

---

## ÖRGÜT, BİREY, GRUP BAĞLAMINDA YENİLİK ve YARATICILIK TARTIŞMALARI

INNOVATION AND CREATIVITY DISCUSSIONS IN ORGANIZATION,  
INDIVIDUAL AND GROUP CONTEXT

---

Öğr. Gör. Hakkı Okan YELOĞLU, Başkent Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi  
İstatistik ve Bilgisayar Bilimleri Bölümü, okany@baskent.edu.tr

### ÖZET

Çalışma, mikro örgüt kuramlarının incelediği yenilik ve yaratıcılık kavramlarını, birey, grup ve örgüt bağlamında ele almıştır. Yenilik ve yaratıcılık kavramlarının kendine has özellikleri ve birbirleri arasındaki benzerlikler ve farklılıklar yazın taraması yoluyla belirlenmiştir. Benzerlik ve farklılıklardan yola çıkarak farklı önerilerde bulunulmuş ve bu iki kavramın farklı bağlamlarda da ayrı ayrı olarak değil bir arada ele alınmasının gerekliliği vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yenilik, Yaratıcılık, Mikro Örgüt Kuramı

### ABSTRACT

The study investigates the innovation and creativity terms which is studied in micro organization theory and takes in to consideration in individual, group and organizational context. The similarities and dissimilarities are determined by the literature survey. According to the findings of the survey, the propositions are projected as these concepts must be evaluated together.

Key Words: Innovation, Creativity, Micro Organization Theory

## 1. GİRİŞ

Bireylerin oluşturduğu topluluklar, gruplar, alt gruplar ve sistemler, yaşam dünyasının temel parçalarıdır. İnsanoğlunun varlığından beri, bireyler çeşitli amaçlar doğrultusunda birlikte yaşama ve bulunma ihtiyacı hissederler. Varlıklarını sürdürme, tehlikelerden korunma, belirsizlikleri aşma ve bunun gibi diğer sosyal ve kültürel boyutlarda bireyler bir araya gelerek gruplar ve topluluklar oluştururlar. Oluşan grup ve topluluklar ise alt sistemleri ve sistemleri ortaya çıkarır. Bu sistemler sosyal ortamlarda ortaya çıkar, hem kendi içleri hem de aralarında etkileşim halinde bulunurlar.

Mikro örgüt kuramında, yenilik ve yaratıcılık kavramları birey, grup ve örgüt bağlamında sıkça ele alınan bir konudur. Örgütsel anlamda, bireylerin ve grupların örgüt içerisinde bulunmaları ve örgüt çıkarları doğrultusunda hareket etmeleri bir takım özellikleri de beraberinde getirmektedir. Özellikle açık sistem yaklaşımını benimseyen örgütlerde, çevre ile etkileşim ve bu etkileşimin farkındalığında olma önem arz eder. Bu, bir taraftan örgütün diğer örgütlerle rekabetinin devamlılığını sağlarken diğer taraftan da gelişimini sürdürülebilir kılar. Örgütün her kademesi örgüte farklı katkı yapabilir. En üst düzey yöneticiden, en alt düzey çalışana kadar elde edilen fayda örgütün yaşamı üzerinde etkiye sahiptir.

Çalışmanın temel amaçlarından biri, hem yaratıcılık, hem de yenilik kavramlarını detaylı bir şekilde ele almaktır. Diğer bir amacı ise, bu iki kavram hakkındaki bulguların yapılacak olan yazın araştırması ile birlikte hangi yönleri ile ele alınabileceğini belirleyebilmektir. Yazın taraması sayesinde bu iki kavram hakkında ortaya atılan iddiaların ve savların bir muhakemesinin yapılması mümkün olacağından, kavramlar üzerinde yeni önermelerin ortaya çıkarılması ve bu önermelerin yazına katkı yapması beklenmektedir. Çalışmada, öncelikle yaratıcılığın temel kavramları ve özellikleri, yaratıcılığa neden sebepler ve sonuçlar tartışılmıştır. Daha sonra yenilik kavramı üzerinde durulmuş ve yeniliklerin özellikleri ve yayılımı hakkında bilgiler verilmiştir. En son olarak ise, bu iki kavram birbiri ile karşılaştırılmıştır.

## 2. YARATICILIĞIN TEMEL KAVRAMLARI VE ÖZELLİKLERİ

Yazında, yaratıcılık hakkında yapılan birçok tanıma rastlanmaktadır. Örneğin, Clark ve James (1999) ve Paulus (2000), yaratıcılığı; alışılmışın dışında, yeni ve yararlı fikirleri üretmek ve detaylandırmak olarak tanımlamıştır. Higgins ve Morgan' a (2000) göre, yaratıcılık, fikirlerin keşfi ve kombinasyondur. Amabile (1995) ise, yaratıcılığı, insan özelliklerinin, bilişsel karakteristiklerin ve kişisel stillerin bir bütünü olarak görmektedir. Mumford' a göre (2000) yaratıcılık, yeni fikirleri üretmenin yanı sıra, ortaya çıkan bazı problemlere uygulanabilecek anlamlı çözümler yaratmaktır.

Bazı durumlarda yaratıcılık birey bazlı olabilir (Amabile 1995, Mumford,2000). Bu anlamda yaratıcılık, sosyal yargılarca ortaya çıkarılan, birey özelliklerini, durumsal faktörler ve bireysel etkileşimler tarafından kuşatan fikirler ve ürünler olarak da ele alınabilir. Diğer yandan, Levitt'e (2002) göre, yaratıcılık kelimesi çoğu kişilere göre oldukça önemli ve orijinal fikirler ortaya atmaktır. Amabile'ın tanımı itibariyle yaratıcılığın birey bazlı olduğu görüşünden yola çıkılarak, Arenofsky (2000) ve Frances'de (2003) herkesin yaratıcı olabileceği fikrini öne sürmektedir. Onlara göre yaratıcı olmak sadece sanatçılara, müzisyenlere ya da yazarlara yönelik bir özellik değildir. Herkes yaratıcı olabilmekte yaratıcı davranışlar gösterebilmektedir. Ancak bazı bireyler diğer bireylere göre daha yaratıcı olabilirler. Bu nedenden dolayı kendi yeteneklerini daha ön plana çıkararak kendi yaşamlarında daha fazla gayret ve çaba gösterebilirler.

Kişilerdeki bu yaratıcı davranış farklılıkları, bireyin yapısına, kültür ortamına, eğitimine bağlı olabilir. Öyle ki, Eisenberg'e (1999) göre, kültürel farklılıklar ele alındığında, bireyci ve kolektivist toplumlarda yaratıcılık kavramı da farklılıklar göstermektedir. Bireyci toplumlarda yaratıcılığı etkileyen faktörler, bireylerin yaşları, sahip oldukları iş veya görevlerin karışıklığı ya da maruz kaldığı baskılardan dolayı sahip olabilecekleri bir ödüllendirme sistemi olabilirken, kolektivist toplumlarda bu faktörler biraz farklı boyutlar kazanabilmektedir. Bireyin diğer bireyler tarafından örnek olarak gösterilmesi ya da ve bireylerin kendilerini ön planda tutmak yerine toplumla birlikte hareket etmesi kolektivist toplumdaki yaratıcılığı oluşturan unsurlardan bazılarıdır. Diğer bir yandan, yaratıcılık, iş stratejilerini, işe ait problemlerdeki çözümleri, ya da iş süreçlerindeki yaratıcı değişiklikleri de içerebilir (Perry-Smith J, Shalley C,2003).

