaning of spirituality: A literature review. *Journal of advanced nursing*, 26(6), 1183-1188.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables And Measurement Error, *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Fouché, E., Rothmann, S. S., & Van der Vyver, C. (2017). Antecedents and outcomes of meaningful work among school teachers. *SA Journal of Industrial Psychology*, 43(1), 1-10.
- Frankl, V. E. (2017). *Man's Search for Meaningful*, Young Readers Edition. Boston: Beacon Press.
- Gardner, W. L., Avolio, B. J., Luthans, F., May, D. R., & Walumbwa, F. (2005). "Can you see the real me?" A self-based model of authentic leader and follower development. *The Leadership Quarterly*, 16(3), 343-372.

- Geldenhuis, M., Laba, K., & Venter, C. M. (2014). Meaningful work, work engagement and organisational commitment. *SA Journal of Industrial Psychology*, 40(1), 1-10.
- Ghadi, M. Y., Fernando, M., & Caputi, P. (2013). Transformational leadership and work engagement: The mediating effect of meaning in work. *Leadership & Organization Development Journal*, 34(6), 532-550.
- Güler, M., & Boz, D. (2016). Otantik liderliğin topluluk hissi üzerine etkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Özel sayı, 488-500.
- Hair, J. F, Black, W. C, Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2013). *Multivariate Data Analysis: Pearson New International Edition*, 7th ed., Pearson Education Limited, Essex.
- Hayes, A. F. (2009). Beyond Baron And Kenny: Statistical Mediation Analysis In The New Millennium, *Communication Monographs*, 76(4), 408-420.
- Hayes, A.F. (2013), *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*, Guilford Publications, New York.
- Hodson, R. (2002). Demography or respect?: Work group demography versus organizational dynamics as determinants of meaning and satisfaction at work. *The British journal of sociology*, 53(2), 291-317.
- Humphrey, S. E., Nahrgang, J. D., & Morgeson, F. P. (2007). Integrating motivational, social, and contextual work design features: A meta-analytic summary and theoretical extension of the work design literature. *Journal of Applied Psychology*, 92(5), 1332–1356.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of management journal*, 33(4), 692-724.
- Karazsia, B. T., & Berlin, K. S. (2018). Can a mediator moderate? Considering the role of time and change in the mediator-moderator distinction. *Behavior Therapy*, 49(1), 12-20.
- Kernis, M. H. (2003). Toward a conceptualization of optimal self-esteem. *Psychological Inquiry*, 14(1), 1-26.
- Kitchenham, B. & Pflieger, S. L. (2002). Principles of Survey Research: Part 5: Populations And Samples. *ACM SIGSOFT Software Engineering Notes*, 27(5), 17-20.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*, 3rd ed., Guilford Press. New York.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*, 4th ed., Guilford Press, New York.
- Ledermann, T. & Macho, S. (2009). Mediation In Dyadic Data At The Level of The Dyads: A Structural Equation Modeling Approach, *Journal of Family Psychology*, 23(5): 661-670.
- Lehnert, K., Till, B. D., & Ospina, J. M. (2014). Advertising creativity: The role of divergence versus meaningfulness. *Journal of advertising*, 43(3), 274-285.
- Lips-Wiersma, M., & Morris, L. (2009). Discriminating between ‘meaningful work’ and the ‘management of meaning’. *Journal of business ethics*, 88(3), 491-511.
- Luthans, F., & Avolio, B. J. (2003). Authentic leadership development. In R. E. Quinn (Ed.), *Positive organizational scholarship* (pp. 241-261). San Francisco: Barrett-Koehler.
- MacKinnon, D. P., Lockwood, C. M. & Williams, J. (2004). Confidence Limits For The Indirect Effect: Distribution of The Product And Resampling Methods, *Multivariate Behavioral Research*, 39(1), 99-128.

