

Örgütlerde Mizah Kullanımına Genel Bir Bakış: Web of Science Veri Tabanına Dayalı Bibliyometrik Bir Analiz

Hilmiye TÜRESİN TETİK^{a, b}

Özet

Bu çalışmada bibliyometrik analiz yöntemi ile yönetim disiplini bağlamında örgütlerde mizah kullanımının tarihsel gelişimini belirlemek ve gelecekte bu alanda çalışma yapanlara kavramsal bir çerçeve oluşturarak yol gösterici olmak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, Web of Science veri tabanında yayımlanmış ve farklı endekslerde taranan örgütlerde mizah kullanımıyla ilgili 2022 yılına kadar yayımlanan makaleler bibliyometrik yöntemle analiz edilmiştir. Anahtar kelime, özet ve başlık alanlarında yönetim alanına odaklanan 306 makale incelenmiştir. Araştırma amacı doğrultusunda oluşturulan soruları yanıtlamak amacıyla çeşitli üretkenlik göstergeleri incelenmiş ve bibliyometrik analiz kapsamında atıf analizi, ortak atıf ve ortak kelime analizi yapılmıştır. Sonuç olarak, örgütlerde mizah kullanımına ilişkin çalışmalarla yönelik yönetim alanında ilginin son 15 yılda artış gösterdiği bulunmuştur. Türkiye kaynaklı yayın sayısının 4 olması, örgütlerde mizah kullanımına ilişkin alanın ülkemizde gelişmeye açık olduğunun bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Sosyal medya, liderin mizah kullanımı, iş yerinde eğlence, statü ve içerik analizi konularının "örgütlerde mizah kullanımı" alanında güncel konular olduğu da tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler

Örgütlerde Mizah
Bibliyometrik Analiz
Web of Science
Örgütsel Davranış

Makale Hakkında

Geliş Tarihi: 01.04.2022
Kabul Tarihi: 21.09.2022
Doi: 10.18026/cbayarsos.1097314

An Overview of The Use of Humor in the Organization: Bibliometric Analysis Based on Web of Science Database

Abstract

This study, it is aimed to determine the historical development of the use of humor in organizations in the context of management discipline with the bibliometric analysis method and to guide those who work in this field in the future by creating a conceptual framework. For this purpose, articles published in the Web of Science database and scanned in different indexes on the use of humor in organizations until 2022 were analyzed by the bibliometric method. 306 articles focusing on the field of management were examined in the keywords, abstract, and title areas. To answer the questions created for the research, various productivity indicators were examined and citation analysis, co-citation, and co-word analysis were performed within the scope of bibliometric analysis. It has been found that the interest in the field of management for studies on the use of humor in organizations has increased in the last 15 years. The fact that the number of publications originating from Turkey is 4 can be considered as an indication that the field of humor use in organizations is open to development in our country. It has also been determined that social media, the leader's use of humor, entertainment at work, status, and content analysis are current issues in the field of "use of humor in organizations".

Keywords

Organizational Humor
Bibliometric Analysis
Web of Science
Organizational Behavior

About Article

Received: 01.04.2022
Accepted: 21.09.2022
Doi: 10.18026/cbayarsos.1097314

^a İletişim yazarı: hilmiye.turesin@cbu.edu.tr,

^b Doç.Dr, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, <https://orcid.org/0000-0002-7050-0495>

Giriş

Çalışma hayatında karşılaşılabilecek olumlu ve olumsuz olaylar düşünüldüğünde, pozitif, keyif veren bir çalışma ortamına sahip olmak hem yöneticilerin hem de çalışanların beklentisidir. Öte yandan, yönetim sürecinde mizah kullanan bazı yöneticiler otoritelerinin zayıflayacağına ve yönetim sürecinin ciddiyetine zarar geleceğine yönelik endişe duymaktadır. Bu nedenle de bazı yöneticiler mizah kullanımını kırılğanlık olarak değerlendirmektedir. Son yıllarda bireyler huzur ve güveni daha çok talep etmekte ve insancıl yönetime giderek daha fazla ilgi göstermektedirler. Mizahın gerilimi azaltan ve otoriteye insani bir kimlik kazandıran önemli bir araç olarak rol oynadığının belirlenmesi de bu ilgiyi arttırmaktadır (Alan & Tiryaki Şen, 2016). Çakmak & Baş (2016) da çalışma şartlarının iyileştirilmesi ve çalışanlardaki tükenmişlik düzeyinin azaltılması için çalışanların mizah duygularının geliştirilmesini önermişlerdir. Aycan (2021)'ın ülkemiz bağlamında başarılı bir yönetim tarzı olarak ileri sürdüğü güçlendirme kültürünün özelliklerinden biri çalışanlara keyifli bir iş ortamı sağlanmasıdır. Keyifli iş ortamının yapı taşlarından biri olarak mizahi dilin varlığı kabul edilebilir. Pozitif mizah kullanımı, mevcut ilişkileri güçlendirmekte ve bu ilişkilere zarar vermemekte; öte yandan yeni ilişkilerin oluşmasını kolaylaştırmaktadır (Cooper, 2008). Yöneticilerin ve çalışanların doğru zamanda ve miktarda kullandıkları mizah keyifli ve eğlenceli bir iş ortamı yaratmada önemli unsurlardan biri olarak kabul edilebilir. Bu kapsamda, bibliyometrik analiz yöntemi ile yönetim disiplini bağlamında örgütlerde mizah kullanımının tarihsel gelişimini belirlemek ve gelecekte bu alanda çalışma yapanlara kavramsal bir çerçeve oluşturarak yol gösterici olmak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda şu sorulara cevap aranmıştır:

- a. Örgütlerde mizah kullanımıyla ilgili en etkili makaleler hangileridir?
- b. Örgütlerde mizah kullanımıyla ilgili makalelerin yıllar itibariyle sayısı nasıl eğilim göstermiştir?
- c. Örgütlerde mizah kullanımıyla ilgili yoğunlukla çalışılan anahtar kelimeler hangileridir?
- d. Örgütlerde mizah kullanımı konusunda yoğunlukla çalışan yazarlar kimlerdir?
- e. Örgütlerde mizah kullanımı konusunda alanı yönlendiren dergiler hangileridir?
- f. Örgütlerde mizah kullanımıyla ilgili en fazla yayın yapan üniversiteler ve araştırma merkezleri hangileridir?
- g. Örgütlerde mizah kullanımının yoğunlukla çalışıldığı ülkeler hangileridir?
- h. Örgütlerde mizah kullanımı konusunda yoğunlukla birlikte çalışma yapanlar kimlerdir?

Bu sorular aracılığıyla, örgütlerde mizah kullanımıyla ilişkili çalışmaların gelişimini ve çalışma alanının entelektüel yapısını görsel bir haritalamayla sunarak literatüre katkı sağlanması amaçlanmaktadır. 2022 yılına kadar, yönetim disiplini çerçevesinde örgütlerde mizah kullanımına ilişkin yayımlanan 306 makalenin genel görünümünü çeşitli üretkenlik göstergeleri açısından değerlendirmek ve sonrasında ise bibliyometrik analiz yöntemlerinden atıf analizi, ortak-atıf analizi ve ortak kelime analizi yapılması da amaçlanmıştır. Bu amaçlar doğrultusunda analiz sonuçları tartışılmış ve gelecekte yapılabilecek araştırmalara ilişkin önerilerde bulunulmuştur.