Diğer bir yandan Eysenck (Amabile tarafından atflanan, 1993), yaratıcılığı iki farklı şekilde almıştır. Bunlardan ilki, yaratıcılığın, orijinalliğe yönelik bir özellik olmasıdır. Orijinallik net olarak tanımlanmadığı sürece hangi fikir ya da ürünün yaratıcılık sonucu ortaya çıkacağı bilinemez. İkinci olarak, yaratıcılık, varılan sonucun tek ve eşsiz olmasıdır (Leonardo da Vinci'nin Mona Lisa'sı ya da Newton'un Principia Mathematica vb.). Benzer şekilde, Gelade'ye (2002) göre yaratıcılık, müzik, sanat ve bilim gibi alanlarda yeni, alışa gelmemiş, ve yararlı ürünlerin sosyal çevrelerce tanınmış hale gelmesini sağlayan başarılarıdır. Patton (2002), yaratıcılığın tek ve eşsiz olmakla değil, "ilk olmakla" ilgili olduğunu savunmuştur. Yazara göre, yaratıcı birey tarafından ileri sürülen herhangi bir düşüncenin veya olgunun yaratıcı olduğuna karar verilmesi için yaratıcı bireyin katkılarının bir sistem (bireyler, sistemler, gruplar) tarafından kabul edilmesi gerekmektedir. Bu nedenden dolayı birey eşsiz değil ilk pozisyonunda bulunmaktadır. Patton ayrıca, yaratıcılığın sadece bir sorunu çözmek ile ilgili olmadığını savunmaktadır. O'na göre, gelecekte ortaya çıkabilecek problemleri kestirebilmek de yaratıcılık olabilir. Çünkü problemler kesin ve net olmamakla birlikte çözüm için keşfedilmeyi bekleyebilmektedirler. Bu yüzden yaratıcılık, bireyler arasında dinamik bir yapıya sahiptir.

Tanımlar ele alındığında, bazı temel özelliklerin göze çarptığı görülmektedir. Bunlardan ilki bireylerin fikir üretme çabaları, ikincisi bir ürünün ortaya çıkışındaki süreçler ve üçüncüsü de sorun çözmeye yönelik uğraşlardır. Aslında, bu üç özelliğe bakıldığında, bazı kritik sorular ortaya çıkabilir. Bunlardan ilki bireylerin neden yeni fikirler üretme çabaları içinde olduğudur. İkincisi ise bireylerin ortaya çıkardığı ürünlerde izlediği süreçlerde hangi aşamalardan geçtiği ve son olarak, sorun çözmeye hangi yollara başvurduğudur. Üretilen fikirlerin özgün olması hem birey, hem de grup bazında önemlidir. Bireyler ve gruplarda görülmeyeni, gözlenmeyi keşfetmek, oluşabilecek belirsizlikleri ortadan kaldırabilir. Bu yüzden bireyler ve gruplar arası ilişkiler yaratıcı olgular ortaya çıkarabilir (Perry-Smith ve Shalley, 2003).

### 3. YARATICILIĞA NEDEN OLAN SEBEPLER

Yaratıcılığın tanımları verildiğinde göze çarpan etkenlerden yola çıkarak, öncelikle bireylerin ve/ya grupların özelliklerinin yaratıcılığa neden olan sebeplerin başında geldiği görülmektedir. Bireyler, toplumun ya da sosyal sitemlerin en küçük yapıtaşlarıdır. Grup ise, iki ya da daha fazla bireyden meydana gelen, içsel bağımlılıkları ya da ilişkileri olan ve birbirleri ile etkileşim halinde olan topluluğa denmektedir (Paulus, 2000). Bireyler ve topluluklar bir amaca ulaşmak için birlikte hareket edebilirler. Ayrıca, ortaya çıkan belirsizlikleri ve sorunları çözmeye amacını güderler. Bu anlamda, hem bireyin hem de grupların gösterdiği davranışlar, kendi karakteristik özelliklerini ön plana çıkarmaktadır. Bireylerin ve/ya grupların sahip olduğu bilgi düzeyi ile içinde buldukları ortamları tanımlamaları açısından oldukça önemlidir. Bilgilerinin sınırlı ya da örtük kaldığı durumlarda ortaya çeşitli problemler çıkmaktadır. Bu nedenden dolayı bireyler ve/ya gruplar problemleri, sahip oldukları yaratıcı düşünce ve yaratıcılık özellikleri ile çözmeye yoluna giderler. Mumford'a (2003) ise, bireyler ve/ya gruplar sürekli olarak içerisinde buldukları ortamda olguların gerçeklerini arıyorlarsa, gözlemlerinde düzensizlik ve tutarsızlıklar saptayabiliyorlarsa ve uzun dönemde amaçlarını gerçekleştirme çabasında iseler, bunları yaratıcı yollardan çözmeye eğilimine gireceklerini öne sürer. Bu eğilim ise yaratıcı bir düşünce süreci içerisinde gerçekleşebilir. Wallas'a (Torrance tarafından atıflanan, 1993) göre, bu süreç yeni bir düşüncenin ya da fikrin hazırlanması, tasarım haline getirilmesi, düşüncenin ve fikirlerin geliştirilmesi ve gözden geçirilmesi aşamalarını içermektedir. Öncelikle problemin açıklıklarını, tanımlamalarını belirleme ihtiyacı doğmaktadır. Daha sonra bu problemin çözümlerinin formüle edilmesi, araştırılması ve tartışılması aşaması gündeme gelmektedir. Ayrıca bilişsel olarak çözümleri formüle etme, araştırma ve tartışma çabaları yeni bir davranış biçiminin gelişmesine neden olabilir. Mevcut sorunun çözümünde, içinde bulunan durum hem bireylerin hem de gruplar açısından çözümün neresinde bulunduğunu da gösterebilir. Çözüm için birden çok alternatif ortaya çıktığında, en uygun sonucun belirlenmesi konusunda birey ve grupların

yaratıcılık özellikleri devreye girebilir. Optimal sonucun belirlenmesinde seçeneklerin olumlu ya da olumsuz, doğru veya yanlış, kolay veya zor gibi kriterlerin göz önünde bulundurulması önemli bir unsurdur. Tüm bu formülasyonların, araştırmaların ve tartışmaların sonucunda avantajların ve dezavantajların gözden geçirilmesi sonucu ortaya çıkacak yeni ve yararlı fikirlerin sınanması ile süreç son bulmaktadır. Torrance'a göre (1993), bu fikirler, yapılan buluşlar, bilimsel teoriler, geliştirilmekte olan ürünler ya da metotlar, hatta müzikal besteler, tablolar ya da heykeller içerisinde bulunabilmektedir.

Meron ve Amabile (1999), problem çözme sürecinde bireysel ve toplumsal öğrenmenin büyük rolü olduğunu vurgular. Elde bilgilerin ne derecede öğrenildiği problem çözümü için önemli bir faktör oluşturmaktadır. Huber (1998) ise, bireylerin oluşturdukları topluluklar ve örgütler sahip oldukları sezgisel ve deneysel öğrenme özellikleri sayesinde öğrenebilen bir yapıya sahip olabileceğini önerir. Yazara göre öğrenme, yaratıcılığı kolaylaştıran bilgileri açığa çıkarmaktadır. Bilgilerin örtük bir halden açığa çıkması durumunda problemlerin çözüm alternatifleri artmaktadır. Alternatiflerin artması, çözüm sürecini ve karar aşamalarını daha da hızlandırmaktadır. Öyle ise yaratıcı olmanın hem birey hem de grup bazında problem çözümü açısından etkili olduğu kaçınılmazdır.

Burada ele alınması gereken diğer bir konu birey ve grupların ne şekilde yaratıcı ve ya yaratıcı düşünme yetisine sahip olduğudur. Bir başka deyişle, hangi özellikler ve koşullar birey ve grupların yaratıcı özelliğe sahip olmalarını sağlarlar, hangi özellikler bireylerin yaratıcı olmalarını etkiler sorularının cevaplarının araştırılması gerekliliğidir. Kimi yazarlara göre bazı özellikler gerçekten de yaratıcılığa neden olurken, kimi yazarlar ise bazı koşulların ve özelliklerin yaratıcılığı yok ettiğini dile getirmişlerdir. O halde bu türden varsayımların ele alınmasında fayda vardır.