- May, D. R., Gilson, R. L., & Harter, L. M. (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work. *Journal of occupational and organizational psychology*, 77(1), 11-37.
- Michaelson, C., Pratt, M. G., Grant, A. M., & Dunn, C. P. (2014). Meaningful work: Connecting business ethics and organization studies. *Journal of Business Ethics*, 121(1), 77-90.
- Müceldili, B., Turan, H., & Erdil, O. (2013). The influence of authentic leadership on creativity and innovativeness. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 99, 673-681.
- Nielsen, K., Randall, R., Yarker, J., & Brenner, S. O. (2008). The effects of transformational leadership on followers' perceived work characteristics and psychological well-being: A longitudinal study. *Work & Stress*, 22(1), 16-32.
- Nielsen, K., & Daniels, K. (2012). Does shared and differentiated transformational leadership predict followers' working conditions and well-being?. *The Leadership Quarterly*, 23(3), 383-397.
- Özdevecioğlu, M., & Biçkes, D. M. (2012). Örgütsel Öğrenme ve İnovasyon İlişkisi: Büyük Ölçekli İşletmelerde Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 39, 19-45.
- Preacher, K. J. & Hayes, A. F. (2004). Spss and Sas Procedures For Estimating Indirect Effects In Simple Mediation Models, *Behavior Research Methods, Instruments & Computers*, 36(4), 717-731.
- Preacher, K. J. & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic And Resampling Strategies For Assessing And Comparing Indirect Effects In Multiple Mediator Models, *Behavior Research Methods*, 40(3), 879-891.
- Rego, A., Sousa, F., Marques, C., & e Cunha, M. P. (2012). Authentic leadership promoting employees' psychological capital and creativity. *Journal of business research*, 65(3), 429-437.
- Ribeiro, N., Gomes, D., & Kurian, S. (2018). Authentic leadership and performance: the mediating role of employees' affective commitment. *Social Responsibility Journal*, 14(1), 213-225.
- Rosso, B. D., Dekas, K. H., & Wrzesniewski, A. (2010). On the meaning of work: A theoretical integration and review. *Research in organizational behavior*, 30, 91-127.
- Rothlauf, J. (2015). *A global view on intercultural management: challenges in a globalized world*. Munich: Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
- Sagnak, M., & Kuruöz, M. (2017). Authentic Leadership and Altruism: The Mediating Role of Meaningfulness. *Universal Journal of Educational Research*, 5(3), 447-452.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. & Müller, H. (2003). Evaluating The Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance And Descriptive Goodness-of-Fit Measures, *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. (2010). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*, Routledge, New York.
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. (2016). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*, 4th ed., Routledge Psychology Press, New York.
- Shin, S. J., & Zhou, J. (2003). Transformational leadership, conservation, and creativity: Evidence from Korea. *Academy of management Journal*, 46(6), 703-714.
- Steger, M. F., Dik, B. J., & Duffy, R. D. (2012). Measuring meaningful work: The work and meaning inventory (WAMI). *Journal of Career Assessment*, 20(3), 322-337.

Sung, S. Y., & Choi, J. N. (2009). Do big five personality factors affect individual creativity? The moderating role of extrinsic motivation. *Social Behavior and Personality: An international journal*, 37(7), 941-956.

Tsai, K. C. (2013). Leadership recipes for promoting students' creativity. *International Journal of Humanities and Social Sciences*, 3(5), 1-9.

Walumbwa, F. O., Avolio, B. J., Gardner, W. L., Wernsing, T. S., & Peterson, S. J. (2008). Authentic leadership: Development and validation of a theory-based measure. *Journal of management*, 34(1), 89-126.

Walumbwa, F. O., Avolio, B. J., Gardner, W. L., Wernsing, T. S., & Peterson, S. J. (2008). Authentic leadership: Development and validation of a theory-based measure. *Journal of management*, 34(1), 89-126.

Williams, J. & MacKinnon, D. P. (2008). Resampling And Distribution of The Product Methods For Testing Indirect Effects In Complex Models, *Structural Equation Modeling*, 15(1): 23-51.

Wong, C. A., & Laschinger, H. K. (2013). Authentic leadership, performance, and job satisfaction: the mediating role of empowerment. *Journal of advanced nursing*, 69(4), 947-959.

Xu, B. D., Zhao, S. K., Li, C. R., & Lin, C. J. (2017). Authentic leadership and employee creativity: testing the multilevel mediation model. *Leadership & organization development journal*, 38(3), 482-498.

Zhou, J., & George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management journal*, 44(4), 682-696.