Örgütlerde Mizah Kavramı

Mizah kavramına ilişkin tanımlamalar ve değerlendirmeler uzun yıllar öncesine dayanmaktadır. Kahn'a göre (1989) çatışan iki durum çarpık mantık sistemleri içinde anlamlı bir şekilde çözüldüğünde mizah ortaya çıkmaktadır. Öte yandan, mizah kullanan bireylerin

tarafsız davranmada kendilerini daha güçlü hissettiklerini ve tehdit edici bir durum karşısında kendilerini daha rahat hissettiklerini savunmaktadır. Freud'dan itibaren psikoloji alanında çalışan bilim insanlarının birçoğu mizah kullanımı uyarlanabilir, esnek ve sağlıklı bir savunma mekanizması olduğunu iddia etmişlerdir (Martin & Lefcourt, 1983). Çalışma hayatında kaçınılmaz ve birçok etkisi olan bir kavram olan mizah (Scheel & Gockel, 2017) stresin olumsuz etkisini azaltan bir unsur olarak görülmektedir (Martin & Lefcourt, 1983). Mizah, örgüt içindeki otorite baskısından uzaklaşabilmeye, stres yaratan mesleki unsurlarla baş edebilmeye, sosyal ve profesyonel işbirliği sağlayabilmeye imkan sağlamaktadır (Gayadeen & Phillips, 2016). Holmes (2007) da çatışmadan kaynaklı ortaya çıkabilecek olumsuzlukları ortadan kaldırmada mizahın yararlı bir strateji olduğunu ileri sürmüştür. Bu önermeyi destekleyen çalışmalar olduğu görülmektedir. Örneğin, okul müdürlerinin stresi yönetmek, katı bürokratik yapının olumsuzluklarını gidermek ve samimi bir ortam oluşturmak, sosyal ilişkileri olumlu yönde geliştirmek ve sürdürmek için mizah kullandıkları görülmektedir (Recepoglu & Özdemir, 2012). Mizah, işi daha eğlenceli hale getirerek çalışanları rahatlatılabilecek ve örgütte pozitif bir atmosfer yaratacak bir mekanizma olarak kullanılabilir (Romero & Cruthirds, 2006). Mizahın pozitif bir örgütsel davranış olduğuna ilişkin varsayımdan hareketle örgüt çapında çeşitli uygulamalara yer verilmektedir. Bu anlamda, mizah odası kurmak (Kodak eastman, Hewlett Packard), komedyenler ve mizah danışmanları (Owens-Cornin Fiberglass) istihdam etmek (American Academy of Physician Assistants), misyon cümlelerine mizahı da eklemek (Zapatec Software, Highway Insurance), müşteri hizmetlerinde mizah kullanımını vurgulamak (SoutWest Airlines) ve iş yerinize evcil hayvanınızı getirmek gibi programlar yoluyla iş yerinde eğlenceyi vurgulamak bu uygulamalara örnek verilebilir (Wood vd., 2001).

Mizahı insanların topluluk halinde yaşamasının bir ürünü ve olaylara gülerek yaklaşılması sanatı olarak görenler (Çakmak & Baş, 2016) olmasına rağmen; mizahı eğlence ile eş değer tutmamak gerektiğini (Çelikten & Çelikten, 2018) ileri sürenler de vardır. Mizaha yönelik pozitif bir bakış açısına sahip olmak; saldırgan, kendi kendini engelleyen ve alaycı mizahı kapsayarak mizahın fonksiyonel olmayan etkilerini göz ardı etmektedir (Wood vd., 2001). Görüldüğü üzere, mizah kavramı güldürmek, eğlendirmek, alay etmek, iğnelemek, dokundurmak, yermek ve taşlamak eylemlerini içine alan geniş bir bakış açısıyla değerlendirilmektedir (Teker vd., 2018). Mizah gülmeyi, eğlenceli hikayeleri, şakaları ve mizahi davranışlarla birlikte çeşitli ironik, alaycı ve saldırgan tutumları kapsayan karmaşık ve çok yönlü bir kavramdır (Lang & Lee, 2010). Örgüt üyelerinin mizahın çift anlamlı- doğruları ve doğru olmayanları içermekte- olduğunu kabullenmek zorunda olduğu görülmektedir (Kahn,1989). Dolayısıyla, mizah kullanımının olumlu ve olumsuz etkileri göz önünde bulundurularak doğru ve yerinde tercihler yapılması oldukça önem arz etmektedir. Bu etkileri açıklamak için ileri sürülen çeşitli mizah teorileri bulunmaktadır.

Mevcut mizah teorileri, mizahı değerlendirenlerin kullandıkları süreçlerin (mizahi durumların eğlenceli olup olmadığı konusunda nasıl yargıya varılır?) yanı sıra bireyleri mizahı açıklamaya ya da kullanmaya iten nedenlerin (mizahı ne harekete geçirir?) neler olduğunu açıklamaktadır. Yazında rahatlatma, üstünlük ve uyumsuzluk olmak üzere üç temel mizah teorisi bulunmaktadır. Bu teoriler kişilerin mizahı neden kullandıklarına ve neleri mizah malzemesi olarak kullandıklarına odaklanmaktadır. Rahatlatma teorisi, Sigmund Freud'a atfedilmektedir. Bu teoriye göre mizahi tutum, gerçekleri reddetmek ve acı çekmemek için egoyu ve süper egoyu bir savunma mekanizması olarak kullanmaktadır. Üstünlük teorisine göre mizah diğer tarafa yönelik saldırgan bir tutum sergilememeli ve kişinin

kendisine odaklanabilmelidir. Kant, Kierkegaard, Bergson, Koestler ve diğerleri tarafından tanımlanan uyumsuzluk teorisi kişinin beklediği ile gerçekte olan arasındaki durumu işaret etmektedir. Diğer iki teori, kişilerdeki mizahi unsuru harekete geçiren koşulları tanımlarken, uyumsuzluk teorisi mizahi unsuru tanımlamaktadır. Son yıllarda, dördüncü mizah teorisi olarak ayrıntıları anlama teorisi de kabul edilmektedir. Cooper (2008) tarafından kavramsallaştırılan ayrıntıları anlama teorisi, kişilerdeki mizahı tarafı harekete geçiren unsurun ne olduğunu açıklamaktan ziyade kişilerin mizahı nasıl değerlendirdiklerine odaklanmaktadır. Bazılarının mizahı eğlenceli bulurken, diğerlerinin saldırgan bulmalarının nedenini açıklamaya çalışmaktadır (Cooper, 2008).

Örgütün 'mizah diline' hâkim olmak (Kahn, 1989) ve kullanılan mizah tarzını yorumlama şekli oldukça önemlidir. Moake & Robert (2021)'e göre saldırgan mizah tarzına sahip yüksek statüye sahip kadınlar düşük statüye sahip ve saldırgan mizah tarzına sahip kadınlardan daha gülünç görünmemektedir. Yüksek statülü kadınlar, katılımcı mizah tarzlarını düşük statülü kadınlardan ziyade düşük statülü erkeklere karşı kullandıklarında daha gülünç olarak görünmektedir. Dolayısıyla, kadınlara yönelik daha dar çerçevede değerlendirilen sosyal rol beklentileri kişilerarası mizahın kadınlar için daha riskli bir strateji olduğunu göstermektedir (Moake & Robert, 2021). Öte yandan, Evans vd. (2019) tarafından ileri sürülen eş zamanlı-kısıtlatım teorisi mizahi davranışı değerlendirmede cinsiyetin etkisine ilişkin bir çerçeve sunmaktadır. Bu çerçevedeki temel inanç, kalıp yargılar ve gözlenen davranışlar gibi farklı bilgi kaynaklarının eş zamanlı (paralel) değerlendirildiği ve kişisel algıyı bir arada oluşturduklarıdır. Bu noktada, davranış belirsiz olarak yorumlandığında, kalıp yargılar yorumu etkilemekte ve böylece beklentiler karşılanmaktadır. Bu teoriye göre, cinsiyete ilişkin kalıp yargılar yıkıcı ya da yapıcı olarak görülen mizah derecesini etkileme potansiyeline sahiptir. Belirsiz yorumlamalara açık mizahi davranışlar nedeniyle kadınların cezalandırılabilmesi ileri sürülmektedir. Bu nedenle, kadın yöneticiler kariyer gelişim fırsatlarının ve verimliliklerinin kısıtlandığını düşünmektedir (Evans vd., 2019). Başka bir bakış açısına göre, aynı grup içindekilerin bazıları liderin kullandığı mizah tipini olumlu değerlendirirken, diğerleri olumsuz olarak değerlendirebilir. Cinsiyet ve etnik köken değişkenlerinin bu değerlendirmede etkili olacağı düşünülebilir. Mizahın olumlu katkıları dikkate alındığında, yöneticiler ve takım üyeleri için mizah eğitimleri tasarlamada bir model önerilmektedir. Önerilen modele göre, uygun mizah tarzının seçiminin nasıl belirleneceği, mizah tarzının kullanımında etnik köken ve cinsiyet farklılıklarının nasıl dikkate alınacağı ve mizah tarzlarının belirli örgütsel çıktılarla nasıl eşleştirileceğine yönelik modüller tasarlanabilir (Romero & Cruthirds, 2006). Liderler ve takipçiler farklı cinsiyetlere sahip olduğunda, liderlerdeki düşük gelenekselciliğin, mizah davranışlarını geliştirmede daha belirgin bir rol oynadığı ve bunun da çalışanların iş performansını artırdığı görülmektedir (Tan vd., 2021).