Örneğin, Patton'a (2002), herhangi bir sorunu diğer bireylerden daha önce sezebilen ve keşfedebilen bireylerin olduğunu öne sürer. Bu tip bireylere problem öncülerini "*problem pioneers*" adı verilmektedir. Yazara göre bu tip bireylerin zihinleri diğer bireylerin zihinlerine göre daha açıktır. Kendi çevresinde, kendisine etki eden unsurlara tepkisi oldukça hızlıdır. Olayları daha geniş bir bakış açısıyla algılama özelliğine sahiptir. Ayrıca, bu tip bireyler, bireysel olarak kendilerini hem diğer bireylerden hem de grup içindekilerden daha bağımsız hissederler. Bu nedenden dolayı konulan sınırları aşma eğilimindedirler. Kendilerini bağımsız hissetmeleri diğer bireyler arasında daha zayıf bağların kurulmasına neden olsa da daha bu zayıf bağlar kendilerini daha yaratıcı bir pozisyona taşımaktadır (Perry-Simth ve Shalley, 2003). Patton'a göre bu tip insanlar beklenmeyen olaylar karşısında diğer bireylerden daha esneklerdir. Belirsizliğe toleransları daha yüksektir. Daha fazla alternatif üretme yeteneğine sahiptirler.

Bireylerin oluşturdukları gruplarda, bireylerin yaratıcı olmalarını sağlayabilecek bazı etmenlerde bulunmaktadır. Kimi zaman örgütlerin araştırma ve geliştirme departmanlarında çalışan bireylerin diğer departmanlarda çalışan bireylere göre daha farklı yapılara sahip oldukları gözden kaçmamıştır. Çünkü bu tür departmanlarda çalışan insanlar yaratıcı özelliklerini maksimum seviyede kullanmaktadırlar. Bunun için farklı yöntemlerle bir araya gelerek ortaya yeni bir ürün çıkarmaya gayret ederler. Örnek olarak beyin fırtınası yaparak fikir üretmeye ve ürettikleri fikirleri uygulamaya çalışırlar (Levitt,2002; Paulus,2000).

Araştırma-Geliştirme departmanı örneğinde olduğu gibi, grupta bulunan her bireyin farklı becerilerinin olması onların grup bazında yaratıcı olmalarını sağlamaktadır. Takım ve grup toplantıları, oturumları, yaratıcı fikirlerin üretilmesi için önemli araçlardır. Grup bazında yaratıcılık; bireysel özelliklerin (beceri ve bilgi) ve grup karakteristiklerinin (uyum, normlar, farklılıklar) bir fonksiyonudur (Paulus,2000). Buna ek olarak grup için destekleyici liderlik, (Paulus, 2000, Mumford 2000), ödüllendirme ve teşvik sistemleri (Eisenberg,1999) de yaratıcılığa neden olabilmektedir. Paulus (2000), gruplar bazında yaratıcılığı artıran faktörleri aşağıdaki şekilde göstermiştir. Şekle göre iki farklı teşvik gruplardaki yaratıcılık açısından önemlidir. Bu teşvikler sosyal ve bilişsel teşviklerdir.

#### Şekil 1: Sosyal ve Bilişsel Teşviklerin Yaratıcılığa Neden Olan Değişkenleri



Liderlerin yaratıcı özelliğe sahip olmaları grup içi dinamiği ve motivasyonu hızlandırabilir. Patton'a (2002) göre, yaratıcı liderler olguları soyutlaştırma yetisine sahiptir. Belirsizliğe karşı telaşlı değildirler. Soyutlaştırma yetisine sahip oldukları gibi pratiktirler. Otoritelerini grup sorumluluğu için kullanırlar. Bireysel başarıdan çok, grubun başarısına önem verirler. Grupta bulunan diğer bireylerle yakından ilgilidirler. Deneyimlidirler ve davranışları ile herkese örnek olmaya çalışırlar. Araştırmayı ve yenilik peşinde olmayı severler.

Tüm bu koşullar yaratıcılığı ve yaratıcı düşünme yeteneğini olumlu yönden etkilerken, yaratıcılığı ve/ya yaratıcı düşünme yeteneğini zorlaştıran ve hatta yok eden unsurlar da bulunmaktadır. Bu unsurlara şu şekilde değinilmektedir.

Arenofsky'a (2000) göre yaratıcılığı yok eden birçok neden vardır. Bunlar şu şekilde sıralanmıştır.

- Eleştiri: hem bireysel bazda hem de grup bazında üretilen fikirlerin ya da ürünlerin başkaları tarafından sürekli eleştirilmesi yaratıcılığı olumsuz yönde etkilemektedir. Çünkü üretilen fikir ya da ürünün gelişimine sürekli olarak engel olmaktadır.
- Stres: Bireyler üzerine uygulanan baskılar, bireylerinin stres düzeylerinin artmasına ve yaratıcı özelliklerinin kaybolmasına neden olmaktadır.
- Kuşku: Üretilen fikir ya da ürünler üzerinde duyulan kuşku o fikrin ya da ürünün orijinalliğinin kaybolmasına neden olmaktadır.
- Rutinlik: üretilen her fikrin ya da ürünün aynı yollardan yapılması, değişik alternatiflerin sunulmaması sonucu yaratıcılık zamanla değerini kaybetmektedir.
- Zaman Ayarlamasındaki Sıkıntılar: Yaratıcı bir düşüncüyü belirli zaman dilimleri arasında sürekli tutma isteği yaratıcılığı negatif yönde etkileyecektir.
- Çevre: Bireyin kendisini bulunduğu çevre içinde rahatsız hissetmesi, bulunduğu çevre koşulların uygun olmaması yaratıcılığı olumsuz yönde etkilemektedir.

Yukarıdaki maddelere ek olarak zaman baskısının da yaratıcılık üzerinde negatif bir etkisinin olduğu söylenebilir (Amabile, Hadley ve Diğerleri, 2002). Yazarlara göre, kimi yaratıcı düşüncelerin, fikirlerin ya da ürünlerin ortaya çıkması uzun zaman alabilir. Ancak ortaya çıkan, yaratıcı bir düşünceden dolayı ortaya çıktığı için "yeni" ve

orijinal kabul edilir. Ancak ortada bir zaman baskısı faktörü bulunduğu zaman bireylerin ve/ya grupların yaratıcı olma özellikleri kaybolabilir. Daha önceki araştırma geliştirme örneğine geri dönülürse; bu departmanda çalışan bireylerin belirli mesai saatleri arasında çalışmalarını için baskı kurma departmanın ileriki zamanda çökmesine neden olabilir. Yaratıcılık özelliklerine sahip bireylerden zamana bağlı baskı sonucu etkin olmaları beklenemez. Ancak bu zaman baskının tamamen olmaması, bireyler arasında isteksizlik, motivasyon bozukluğu yaratabilir. O halde zaman baskısının seviyesi önemlidir. Zaman baskısı düşük seviyede olduğunda bireyler daha çok ortaya çıkan problemleri tanımlama ve araştırmaya yönelirler ve birden fazla birey yerine daha az sayıda bireyle işbirliği içerisine girerler. Daha çok toplantı ve tartışma oturumları düzenlerler. Zaman kısıtı olmadığı için üretilen fikirler oldukça fazla sayıdadır. Diğer yandan zaman baskısı yüksek seviyede olduğunda, bireyler üretecekleri fikirler ve ürünler üzerinde daha yoğunlaşırlar. Daha az sayıda toplantı ve tartışma oturumları yaparlar. Alternatif çözümler veya fikirler üretmede sıkıntı çekerler. Yaptıkları işin hem kendileri hem de grup adına önemli olduğunu varsayarlar.

Yukarıdaki örneklerde görüldüğü gibi bireyin ve grupların yaratıcı olmalarını etkileyen faktörlerin sayısı oldukça fazladır. Olumsuz etkilerin yaratıcılık ve yaratıcı düşünme üzerinde negatif bir etki yaratacağı kesindir. Hem olumlu hem de olumsuz faktörlerin yaratıcı birey ve gruplar üzerindeki etkileri çeşitli yönlerden incelenebilir. Ancak burada tartışılması gereken konu yaratıcılığın bireyler ve gruplar üzerindeki olumlu veya olumsuz sonuçlarını belirleyebilmektir.