Mizahın bireyler üzerindeki etkilerine yönelik geliştirilen modeller de bulunmaktadır. Bunlardan biri, Martin vd. (2003) tarafından geliştirilmiştir: Mizahın fonksiyonlarına ilişkin geliştirilen 2x2 modele dayanarak, mizah kullanımında kişisel farklılıklara dayanan dört boyut ileri sürülmektedir. Bu modele göre, mizah görelilik olarak şefkatli ve faydacı (hem kendisi hem de diğerleri için toleranslı olmak) olma ile diğerleriyle kurulan ilişkilerde incitici ya da kırıcı olma arasındaki fark olarak değerlendirilmektedir. Böylece, mizah diğerlerine zarar vermeyerek ve toleranslı bir şekilde davranışı güçlendirmek (kendini geliştiren mizah) ya da diğerleriyle kurulan ilişkilere zarar vermek (saldırgan mizah) için kullanılmaktadır. Mizah kendine zarar verme ya da kendi pahasına (kendini yıkıcı mizah) ve görelilik olarak

şefkatli ve kendini kabul ettirici (katılımcı mizah) bir yöntem olarak kişinin diğerleriyle ilişkisini güçlendirmek için de kullanılmaktadır. Katılımcı mizah kişilerarası bağlılığı ve etkileşimi kuvvetlendirmektedir. Bu mizah tipinin öz saygı, dışadönüklük, ilişki doyumu, pozitif ruh hali ve duygularla ilişkili olması ve kendini geliştiren mizah tipinin psikolojik iyi oluş, öz saygı ve deneyime açıklık ile pozitif, depresyon ve endişe gibi negatif duygularla negatif ilişkili olması beklenmektedir. Saldırgan mizah tipinin doyum, nezaket ve dürüstlük ile negatif; saldırganlık, düşmanlık ve korku ile pozitif ilişkili olması; kendini yıkıcı mizah doyum, psikolojik iyi oluş ve öz saygı ile negatif depresyon ve endişe gibi negatif duygularla pozitif ilişkili olması ileri sürülmektedir (Martin vd., 2003). Katılımcı mizah, pozitif bir çevre yaratan ve kişilerarası ilişkileri kuvvetlendiren sosyal bir kolaylaştırıcı gibidir (Romero & Cruthirds, 2006). Katılımcı mizah tarzı kişilerarası etkileşimi kolaylaştırmakta ve pozitif bir iş çevresi yaratmaktadır. Öte yandan kendini yıkıcı mizah kişilerarası gerginlikleri azaltmak gibi bazı faydalar sağlayabilmekte, ancak diğerleriyle kurulabilecek etkileşimde söz sahibi olan duygulara zarar verebilmektedir (Kim vd., 2016). Güney Koreli çalışanlar ve yöneticiler ile yapılan bir araştırmada, kendini geliştirici mizah tarzını kullanan yöneticilerin çalışanlarının iş doyumunu ve psikolojik iyi oluş düzeylerini pozitif etkiledikleri belirtilmektedir (Kim vd., 2016). Öte yandan, liderin katılımcı mizah tarzı lider-üye etkileşimini pozitif, saldırgan mizah tarzı ise negatif etkilemekte; bu kapsamda katılımcı mizah tarzının kullanımını arttıracak eğitim programlarının geliştirilmesi ve saldırgan mizah tarzını önlemeye yönelik kurallar koyulması önerilmektedir (Pundt & Herrmann, 2015).

Örgütlerde mizah kullanımının olumlu ve olumsuz etkileri çeşitli örneklerle yerli ve yabancı yazında araştırılmaktadır. Mizahın uygun bir zamanda kullanılması, mizahı kullanırken bireyin bunu nasıl algılayacağını önceden tahmin edilmesi ve alaycı, küçük düşürücü, cinsellik ve etkin kökenle ilgili şakalardan uzak durulması oldukça önemlidir (Çelikten & Çelikten, 2018). Yöneticilerin uygun mizah tarzına sahip olmaları çalışanların ihmalkar davranışlarını ve işten ayrılma eğilimlerini azaltmaktadır (Sobral & Islam, 2015). Mizah bireylerin yetersiz hissetmesine, öz-güvenlerinin azalmasına ya da strese neden oluyorsa, bu fonksiyonel olmayan çıktılar ve fonksiyonel olmayan davranışı ortaya çıkarmaktadır (Wood vd., 2001). Uygun ve doğru zamanda, miktarda ve tarzda mizah kullanılmadığı takdirde psikolojik sağlık ve iyi oluş düzeyi olumlu yönde etkilenmemektedir (Martin vd., 2003). Çinli çalışanlar ile yapılan bir araştırmada da saldırgan mizah kullanan yöneticilerin çalışanları daha gergin bir ruh haline sokarak bağımlı davranışları (internet bağımlılığı, alkol ve sigara kullanma) arttırdığı ileri sürülmektedir. Öte yandan, saldırgan mizahi tutum belirli bir kesimi hedeflediğinde etik kabul edilmemektedir. Öte yandan, saldırgan mizahi tutum kasıtlı olmasa dahi yöneticilerin zayıf duygusal kapasitelerini yansıtabilir (Huo vd., 2012). Dolayısıyla, yöneticilerin kullanacakları mizah tarzını, içeriğini ve miktarını doğru tespit etmeleri gerektiği oldukça önemlidir. Filiz ve Karaca (2021), mizahı kullanmakta zorlanan yöneticilerin sadece olumlu mizah tarzlarını ölçülü bir şekilde kullanmalarını önermişlerdir. Hizmet sektöründe çalışanlar ile yapılan başka bir araştırmada ise işyerinde mizah yoluyla başa çıkma eğiliminin işten ayrılma niyetini azaltabildiği ileri sürülmektedir (Oktuğ, 2019). Bir meta analiz çalışmasında da liderin mizahi yaklaşımının izleyicilerinin iş performansı, örgütsel vatandaşlık davranışı, iş doyumunu, örgütsel bağlılık düzeylerini ve işte kalma niyetlerini etkilediği ileri sürülmektedir (Kong vd., 2019). Örgütlerde pozitif mizah ile ilgili yapılan başka bir meta analiz çalışmasında çalışanın mizah kullanım tarzının iş doyumunu, grup içi işbirliğini, başa çıkabilme etkinliğini arttırırken; tükenmişlik, stres ve işten ayrılma düzeyini azalttığı belirtilmektedir. Yöneticinin mizah kullanım tarzı

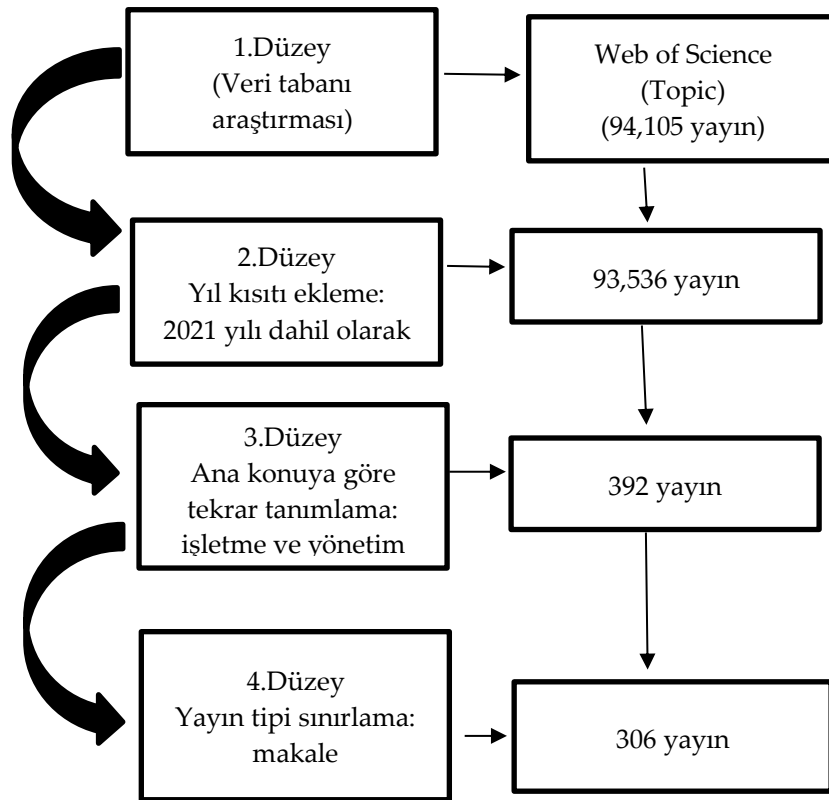
astların iş performansını, iş doyumunu, yöneticilerin performans algısını, yöneticilerinden duydukları memnuniyeti, grup içi iş birliğini güçlendirirken, işten ayrılmayı azaltmaktadır. Pozitif mizah duygusu fiziksel ve mental sağlık düzeyini pozitif etkilerken; mental sağlığı olumsuz yönde etkileyen işyeri stresinin olumsuz etkisini azaltmaktadır (Mesmer-Magnus vd., 2012). Liderlerin pozitif mizah kullanımı çalışan çıktılarına etkilemektedir. Örneğin, liderleri pozitif mizah kullananlar işlerine daha bağlı olmakta ve işlerine karşı daha pozitif duygular beslemektedirler (Goswami vd., 2016). Öte yandan, mizah kullanım tarzının liderlik tipine göre de farklılık gösterdiği görülmektedir. Örneğin, dönüşümcü liderlerin mizah kullanımı çalışanların performansını pozitif yönde etkilerken, etkileşimci ve tam serbesti tanıyan liderlerin mizah kullanımları çalışanların performansını negatif etkilemektedir (Avolio vd., 1999). İtfaiye çalışanları ile yapılan bir araştırmada, tükenmişlik ve travma sonrası stres bozukluğu ile işe devamsızlık arasındaki negatif ilişkide mizah kullanımının başa çıkmanın olumsuz etkilerini azalttığı belirtilmektedir (Sliter vd., 2014). Hemşireler ile yapılan bir araştırmada, olumlu mizah tarzı ile iş doyumunu arasında pozitif, olumsuz mizah tarzı ile iş doyumunu arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğu ileri sürülmektedir (Ergözen & Uğurlu, 2019). Ancak, yapılan başka bir araştırmada lider ile astlar arasındaki ilişki kalitesi olumlu olduğu zaman liderin pozitif ya da negatif mizah kullanımı iş doyumunu ile pozitif ilişkilidir. Bahsedilen ikili arasındaki ilişki kalitesi olumsuz olduğunda iki tip mizah kullanımı da iş doyumunu ile negatif ilişkilidir (Robert vd., 2016). Dolayısıyla, yöneticilerin yapıcı mizah tarzının etkinliğini arttırmak için astlarıyla yüksek kaliteli ilişkiler kurmaları gerektiği ileri sürülebilir (Kim vd., 2016). Yapılan çalışmalarda da görüldüğü üzere, örgüt ortamında olumlu bir mizah tarzının kullanımı birçok örgütsel değişkeni olumlu yönde etkilemektedir. Pozitif örgütsel davranışların arttırılması için pozitif mizahın kullanılması önerilmektedir (Çetinkaya & Şener, 2016). Bu olumlu etkileşim de bireyin mizah kullanımına yine olumlu katkı sağlamaktadır. Bu etkileşim Fredickson (2001'den akt. Oktuğ, 2019)'ın Pozitif Duyguları Genişletme ve İnşa Etme teorisiyle açıklanmaktadır. Bu teoriye göre, pozitif duygular pozitif düşünce ve davranış çeşitlerini genişletmekte, bu genişleme de daha fazla pozitif duygu ve deneyim oluşmasını sağlamakta bu da tekrar pozitif düşünce ve davranış çeşidini arttırarak pozitif bir döngü ortaya çıkmaktadır.

Örgütlerde mizah kullanımının bireysel ve örgütsel çıktıları pozitif ve/veya negatif yönde etkileyebileceğine dair birçok çalışma ve teorinin olduğu ve kavramın güncelliğini koruduğu görülmektedir. Bu kapsamda, bu çalışmada bibliyometrik analiz yöntemi ile yönetim disiplini bağlamında örgütlerde mizah kullanımının tarihsel gelişimini belirlemek ve gelecekte bu alanda çalışma yapanlara kavramsal bir çerçeve oluşturarak yol gösterici olmak amaçlanmıştır. Örgütlerde mizah kullanımına ilişkin çalışmaların mevcut entelektüel yapısını ortaya koymak, alandaki çalışmalar arasındaki ilişkiler ağını görmek ve araştırma alanında merkezde, çevrede yer alan ve arada köprü oluşturan çalışmaları belirlemek de amaçlardan birisidir. Araştırma sonuçlarının görsel bir haritayla sunulmasının da alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bundan sonraki bölümlerde sırasıyla araştırmanın yöntemine, bulgulara, sonuç ve tartışmaya ilişkin değerlendirme ve bilgilendirme yapılmıştır.

Yöntem

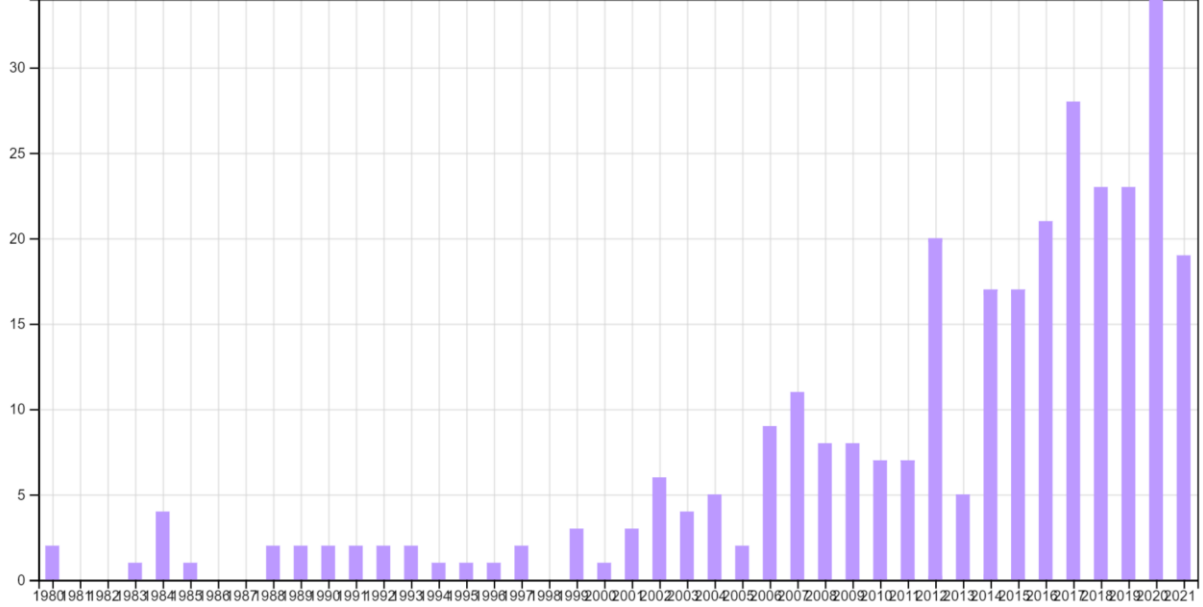
Bu çalışma 'örgütlerde mizah kullanımı' ile ilgili yönetim alanında yayımlanan makaleler üzerinden kapsamlı bir bibliyometrik analiz sunmayı amaçlamaktadır. Block & Fisch (2020) tarafından detaylıca tartışılan bibliyometrik analiz yöntemi, belirli bir araştırma alanını ve onun gelişimini deneyimli ve deneyimsiz tüm araştırmacılara özetlemektedir. Tabloları ve