#### 4. YARATICILIĞIN SONUÇLARI

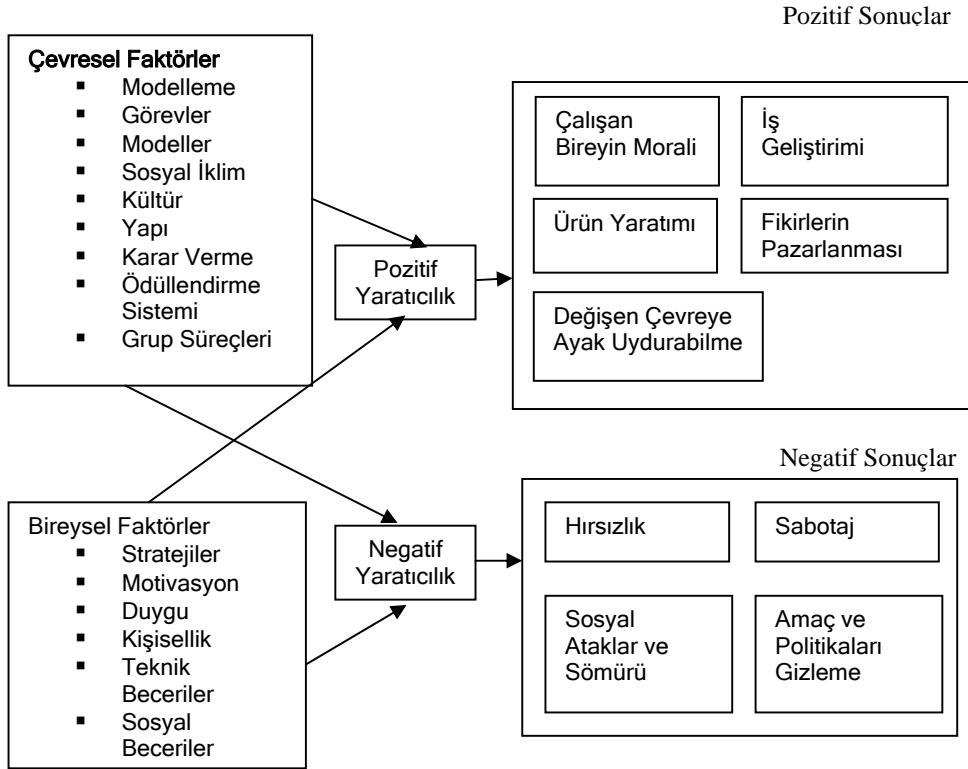
Buraya kadar ki bölümlerde yaratıcılığın ve yaratıcı düşünme yeteneğinin tanımlamaları yapılmış, bu olgulara neden olan etkenler incelenmiştir. İncelenen ve tartışılan bulgulara göre şunları söylemek mümkündür. Bireyin kendisi, yetenekleri, bilişsel becerileri olmadığı bir ortamda yaratıcılıktan söz edilemez (Amabile,1995). Ayrıca, bireyin bilgisi, yeterli kaynağı, eğitimi, etkilere karşı tepkisi olmadan yaratıcı bir düşünceye sahip olması ve bir şeyler yaratması beklenemez. Çevrede olup biteni algılayamama, gelen uyarılara cevap verememe bireyi ve grupları sıradanlığa itebilir. Bu tür bireylerde ve gruplarda yaratıcılık hakkında bir ifadeden bahsedilmesi de mümkün değildir.

Clark ve James'e (1999) göre, yaratıcılığın hem pozitif hem de negatif etkileri bulunmaktadır. Onlara göre ihmal edilen konu yaratıcılığın etkilerinin sadece pozitif yönden ele alınmasıdır. Ayrıca, onlara göre yaratıcılık, hem grup hem birey hem de grup bazında çift yönlüdür. Yani yaratıcılık birey ve grupları etkileyebildiği gibi, birey ve gruplarda yaratıcılığı etkileyebilirler. Ancak yazarlar, yaratıcı düşünce kötü amaçlar için kullanıldığında bu oldukça zarar verici olabilir. Örnek olarak bireylerin



veya grupların birbirlerinden ürettikleri yeni fikirleri çalması da yaratıcı bir düşünce sonucu ortaya çıkmış olabilir. Bu nedenden dolayı, durumu biraz daha makro boyuta taşıyacak olursak, örneğin örgütleri ele alırsak; kendi örgütlerine ait sırlarının, teknolojilerinin vb. diğer özelliklerinin yasal olmayan yöntemlerle başka örgütlere taşınması oldukça vahim bir durumdur. Bu nedenden dolayı “yeni fikirlerin üretilmesi ve uygulamaya konması” konusu biraz daha irdelenmesi gereken bir konudur. Bireysel ya da grup olarak, hedef ve amaçlara yaratıcı yaklaşımlarla ulaşmak negatif sonuçlar doğurabilir. Birey ve grupların istedikleri hedeflere yıkıcı, zarar verici, adil olmayan yöntemlerle “yaratıcılık” olgusu altında ulaşmaları mümkün olabilir. Birey ya da gruplar bu yöntemlerin kendilerine zarar vermediğini belirtse de, bu yöntemler diğer birey ve gruplar tarafından negatif bir şekilde algılanacaktır.

**Şekil 2. Yaratıcılığın ve Yaratıcı Düşünmenin Pozitif ve Negatif Sonuçları**



Benzer şekilde, James, Clark ve Cropanzano'ya (1999) göre, yaratıcılığın ve yaratıcı düşünme yetisinin hem pozitif hem de negatif yönlü sonuçları bulunmaktadır. Bu sonuçlar yukarıdaki şekilde gösterilmiştir.

## 5. YENİLİĞİN KARAKTERİSTİK ÖZELLİKLERİ

Yeniliğin tanımlarına bakıldığında, hem soyut hem de somut olguların yenilik kabul edilebileceği daha önceden belirtilmiştir. Burada önemli olan, yeniliğin hangi karakteristik özelliklere sahip olduğunun belirlenmesidir.

Rogers'a (1995) göre bir yeniliğin sahip olduğu özellikler şunlardır.

**Görelî Avantaj;** Bir yeniliğin kazandırdığı fikirlerden çok sağladığı faydanın sosyal prestij, ekonomik, güvenilirlik derecesini ifade eder. Bazı durumlarda bir yeniliğin elde edilmesi için katlanılan maliyet yüksek olabilir. Bu yüzden düşük maliyetli yenilikler yüksek maliyetli yeniliklere göre tercih edilebilir. Ancak yeniliğin maliyetinin düşük olması yüksek avantaj sağlayacağı anlamına gelmemelidir. Ucuz ve nitelsiz yenilikler, yeniliği kullanmak isteyen birimlere, gruplara ve sistemlere zarar verebilir.

**Uygunluk;** Bir yeniliği benimsemek isteyen birey ve/ya gruplar, yeniliğin kendilerine yarar sağladıklarını düşündükleri sürece o yeniliğin faydaları ve uygunluğu üzerinde dururlar. Yeniliğin faydaları ve uygunluğu kesinlik kazandığı zaman benimseyenlerce konumlandırılması kolaylaşmaktadır.

**Karmaşıklık;** Bir yeniliğin, kullanılmasındaki ve algılanmasındaki güçlük derecesini belirtir. Yenilik benimseme için uygun olsa bile uygulanmasında yaratabileceği karmaşık durumlar yeniliği benimseme zamanını geciktirecektir.

**Denenebilirlik;** Bir yeniliğin deneysel ve bilimsel temellere dayandırılabilme derecesini belirtir. Yeni fikirler ya da yeni yenilikler denenebilir olduğu sürece, öğrenilip benimseme oranı artacaktır.

**Gözlemlenebilirlik;** Yeniliğin sonuçlarının başkaları tarafından gözlemlenebilirliğinin derecesini gösterir. Gözlemlenebilirlik diğer birimlerin yeniliği benimsemesindeki önemli etkenlerden biridir. Çünkü gözlemlenebilme özelliği bireyden bireye göre değişebilir. Uygun yeniliği iyi analiz eden ve gözlemleyenler yeniliğin avantajlarını daha kısa sürede algılayacaklardır.

Bu özelliklere ek olarak, Wejnert'e (2002) göre yeniliğin özellikleri özel/genel ve kârlı / maliyetli sonuçlarına göre ikiye ayrılabilir. Yeniliğin özel sonuçları daha çok bireyler ve küçük gruplar için geçerlidir. Yenilikler, bireylerin hayatlarını daha iyi bir şekilde geçirmeleri için ya da sosyal yapılarını yeniden yapılandırmasını sağlarlar. Bu türdeki

yenilikler daha çok verimlilik-kontrol metotları, yeni sağlık uygulamalarını, tarımsal teknolojileri, yönetim şekilleri ve teknolojik üretimleri içermektedir. Yeniliğin mikro amaçları bireylerin ya da grupların ihtiyaçlarını gidermesi, yaşam standartlarının sürekli olarak geliştirilmesi, birey ve/ya gruplarının niteliklerinin zenginleşmesini veya bir örgütün üretiminin gelişmesini yansıtmaktadır. Genel sonuçlara bakıldığında ise en büyük etkenin medya olduğu söylenebilir. Herhangi bir yenilik oldukça farklı özelliklere sahip ve tek ise veya sosyal ve toplumsal özellikleri iyi bir şekilde belirlenmişse, medya bu yeniliği tanıtmak ve yaymak için bir "iletişim kanalları" modeline bürünür (Wejnert, 2002).

Yine Wejnert'a göre, maliyet değişkenleri doğrudan ya da dolaylı, parayla ilgili olan veya olmayan maliyetlerle yakından ilişkilidir. Direkt maliyetler veya finansal belirsizlikler bir aktörün ekonomik durumunu yansıtmada rol oynayabilir. Örneğin endüstriyel yenilikler ele alındığında, teknolojileri itibari ile oldukça yüksek maliyetli olabilir. Ancak buna rağmen yine de kendi özelliklerinden dolayı veya uygulanabilecek fiyat politikalarıyla, depolama ve dağıtım sistemleriyle, servis hizmetleriyle ya da yaratıcı pazarlama stratejileri ile aktörlere büyük kârlar sağlayabilir (Sebell, 2002).

Farklı boyutlar ele alındığında; yeniliklerin özellikleri bireyci ve kolektivist topluluklarda da farklılık gösterebilmektedir. (Florida, Cushing ve Gates, 2002, Eisenberg, 2002). Bireyci toplumlarda bireyler arası bağlar kolektivist toplumlara göre daha azdır. Buna karşın bireyci toplumlarda bireyler kolektivist toplumlara göre daha bağımsızdırlar. Yenilik açısından bakıldığında, Eisenberg (2002)'e göre, kolektivist toplumlarda yaratıcı düşünceye sahip olan bireyler motivasyon yeteneklerini, becerilerini yenilikleri sosyal amaçlar için üretir ve kullanırlar. Ancak kolektivist toplumlarda görülen bazı etkenler de bireylerin yenilikçi olmasını ve yenilikleri farklı yönlerden etkileyebilir. Örneğin, Thompson'a (1965) göre bireylerin oluşturdukları grup ve sistemlerde hiyerarşik kanalların sıkı düzeyde denetlenmesi veya bürokrasinin yüksek seviyelerde olması yeniliğin oluşmasındaki negatif etkenlerden biridir. Drabness'e göre (2002) ise, bir grupta, grubun sahip olduğu kısıtlar (zaman kısıtı, mekan kısıtı, kaynak kısıtı vb. gibi kısıtlar) ya da bireylerin grup içerisinde kendini sürekli olarak baskı altında hissetmesi yenilikçi olma özelliklerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bunların dışında, grup amaçlarının belirsizliği, grupta bulunan bireylerin sürekli rekabet içerisinde olması, grup yapısının bilgi akışını engellemesi, karar süreçlerinin belirsizliği de yaratıcılık özelliklerini kısıtlayan özelliklerdir (Bajer,2003). Yaratıcılık bölümünde de tartışıldığı gibi bireylerin yaratıcılıklarını negatif yönlerde kullanması olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Negatif yönden yaratıcı düşüncenin bir süreci sonucu bir yenilik elde edildiğinde bu yeniliğin sağlayacağı dezavantajlar avantajlarına göre daha fazladır.

Kolektivist toplumlarda yeniliği etkileyen etkenler için verilebilecek başka bir örnek ise, bireyler arasındaki çatışma düzeyidir (Sutton, 2002). Çatışma düzeyinin farklı

boyutlarda olması yeniliğin oluşmasına farklı şekilde etkileyebilir. Hem grup içinde hem de gruplar arasında çatışmanın hiç yaşanmadığı durumlarda fikirlerin ve bilgilerin üretilmesi ve paylaşılması sınırlı seviyededir. Bilgilerin ve fikirlerin ilk başta üretildiği durumda çatışma farklı alternatifler getirebilir. Bu da yaratıcı düşüncenin oluşmasına neden olabilir. Ancak ilerleyen süreçlerde çatışmanın seviyesinin artması insanların morallerini bozabilmekte, etkinliklerini azaltmakta ve işlerin rutin bir hale gelmesine de neden olabilmektedir. Bu yüzden çatışmanın seviyesinin belirlenmesi önemli bir etkidir.

Bireyci toplumlarda ise ödüllendirme sistemi, kontrol mekanizmaları vb. özellikler kolektivist toplumlara göre daha birey bazlı olduğu için bireyler yeniliklerin getirilerini daha çok kendi amaçları için kullanabilirler. Bireyci toplumlarda da bazı özellikler yeniliğin oluşmasında etkidir. Örneğin bireylerin yaratıcı düşünce güçlerinin, kendine güvenlerinin yarattıkları ürünleri sunma derecelerini yüksek olması yenilik için avantaj sağlamaktadır. Ancak bireylerin kişisel özelliklerinin negatif yönde ortaya çıkması, ortaya çıkan yeniliğin etkinliğini azaltacaktır. Bireyin diğer bireylerden üstün olma gayretleri, sürekli eleştirme ve eleştirilme, liderlik yönlerini kötüye kullanma gibi özellikler de yenilikler üzerinde olumsuz etkiler yaratacaktır. Diğer yandan bireyin öğrenme, eğitime ve eğitilme ve yaratıcı olma gibi özellikleri de yenilik için elde edilebilecek avantajların başında gelmektedir.

Drucker (2002), yeniliğin oluşmasında, yeniliğin elde edildiği kaynakların önem taşıdığını savunur. Yazara göre yeniliğin kaynakları şu şekilde sıralanmaktadır.

- Beklenmeyen Oluşumlar; Günlük yaşamda, birey ve/ya grupların karşılaştıkları durumlar ani bir şekilde farklılık gösterebilir. Örneğin belirlilik ortamından belirsizlik ortamına geçilebilir. Bu durumda bireyler buldukları konumdan farklı konumlara da geçebilirler. Ayrıca ortamlara ayak uydurma başarı veya başarısızlıkla sonuçlanabilir. Bu gibi durumlarda bireylerin yaratıcı düşünme özelliği devreye girdiğinde yeni koşullara ayak uydurabilecek yeniliklerde oluşturabilirler. Bu nedenden dolayı beklentilerin dahilinde oluşanlar yenilik için bir kaynaktır.
- Uygunsuzluklar; bireylerin düşüncelerindeki ya da ekonomik gerçekler arasındaki uygunsuzluklar ve sonuç ve beklentiler arasındaki uygunsuzluklar yenilik için kaynak teşkil edebilir. Yeni ürün için maliyet ve kâr uygunsuzlukları nedeniyle ürünün yerine ikame edilecek yeni bir ürün Pazar için bir yenilik sayılabilir.
- Süreç İhtiyaçları: Medya, süreç ihtiyaçları için verilen bir örnektir. Yeniliğin oluşum sürecinde yapılan reklamlar kampanyalar ve satış stratejileri yenilik için bir kaynak teşkil edebilir.