grafikleri yoğun olarak kullanarak açıklamalar sunmaya çalışan bir araştırma yöntemidir. Öte yandan, bibliyometrik yöntem gelecek araştırmalar için bir yol haritası sunmaktadır. Bibliyometrik analizde, atıf analizi (citation analysis), ortak kelime analizi (co-word analysis), ortak atıf analizi (co-citation analysis) gibi analiz türleri bulunmaktadır (Öztürk, 2021). Bu araştırmada da bu analizler çerçevesinde değerlendirme yapılarak, önerilerde bulunulmuştur. Araştırma verileri sosyal bilimler alanındaki birçok bilimsel dergiyi içermesi, veri tabanının haftada bir güncellenmesi ve arşivinin 1900'lü yıllara kadar dayanması sebebiyle alandaki ilk yayınlara ulaşma imkânı veren (Falagas vd., 2008) Web of Science Core Collection veri tabanından elde edilmiş ve VOSviewer 1.6.18 yazılım programı ile analiz edilmiş ve görselleştirilmiştir. Araştırma verilerini toplama sürecinde başlık, özet ve anahtar kelime içinde araştırma imkanı veren 'topic' sekmesinde "humour* in workplace*", "organizational* humour*", "humor* in workplace*", "organizational* humor*", "manager* humour*", "manager* humor*", "humour* at work*", "humor* at work*", "leader* humour*", "leader* humor*", "supervisor* humour*", "supervisor* humor*", "humour* in organization*", "humor* in organization*", "humour*", "humor*" kelimeleri arasına OR ifadesi eklenerek tarama yapılmıştır. İlk taramada 94,105 yayına ulaşılmıştır. 2021 yılı dahil olmak üzere yapılan taramada yapılan 93,536 yayına ulaşılmıştır. Araştırma alanı yönetim olarak daraltıldığında 392 yayına, sonrasında yayın tipi makaleler olarak daraltıldığında örgütlerde mizah kullanımıyla ilgili 306 makale ile bibliyometrik analiz yapılmıştır. Bahsedilen süreç şekil 1'de özetlenmiştir. Öte yandan, veri dosyasında farklı algılanabilecek bazı durumlara ilişkin düzenleme yapılmıştır. 'Humour' kelimesi tüm dosyada 'humor' olarak değiştirilmiştir. Bazı yazarların isimleri de uzun ve kısa olarak yazıldığında farklı algılanıp, değerlendirildiğinden, tüm dosyada yazar isimleri-soyadları taranarak eş biçimlilik sağlanmıştır.



Şekil 1: Analize dahil edilecek yayınların belirlenme süreci
Bulgular

Örgütlerde mizah kullanımıyla ilişkili olarak incelenen 306 makalenin yıllar itibariyle yayımlanma eğilimlerine ilişkin veriler değerlendirilmiştir. Yıl bazında yayımlanan makalelere ilişkin eğilim şekil 2’de gösterilmiştir. Bu eğilime ilişkin bilgiler tablo 1’de görülmektedir.



Şekil 2: Örgütlerde mizah kullanımına ilişkin 2021 yılı dahil olmak üzere yayınlanan makale sayılarının eğilimi. Web of Science veri tabanından 01.06.2022 tarihinde elde edilmiştir.

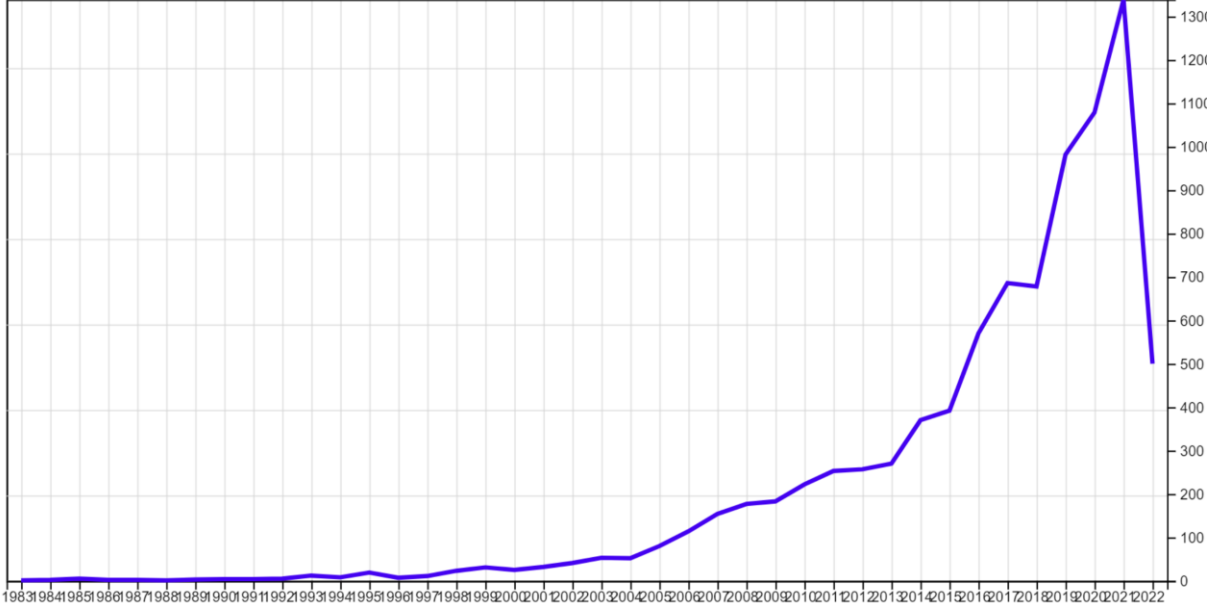
Tablo 1: Örgütlerde mizah kullanımına ilişkin 2021 yılı dahil olmak üzere yayınlanan makale sayıları. Web of Science veri tabanından 01.06.2022 tarihinde elde edilmiştir.

Yayın yılı	Yayın sayısı	Yayın yılı	Yayın sayısı	Yayın yılı	Yayın sayısı	Yayın yılı	Yayın sayısı
2021	19	2010	7	1999	3	1988	2
2020	34	2009	8	1998	-	1987	-
2019	23	2008	8	1997	2	1986	-
2018	23	2007	11	1996	1	1985	1
2017	28	2006	9	1995	1	1984	4
2016	21	2005	2	1994	1	1983	1
2015	17	2004	5	1993	2	1982	-
2014	17	2003	4	1992	2	1981	-
2013	5	2002	6	1991	2	1980	2
2012	20	2001	3	1990	2		
2011	7	2000	1	1989	2		

Örgütlerde mizah kullanımına ilişkin 1980 yılında 2 makalenin yayımlandığı görülmektedir. Konuya ilişkin olarak yayın yapılmayan yıllar da bulunmaktadır. Öte yandan, ilk defa 2007 yılında 11 makale ile, makale sayısının çift haneleri gördüğü tespit edilmiştir. 2007 yılından

İtibaren zaman zaman düşüşler olmasına rağmen alana olan ilginin giderek artış gösterdiği ileri sürülebilir. 2020 yılında en fazla 34 ile en fazla sayıda makalenin yayımlandığı görülmektedir.

Örgütlerde mizah kullanımıyla ilgili yıl bazında yayımlanan makalelere yapılan atıflara ilişkin eğilim şekil 3'de ve alanda en fazla atıf alan 10 yayına ilişkin ayrıntılı bilgi tablo 2'de görülmektedir.



Şekil 3: Örgütlerde mizah kullanımıyla ilgili makalelere 2022 yılına kadar yapılan atıfların eğilimi. Web of Science veri tabanından 01.06.2022 tarihinde elde edilmiştir.