- Endüstri ve Pazar Değişimleri
- Demografik Değişimler: Beyin Göçleri bu duruma verilecek en iyi örnektir. Genç beyinlerin başka şehirlere ya da ülkelere taşınmaları, ortaya çıkacak yeniliğinde nerede çıkacağını yakından etkilemektedir. Bu yüzden yeniliğin kaynağını kestirmek zor olabilir.
- Yeni Bilgiler: Yeniliğin kaynağı için belki de en önemli faktördür. Ayrıca yeni teknolojiler, yeni fikirler farklı yeniliklerin ortaya çıkmasını da sağlamaktadır.

Sosyal bir sistemde ve/ya sistemlerin alt bileşeni olan gruplarda yeniliği ortaya çıkaran “yenilikçi (*innovators*)” ve bu yenilikleri kendilerine adapte eden “benimseyici (Adaptors)” bireyler vardır (Kirton ve Bailey, 1991, Skinner ve Drake, 2003). Bu bireyler hem bilişsel hem sezgisel hem de davranışsal yönden birbirlerinden ayrılmaktadır. Örnek olarak, Skinner ve Drake’e (2003) göre, yeniliği benimseyenler ortaya çıkan sorunları teknik ve stratejilerle çözerken, yenilikçiler, sorunları geleneksel prosedürler, kurallar ya da yapılaşmamış (geçerliliği sınanmamış) metotlarla çözmeye çalışırlar. Wejnert’a göre (2002) ise, yenilikçiler sosyal varlığa sahiptirler. Yenilikle yakından ilgilidirler. Statü ve ekonomik karakteristik özelliklerine sahiptirler. Kişisel karakteristik özellikleri ilk plandadır ve sosyal ağlarda önemli yerlere sahiptirler. Diğer bir yandan bu iki kavramı birbirinden en iyi şekilde ayıran teori Kirton’un Adaptasyon-Yenilik Teorisi’dir (Adaptation-Innovation Theory) (Goldsmith ve Matherly, 2001, Kirton ve Bailey 1991). Teori, bireyleri bu kavramlara göre sınıflarken yaratıcılıklarını, karar verebilmelerini ve problem çözme yeteneklerini detaylı bir şekilde ele almaktadır. Adaptasyon ve yenilik üç temel bireysel farklılığı kapsamaktadır. Bunlar orijinallik, etkililik ve uygunluktur (Goldsmith ve Matherly, 2001). Orijinallik ifadesi yeni, alışılmamış ya da eşsiz fikirlerin üretilmesine yöneliktir. Etkililik ise ayrıntılı, tedbirli ve titiz davranışlara, uygunluk ise kuralların sağlanmasına veya grup normlarının sağlanmasına yöneliktir. Bu teori ölçüme dayalı bir teori olup teorinin detayı başka bir çalışma tarafından ele alınacaktır.

## 6. YENİLİĞİN YAYILIMI VE SONUÇLARI

Bir yenilik ortaya çıktığı zaman bu farklı birey ve/ya gruplarca benimsenmek istenebilir. Farklı birey ya da grupların benimsemesi de yeniliklerin yayılımına neden olmaktadır. Yazın taramasına bakıldığında yayılımların açıklanması hem betimsel Rogers (1995), Abrahamson (1991), hem de matematiksel modeller yardımıyla yapıldığı görülmüştür Bass (1990).

Yayımların tanımına baktığımızda; Rogers’a (1995) göre, bir yeniliğin, zaman içerisinde, iletişim kanalları sayesinde sosyal sistemin bireylerine benimsetilme

süreci olarak tanımlanır (Rogers, 1995). Yayılım, Wright ve Charlett (1995) göre ise, popülasyonda bulunan bireyler ve sistemlerde yeniliğin oluşturduğu mesajların iletilmesinin özel bir türü olarak tanımlamıştır. Rogers'ın yenilik tanımına bakıldığında, zaman, iletişim ve sosyal sistem gibi önemli kavramların olduğu dikkati çekmektedir. Bu kavramlar yine Rogers'a (1995) göre şu şekilde açıklanabilir.

**Zaman:** Bir yeniliğin yayılımına ilişkin zamanın uzunluğu, toplum içinde birçok faktöre bağlı olabilir. Bir yeniliği benimsemek o yeniliğin özelliklerinin algılanması ile doğru orantılıdır. Yenilik eğer verimli sonuçlar doğuruyorsa, yeniliği benimsemek isteyenler zaman dilimini kısa tutacaklardır. Yenilik ve sahip olduğu özellikler benimseyenler tarafından açık bir şekilde algılanmadığında ve bu bir kararsızlık ve belirsizlik oluşturuyorsa, bu yeniliği benimseme zamanı uzayacaktır.

**İletişim Kanalları:** İletişim kanalları bir yeniliğin avantajlarını ve dezavantajlarını benimsemek isteyenlere ulaştıran kanallardır. Bir başka tanıma göre iletişim kanalları, mesajların bir birimden başka bir birime ulaşması için gerekli olan kanallardır” (Rogers ve Scott, 1995). Bir yeniliğin yayılımı sırasında iletişim kanallarının son derece açık ve dolaysız olması gerekmektedir. Aksi takdirde zaman kaybına yol açacak ve yeniliğin algılanmasını zorlaştıracaktır. Yayılım teorisi, genel olarak yeni fikirler üretmeyle ilgili bilgilerin yayılması yollarına, özgül olarak ise bütün yayın organlarına ve iletişim kanallarına odaklanır. (Wright ve Charlett, 1995).

**Sosyal Sistem:** Bir sosyal sistem, bir amaca ulaşmak için çözüm üreten ve bu yolla bir araya gelen, kendi aralarında ilişkiler içerisinde olan birimlerin oluşturduğu sistem şeklinde tanımlanabilir. Sosyal sistemin elemanları bireyler, resmi olmayan örgütler veya alt sistemler olabilir (Rogers ve Scott, 1995). Bir yenilik, sosyal sistem içerisinde oluşur ve yeniliği kapsayan bulgular yayılım süreci boyunca niteliği çeşitlendirir. Bu, yayılım çalışmaları yapan kişilerce yaygın olarak bilindiği halde, pek çok olayda yayılım modelleri kurulurken, analizi basite indirgeme, elverişli hale getirme gibi nedenlerle göz ardı edilir (Mitsufuji, 2001).

Yenilikler sahip oldukları özelliklerden dolayı bireyler ve gruplar arasında yayılım gösterebilirler. Ancak kimi zaman yenilik farklı şekillerde de yayılım gösterebilir. Örneğin Abrahamson'a (1991) göre yeniliklerin özellikleri bireyler ve gruplar arasında algılanmadığı zaman bile bir yayılım söz konusu olabilir. Yeniliği benimsemek isteyenler bu yüzden yenilik hakkında bilgi sahibi olmalıdırlar. Yeniliği benimsemek isteyenler, edindikleri bilgilerin kendilerine ne tür faydalar sağlayacağına inanmalıdırlar. Belirsizlik altında yeniliği benimseme ileride olumsuz sonuçlar doğurabilir.

Yeniliği benimsemek isteyenler, yeniliği deneysel veya tutumsal olarak uygulamaya koyarlar. Deney ve uygulamalar sonucu nitelikleri ortaya çıkan yeniliklerin benimsenmesi ya da reddedilmesi hakkında karar verilebilir. Ancak verilen kararlar her zaman doğru olmayabilir. Bu yüzden bazı verimsiz yenilikler yayılım gösterirken,

verimli ya da kar sağlayan yenilikler reddedilebilirler. Karar vermede doğru adımların atılması ve bu adımların yaratıcı düşüncelerle desteklenmesi gerekir. Ortaya çıkacak yenilik ilk olarak benimsenmeye başlandığında, bu benimsemenin hızı yüksek olacaktır. Ancak yeniliklerin kabulünün yanı sıra, reddedilmesi bu hızın yavaşlamasına ve bu yeniliğin yok olması anlamına gelebilir.

Diğer bir yandan yenilikler, bireyler ve gruplar arasında iki şekilde yayılabilir. Birincisi yenilikler, yenilikçiler tarafından ortaya çıktıklarında, yeniliklerin iyi nitelikteki özellikleri diğer bireylerin dikkatini çekebilmektedir. Eğer bulunan ortam belirsiz bir ortam ise yeniliklerin özelliklerinden dolayı bu yeniliği benimsemek isteyenler, ilk benimseyenlerin davranışlarını, bilgilerini ve bilgilerini öykünme eğiliminde bulunurlar (Mahajan, V., Muller M., Bass, Frank M., 1990). Öykünmeden dolayı bireyler ve gruplar arasında yayılım hızla devam edecektir. Diğer yandan, yenilik, yine kendi özellikleri bakımından bireyler arasında bağımsız bir şekilde benimsenebilir. Yani bireyler birbirlerini öykünme yoluna gitmezler. Gerçi yayılımda bu hız öykünen bireyler arasındaki yayılım hızından daha yavaştır. Yenilikler birey ya da grupların yapılarını etkilemeksizin benimsenirler. Bu özellikler (öykünme ve bağımsız benimseme) yardımı ile yayılım çeşitli araştırmacılar ve bilim adamları tarafından matematiksel modellerle açıklanmaktadır. Modeller sayesinde yayılımın hangi nedenlerden dolayı yayılımı kısmen açıklanabilmektedir. Bu modellerin alınmasına çalışma içinde değinilmeyecektir. Ancak bu modellerin varlığının bilinmesinde fayda olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

## 7. SONUÇLAR VE TARTIŞMA

### 7.1. Yaratıcılık Ve Yenilik İlişkisi

Yazında, özellikle, sosyoloji, psikoloji, pazarlama, iletişim ve örgüt kuramında yenilik ifadesinin ne olduğu yazarlarca incelenmektedir. Bu gözlemlerden yola çıkıldığında birey ya da grupların ürettiği ve uyguladığı fikirlerin bir sonucunun olması gerektiği söylenebilir. Bu anlamda ortaya çıkan ister soyut ister somut olsun **yeni** bir olgudur. Bu olgunun ne şekilde tanımlanacağı birey ve gruplara bağlıdır. Kimi yazarlara göre (örneğin, Levit, 2002) yaratıcılık ve yenilik kavramları birbirleri ile karıştırılmakta veya birlikte ele alınmaktadır. Kimi yazarlara göre ise (örneğin, Horbes, 2003) yenilik ve yaratıcılık kavramları sürekli olarak "geliştirme" kavramları ile karıştırılmaktadır. O halde yeniliğin tanımının ne olduğu sorusunun cevaplanması gerekmektedir. Yazın taraması yolu ile elde edilen tanımlar şu şekilde açıklanabilir.

Thompson'a (1965) göre yenilik, yeni fikirlerin, süreçlerin, ürünlerin ya da hizmetlerin üretilmesi, kabullendirilmesi ve uygulanması olarak ifade edilir. Drucker'a (2002) göre ise, bir iş sektöründe, kurumsal yapılarda ya da teşebbüs edilen yeni bir kavramda girişimci olabilmenin bir fonksiyonudur. Mumford'a (2002) göre ise yenilik,

bireylerin birbirleri arasındaki kişisel aktivitelerini ne şekilde organize edeceğini ya da amaçlarının sağlanması yolundaki yeni fikirlerin üretilmesi ve uygulanmasıdır. Yazara göre bu tanım daha çok sosyal içeriklidir. Bu bağlamda sistemlerin, sosyal kurumların ya da sosyal ilişkilerin gelişiminde yeniliğin etkisi büyüktür. Rogers ve Scott (1997), yeniliği, bir birey ya da bireylerin oluşturdukları grupların edindiği fikir, herhangi bir uygulama ya da obje şeklinde tanımlamıştır. Damanpour ve Gapolakrishnan'da (2001) yeniliği, piyasaya sürülen yeni bir obje şeklinde tanımlamış ve buna yeni marka bir bilgisayar ya da yeni model bir arabayı örnek göstermiştir.

Tanımlardan da görüldüğü gibi bazı özgül kavramlar göze çarpmaktadır. Örneğin "yeni fikirlerin üretilmesi ve uygulanması" kavramı yaratıcılığın daha önce yapılan tanımları ile benzerlik göstermektedir. Burada farklılaşan nokta yeniliklerin somut bir olgu olduğunda, üretilen ve uygulanan fikirlerin bir sonucu olarak ortaya çıkmasıdır. Bu olgu ise hem teknolojik hem de diğer teknik sebeplerden dolayı ortaya çıkabilir. Diğer yandan, bilişsel açıdan, yenilik fikir ve düşüncelerin kolektif bir bütünden ortaya çıkan yeni bir alet ve/ya aygıt da olabilir. Ayrıca, yeniliklerin ortaya çıkışı ile birlikte bu yeniliği benimsemek birey ve/ya gruplar bazında olabilir. Bu bağlamda yeniliklerin özelliklerinin belirlenmesi farklılaşan noktadaki detayları zenginleştirecektir.

Hem yaratıcılık hem de yenilik kavramlarının ne olduğuna ilişkin yazına bakıldığında hem benzer hem de farklı sonuçlar gözlenmiştir. Yaratıcılık ve yenilik kavramlarında fikirlerin, düşüncelerin ve savların ön plana çıktığı dikkati çekmektedir. Ancak bu bağlamda, fikirler, düşünceler ve savların yaratıcılık ve yenilik olgusu açısından farklılık gösterdiği yazarlar tarafından iddia edilmektedir. Bu farklılıkları göz önünde bulundurarak ortaya üç önermenin verilmesi mümkündür. Birinci önerme kavramların arasındaki farklılığı öne çıkarmaktadır. İkinci önerme birey ve grup kavramına vurgu yapmakta ve üçüncü önerme ise ele alınan iki kavramın hangi konularda benzerlik gösterdiği üzerine kurulmuştur.

***Önerme 1. Birey, grup ve örgüt bağlamında; düşünceler, fikirler, savlar açısından bakıldığında, yaratıcılık yeni olguların düşünülmesi, fikirlerin üretilmesi ve geliştirilmesi; yenilik ise, düşünülen olguların gerçekleştirilmesi, üretilen fikirlerin uygulamaya konulması olarak ele alınmalıdır.***

***Önerme 2. Birey, grup ve örgüt bağlamında; yaratıcılık olgusunda, kişisel beceri, kabiliyet ve yetenek gereksinimi ön planda iken; yenilik, daha çok grup çalışmaları ve uygulamaları sonucu ortaya çıkar. Dolayısı ile, grup bazındaki yenilikler daha karmaşık yapıda olacak, kişisel yenilikler ise daha basit yapıda ve kısa süreli ihtiyaçları karşılamak için yapılacaktır.***



***Önerme 3. Birey, grup ve örgüt bağlamında yaratıcılık ve yenilik olgusu birbirinden farklı özelliklere sahipken, problem çözümü, ihtiyaç giderimi ve amaç ve hedeflere ulaşmada benzer özelliklere sahiptir.***

Yenilik ve yaratıcılık olgusuna yönelik yazın araştırmasının ve önermelerin bir kavramsal çerçeve içerisinde ele alınması öngörüldüğünde, şu sonuçların çalışma tarafından ortaya çıkarıldığını söylemek mümkündür. Her ne kadar bu iki olgu yazın tarafından farklı olarak ele alınsa da, olguların birbirlerini tamamlayıcı özelliğinin bulunduğu vurgulanması gereken bir noktadır. Çevresel baskılar ve kısıtlar, grup ve örgüt içi ve arası çatışmalar yaratıcılık ve yenilik olgusunu olumsuz yönde etkilerken bu etki dolaylı olarak birey ve gruplara da yansımaktadır.