Tablo 2: Örgütlerde mizah kullanımına ilişkin makalelere 2022 yılına kadar yapılan atıf sayıları. Web of Science veri tabanından 01.06.2022 tarihinde oluşturulmuştur.

Yayın Adı	Yazar Adı	Yayın Yılı	Dergi Adı	Yapılan Toplam Atıf Sayısı
Exploring Paradox: Toward A More Comprehensive Guide	Lewis, MW	2000	Academy of Management Review	1030
Normalizing Dirty Work: Managerial Tactics For Countering Occupational Taint	Ashforth, BE; Kreiner, GE; Clark, MA ve Fugate, M	2007	Academy of Management Journal	277
Engineering Humor - Masculinity, Joking and Conflict in Shop-Floor Relations	Collinson, DL	1988	Organization Studies	274
Advertising Content and Consumer Engagement on Social Media: Evidence from Facebook	Lee, D; Hosanagar, K ve Nair, HS	2018	Management Science	225
Complex thinking, complex practice: The case for a narrative	Tsoukas, H ve Hatch, MJ	2001	Human Relations	214

approach to organizational complexity				
How management teams can have a good fight	Eisenhardt, KM; Kahwajy, JL ve Bourgeois, LJ	1997	Harvard Business Review	187
The use of humor in the workplace	Romero, EJ ve Cruthirds, KW	2006	Academy of Management Perspectives	184
A funny thing happened on the way to the bottom line: Humor as a moderator of leadership style effects	Avolio, BJ; Howell, JM ve Sosik, JJ	1999	Academy of Management Journal	180
No joking matter: Discursive struggle in the Canadian refugee system	Hardy, C ve Phillips, N	1999	Organization Studies	171
Decaf resistance - On misbehavior, cynicism, and desire in liberal workplaces	Contu, A	2008	Management Communication Quartely	166

Şekil 3’de görüldüğü üzere, örgütlerde mizah kullanımına ilişkin yayımlanan makalelere yapılan atıf sayıları yıllar itibariyle artmaktadır. Tablo 2’de ise 2022 yılına kadar en fazla atıf alan 10 makale görülmektedir. 1030 atıf sayısı ile Marianne W.Lewis’e ait 2000 yılında *Academy of Management* dergisinde yayımlanan ‘*Exploring Paradox: Toward A More Comprehensive Guide*’ adlı makalenin ilk sırada olduğu görülmektedir.

Bibliyometrik analizler belirli bir konuyla ilgili yapılan yayınları tanımlamak, değerlendirmek ve bunları incelemek için en kullanılabilir en etkili yollardan biridir. Son yıllarda sosyal bilimlerde araştırmalarında da yaygın olarak kullanılan bir analizdir. Yayınlar kapsamında üretkenlik ve ilişki göstergeleri, bibliyometrik analizler ile ortaya çıkarılmaktadır. Bu doğrultuda da atıf ve ortak atıf analizleri yoğun olarak kullanılmaktadır (Kumar vd., 2020). Bibliyometrik analizin amaçlarından biri olan alanın derinlemesine analiz edilmesi (Öztürk, 2021) bu araştırma kapsamında “örgütlerde mizah kullanımının” genel görünümünü belirlemek üzere kullanılmıştır. Öncelikle yönetim disiplini çerçevesinde, WoS veritabanından 2022 yılına kadar ulaşılan 306 makalenin genel görünümü çeşitli üretkenlik göstergeleri açısından değerlendirilmiş, sonrasında ise bibliyometrik analiz yöntemlerinden atıf analizi, ortak-atıf analizi ve ortak kelime analizi yapılmıştır.

Üretkenlik göstergeleri

Bu çalışmada 2022 yılına kadar “örgütlerde mizah kullanımı” konusunda ve yönetim disiplini içinde yayımlanan 306 makalenin çeşitli kategoriler (yazarlar, üniversiteler, ülkeler) açısından üretkenlik göstergeleri incelenmiştir.

Tablo 3: En üretken yazarlar

Yazarlar	Yayın Sayısı
Scheel, Tabea	8
Gockel, Christine	7
Cooper, Cecily D.	4
Perarce, Philip L.	4
Robert, Christopher	4
Schnurr, Stephanie	4

Örgütlerde mizah kullanımına ilişkin en az 4 yayını olma kriterine göre yapılan analiz sonuçları tablo 3’de görülmektedir. Alanda en fazla yayına sahip olan *Tabea Scheel*’dir. Yayın üretkenliği açısından ikinci sırada 7 yayın ile *Christine Gockel*, üçüncü sırada ise 4’er yayını ile *Cecily D. Cooper*, *Philip L. Perarce*, *Christopher Robert* ve *Stephanie Schnurr* yer almaktadır.

Tablo 4: En üretken üniversiteler

Üniversite	Yayın sayısı
League of European Research Universities Leru	12
University of Missouri System	7
State University System of Florida	6
University of Missouri Columbia	6
University of North Carolina	6
Lancaster University	5
University of Alabama System	5
University of Melbourne	5
University of Miami	5
University of Queensland	5

Örgütlerde mizah kullanımı konusunda en az 5 yayını yapan yazarların üniversiteleri belirlenmiştir. Tablo 4’de görüldüğü üzere, 12 yayını ile League of European Research Universities Leru en üretken kurumdur. 2. sırada 7 yayını ile University of Missouri System, 3. sırada ise 6 yayını ile State University System of Florida, University of Missouri Columbia ve University of North Carolina bulunmaktadır.

Tablo 5: En üretken dergiler

Dergi Adı	Yayın sayısı	Atıf sayısı
Human Relations	19	1060
Organization Studies	13	1036
Leadership & Organization Development Journal	8	121
Organization	8	139
Gender Work and Organization	7	130

Örgütlerde mizah kullanımıyla ilgili en az 7 yayını yapılan dergilerin sıralaması tablo 5’de görülmektedir. *Human Relations* dergisinde örgütlerde mizah kullanımıyla ilgili yayınlanan 19

makaleye 1060 atıf yapıldığı görülmektedir. İkinci sırada yer alan *Organization Studies* dergisinde yayınlanan 13 makaleye 1036 atıf yapılırken, *Leadership & Organization Development Journal* dergisinde yayınlanan 8 makaleye 121 atıf, *Organization* dergisinde yayınlanan 8 makaleye 139 atıf yapılmıştır.

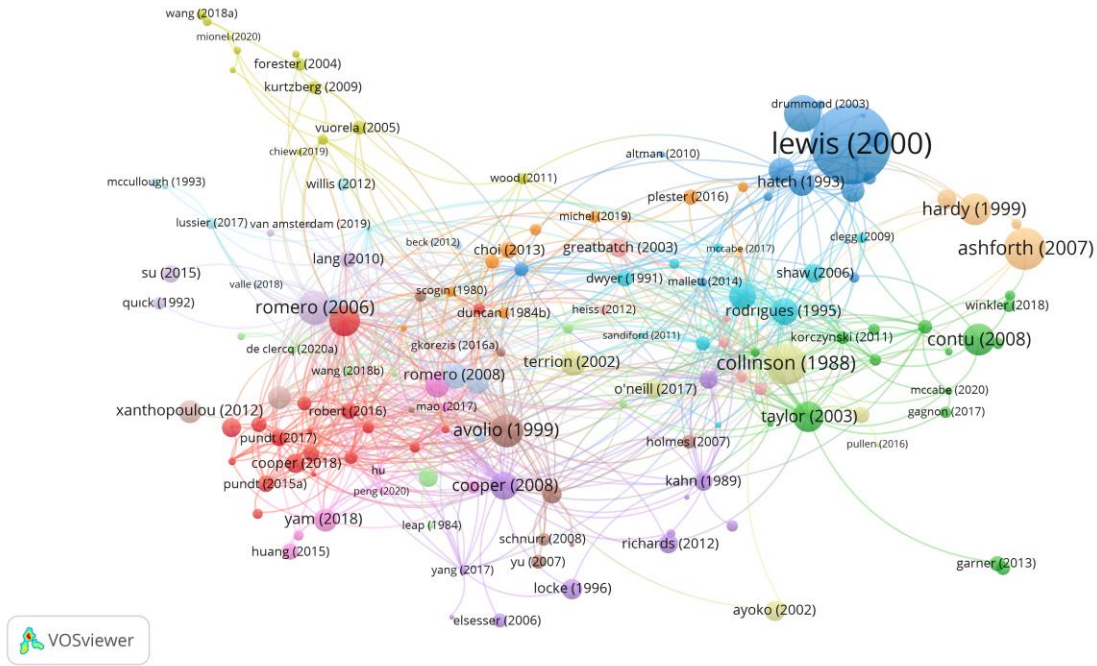
Tablo 6: En üretken ülkeler

Ülke	Yayın sayısı	Atıf sayısı
Amerika	101	4771
İngiltere	45	1147
Avustralya	30	824
Çin	20	352
Almanya	16	230
Kanada	15	614
Fransa	15	196
İskoçya	13	495
Finlandiya	11	73
Hollanda	10	263
Türkiye	4	10