Diğer yandan, isteklendirme, teşvik ve ödüllendirme sistemleri, takım çalışmaları ve etkin liderlik gibi konular yenilik ve yaratıcılık olgusu üzerinde olumlu etkiye sahiptir. Bireyler, gruplar ve örgütler ise bu etkiden olumlu olarak etkilenmektedir. Örgütsel performans üzerinde etkili olduğu öne sürülen yenilik ve yaratıcılık kavramı (Bharadwaj ve Menon, 2000), örgütsel iklimi, liderlik tipini, örgüt kültürünü ve yapısını belirleyici özelliklere sahiptir (Andriopoulos, 2001). Bütün bu ele alınan değişkenlerin hem görgül hem de nitel araştırma yöntemleri ile sınanması ileride yapılacak olan çalışmalarda önemli rol oynayacaktır. Bu çalışmada öne sürülen önermelerin sınanması da ileriki zamanlarda yapılacak olan çalışmalar arasında yer almaktadır.

## **KAYNAKÇA**

ABRAHAMSON, E., (1991): "Managerial Fads and Fashions: The Diffusion and Rejection of Innovations", *Academy of Management Review*, 18(3):487-517.

AMABILE, Teresa M., "What Does a Theory of Creativity Require?". *Psychological Inquiry*, 4(2):179-237

AMABILE, Teresa M., (1995): "Attributions of Creativity: What Are the Consequences?". *Creativity Research Journal*, 4, 423-426.

AMABILE, Teresa M., Hadley, Constance N., (2002): "Creativity Under the Gun". *Harvard Business Review*, 80(8): 45-67.

ANDRIOPOULOS, C., (2001): "Determinants of Organizational Creativity; A Literature Review". *Management Decision*, 39(10): 834-840.

ARENOSKY, J., "How to Put Creativity into Your Work Life". *Career World*, 29(1):24-29

BHARADWAJ S., ve MENON, A., (2000): "Making Innovation Happen in Organizations: Individual Creativity Mechanisms, Organizational Creativity Mechanisms or Both?". *Journal of Production Innovation Making*, 17, 424-434.

BAJER, J., (2003): "How to Make Innovation a "Way of Being". *Knowledge Management Review*, 6(1):8-10.

CLARK, K. (1999): "Justice and Positive and Negative Creativity". *Creativity Research Journal*, 12 (3), 311-321.

DAMANPOUR, F., ve GOPALAKRIHNNAN, S., (2001): "The Dynamics of Adoption of Product and Process of Innovations". *Journal of Management Studies*, 38(1):45-65

DRUCKER, P. (2002): "The Discipline of Innovation". *Harvard Business Review*, 80 (8), 95-102.

EISENBERG, J. (1999): "How Individualism-Collectivism Moderates the Effects of Rewards on Innovation and Innovation: A Comparative Review of Practices in Japan and the US". *Creativity and Innovation Management*, 8 (4): 251-262.

FLORIDA, R., CUHSING G., GATES G. (2002): "When Social Capitalism Stifles Innovation". *Harvard Business Review*, 80 (8):20.

GELADE, G. A., (2002): "Creative Style, Personality, and Artistic Endeavor". *Genetic, Social & General Psychology Monographs*, 128 (3): 213-235.

GOLDSMITH, R. E., MATHERLY, T. A. (1987): "Adaption-Innovation and Self-Esteem". *Journal of Social Psychology*, 127(3): 20-23.

HIGGINS, M., MORGAN J. (2000): "The Role of Creativity in Planning: The 'Creative Practitioner'". *Planning Practice & Research*, 15 (1/2):117-128.

HORIBE, F. (2003): "Innovation, Creativity, and Improvement". *Canadian Manager*, 28(2): 20-23.

HUBER, G. (1998): "Synergies between Organizational Learning and Creativity & Innovation". *Creativity and Innovation Management*, 7 (1): 3-9.

HARNARD, S. (Bt)., "Creativity: Method or Magic?", web: <http://www.ecs.soton.ac.uk/~harnard/Hyper-mail/Foundations.Cognitive.Science2000/0012.html>, (18.07.2003)

JAMES, K., CLARK, K., CROPANZANO, R., (1999): "Positive and Negative Creativity in Groups, Institutions and Organizations: A Model and Theoretical Extension". *Creativity Research Journal*, 12(3):211-226.

KIRTON, M., BAILEY, A. (1991): "Adaptors and Innovators: Preference for Educational Procedures". *Journal of Psychology*, 125 (4).

LEVITT, T. (2002): "Creativity is not Enough". *Harvard Business Review*, 80 (8), 137-146.

MAHAJAN, V., MULLER M., BASS, Frank M. (1990): "New Product Diffusion Models in Marketing: A Review and Directions for Research." *The Journal of Marketing*, 14, 1-26

MILLER, M. (2001): "Break down Barriers to Innovation & Creativity". *Credit Union Magazine*, 67 (9): 22-24.

MITSUFUJI, T. (2001): "How an Innovation is Formed: A Case Study of Japanese Word Processors", Paper presented at the 5<sup>th</sup> International Conference on Technology, Policy and Innovation, Holland.

MUMFORD, M. D. (2000): "Managing Creative People: Strategies and Tactics for Innovation". *Human Resource Management Review*. 10 (3):313-352.

MUMFORD, M. D. (2002): "Social Innovation: Ten Cases from Benjamin Franklin". *Creativity Research Journal*, 14 (2): 253-267.

PATTON, J. D. (2002): "The Role of Pioneers in Creative Innovation". *Creativity Research Journal*, 14 (1): 111-127.

PAULUS, P. B. (2000): "Groups, Teams, and Creativity: The Creative Potential of Idea Generating Groups". *Applied Psychology*, 49 (2): 237-263.

PERRY-SMITH, J. E., SHALLEY, C. E. (2003): "The Social Side of Creativity: A Static and Dynamic Social Network Perspective". *Academy of Management Review*, 28 (1): 89-107.

RUSCIO, A. M., AMABILE T. M. (1999): "Effects of Instructional Style on Problem-Solving Creativity". *Creativity Research Journal*, 12 (4): 251-267.

ROGERS, Everett M. (1995): *Diffusion of Innovations*, Free Press, New York.

ROGERS, Everett M., SCOTT, Karilyn L. (1997): "The Diffusion of Innovations model and National Network of Libraries of Medicine to Native American Communities", Paper Presented in National Network of Libraries of Medicine, Seattle-Usa.

SADLER-SMITH, E., BADGER, B. (1998): "Cognitive Style, Learning, and Innovation". *Technology Analysis & Strategic Management*, 10 (2): 247-266.

SCOTT, A. (1997): "Creative? Who, me?". *Des Moines Record*, 93 (10), 8.

SEBELL, M. H. (2002). "Nine Myths Kill Innovation". *Executive Excellence*, 19 (4): 17.

SKINNER, Nicholas F., DRAKE, Jillian M., (2003): "Behavioral Implications of Adaption-Innovation: III. Adaption-Innovation, Achievement Motivation, and Academic Performance", *Social Behavior & Personality*, Vol. 31(1):101-106.

SUTTON, R. I. (2002): "Why Innovation Happens When Happy People Fight?." *Ivey Business Journal*, 67 (2): 1-7.

THOMPSON, V. (1965): "Bureaucracy and Innovation.", *Administrative Science Quarterly*, 10(1):1-21.

TORRANCE, E. Paul., (1993): "Understanding Creativity: Where to Start?". *Psychological Inquiry*, 4(3): 232-235.

WEJNERT, B., (2002): "Integrating Models of Diffusion of Innovations: A Conceptual Framework". *Annual Review of Sociology*, 28:297-326.

WRIGHT, M. & CHARLETT, D (1995): "New Product Diffusion Models in Marketing: An Assesment of two Approaches", *Marketing Bulletin*, 6:32-41.