Örgütlerde mizah kullanımına ilişkin en fazla yayın yapan ilk 10 ülke ve Türkiye tablo 6'da görülmektedir. Bu ülkelerin ilk 3 sırasını Amerika, İngiltere ve Avustralya oluşturmaktadır. Listede Türkiye'den 4 yayın olduğu görülmektedir.

Atıf analizi

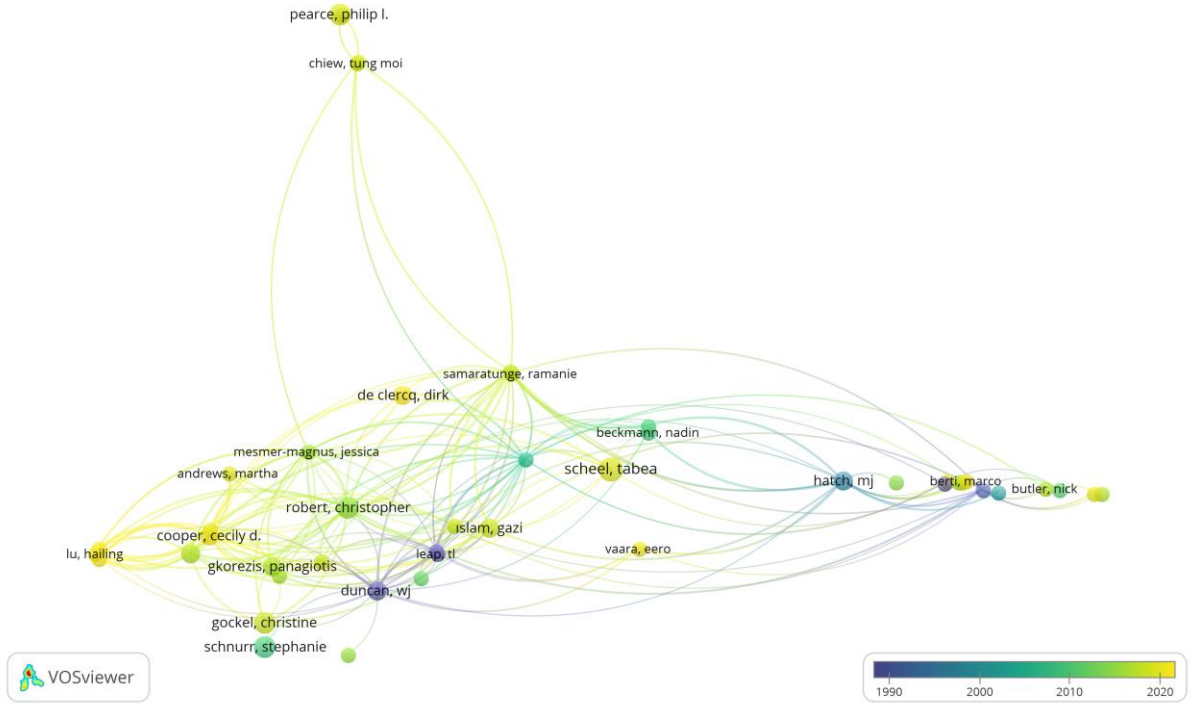
Atıf analizi, atıf sayıları üzerinden çalışma, yazar ve dergilerin etkilerini ortaya koymayı hedeflemektedir (Bağış, 2021). Bu araştırmada, en az 5 atıf almış makaleler arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan atıf analizi sonucu elde edilen ağ analizi şekil 4'de yer almaktadır. 306 makalenin 198'i bahsedilen eşik değeri karşılamaktadır.



Şekil 4: Makaleler bağlamında atıf analizi haritası

Şekil 4’de görülen daireler, atıf analizi yapılan 306 makale bağlamında en çok atıf alanları göstermektedir. Daire büyüklüğü makalelerin atıf sayılarına işaret etmektedir. Bu anlamda alandaki en etkili yayının Lewis (2000)’e ait olduğu görülmektedir. Renkler ise yayınların kendi aralarında oluşturdukları kümelerle işaret etmektedir. Analiz sonucunda, 159 farklı yayının kendi aralarında 17 farklı küme oluşturdukları görülmektedir. Birbiri ile bağlantılı yayınların oluşturduğu en geniş küme 18 yayından oluşmaktadır.

Şekil 6’da yer alan atıf analizi haritası, atıf sayısı temelinde yazarlar arasındaki etki gücünü göstermektedir. En az 2 yayını olanlar dahil edildiğinde eşik değeri karşılayan 46 yazar ile analiz gerçekleştirilmiştir. Yazarların aralarında güçlü bağlar kurdukları görülmektedir.

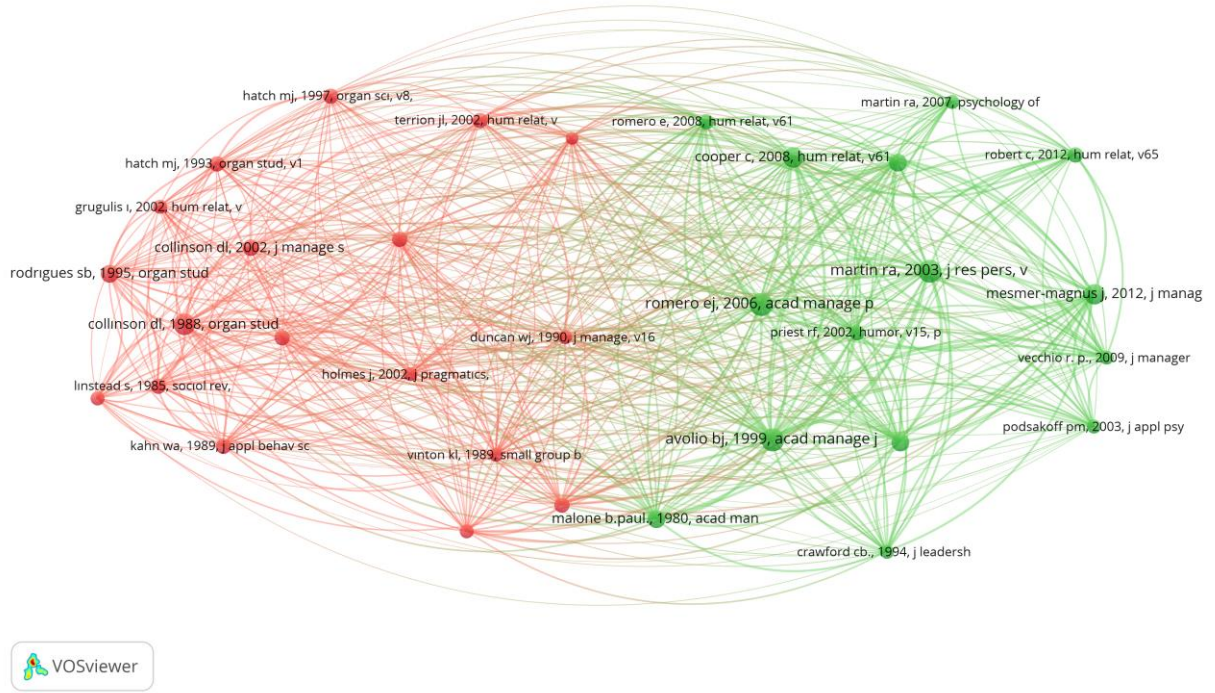


Şekil 6: Yazarlar bağlamında atıf analizinin katman (görselleştirme) haritası

Ortak-Atıf Analizi

Örgütlerde mizah kullanımına ilişkin çalışmaların mevcut entelektüel yapısını ortaya koymak, alandaki çalışmalar arasındaki ilişkiler ağını görmek ve araştırma alanında merkezde, çevrede yer alan ve arada köprü oluşturan çalışmaları belirlemek hedeflenmiştir. Ortak atıf analizi, birlikte atıf yapılan yazarlar, çalışmalar ve dergiler arasındaki ilişkilerin yoğunluğunun ve gücünün tespit edilmesine imkan vermektedir (Bağış,2021). Bu doğrultuda, örgütlerde mizah alanındaki bağlantı ağlarını tespit edebilmek için VOSviewer programında ortak atıf analizi yapılmıştır.

Ortak analizi yapılırken, alıntılanan yayınlar temel alınarak minimum alıntılanma eşiği 20 olarak belirlenmiştir. Böylece, veri setindeki yayınların en az 20 kez alıntılıdığı yayınlar analize dahil edilmiştir. Veri setini oluşturan 306 yayında kullanılmış 14977 kaynak içerisinde 33 yayın, aranılan kriteri sağlamıştır. Şekil 7, ortak atıf analizinin sonucunu göstermektedir.



Şekil 7: Alıntılanan çalışmalar bağlamında ortak-atıf analizi haritası

Ortak atıf analizi sonucunda tespit edilen 33 yayın iki grup halinde kümelenmiştir. Tablo 7, söz konusu yayınları ve grupları göstermektedir. İlk gruptaki çalışmalarda mizahın etkin bir yönetim aracı olarak kabul edildiği, örgütlerde mizah kullanımının etkilerine eleştirel olarak yaklaşıldığı ve mizah kullanımının olumlu ve olumsuz etkilerinin olabileceğine odaklanıldığı tespit edilmiştir. İkinci gruptaki çalışmaların, liderlerin mizah stillerini ölçmeye yönelik modellere, ölçeklere ve liderin mizah stillerinin lider ve izleyici performansına etkisine odaklandığı belirlenmiştir. En fazla atıf alan ilk gruptaki en etkili yazarın Collinson (1988), ikinci grupta ise Avolio vd. (1999) olduğu görülmektedir.

Tablo 7: Ortak Atıf Analizi ile Ulaşılan Yayın Grupları

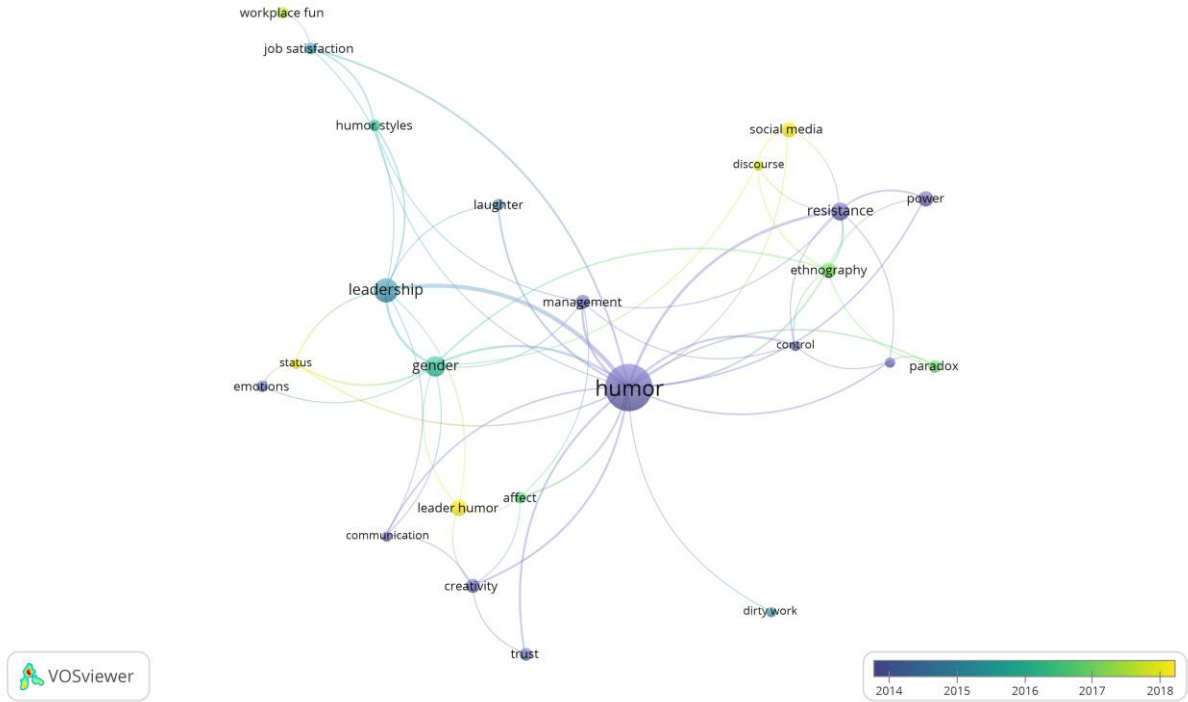
Grup	Yazar	Yayın adı	Atıf
1.Grup	Ackroyd, S. ve Thopmson, P.,1999	Organizational misbehaviour	21
	Collinson, DL., 1988	Engineering humor - masculinity, joking and conflict in shop-floor relations	50
	Collinson, DL., 2002	Managing Humour	32
	Duncan,1982	Humor in Management: Prospects for Administrative Practice and Research	27
	Duncan, W.J. ve Feisal, J.P. ,1989	No laughing matter: patterns of humor in the workplace	22
	Duncan, WJ., Smeltzer, LR. ve Leap, TL., 1990	Humor and work - applications of joking behavior to management	23
	Gregulis, I, 2002	Nothing serious? Candidates' use of humour in management training.	22
	Hatch, MJ. ve Ehrlich, SB., 1993	Spontaneous humor as an indicator of paradox and ambiguity in organizations	27

	Hatch, MJ. ,1997	Irony and the social construction of contradiction in the humor of a management team	26
	Holmes, J. ve Marra, M., 2002	Having a laugh at work: how humour contributes to workplace culture	22
	Holmes, J., 2000	Politeness, Power and Provocation: How Humour Functions in the Workplace	25
	Kahn, WA, 1989	Toward a Sense of Organizational Humor: Implications for Organizational Diagnosis and Change	24
	Linstead, S., 1985	Jokers Wild: The Importance of Humour in the Maintenance of Organizational Culture	26
	Lynch, O.H., 2002	Humorous Communication: Finding a Place for Humor in Communication Research	20
	Rodrigues, S.B. ve Collinson, D.L., 1995	'Having Fun'?: Humour as Resistance in Brazil	35
	Taylor, P. ve Bain, P., 2003	'Subterranean Worksick Blues': Humour as Subversion in Two Call Centres	24
	Terrion, J.L. ve Ashforth, B.E., 2002	From 'I' to 'We': The Role of Putdown Humor and Identity in the Development of a Temporary Group	24
	Vinton, K.L., 1989	Humor in the Workplace: It Is More Than Telling Jokes	23
2.grup	Avolio, B. J., Howell, J. M., ve Sosik, J. J. , 1999	A funny thing happened on the way to the bottom line: Humor as a moderator of leadership style effects.	56
	Cooper, C., 2008	Elucidating the bonds of workplace humor: A relational process model	46
	Cooper, C.D., 2005	Just joking around? Employee humor expression as an ingratiation behavior	35
	Crawford, C.B.,1994	Theory and Implications Regarding the Utilization of Strategic Humor by Leaders	21
	Decker, W.H ve Rotondo, D.M., 2001	Relationships among Gender, Type of Humor, and Perceived Leader Effectiveness	37
	Malone, P.B., 1980	Humor: A Double-Edged Tool for Today's Managers?	34
	Martin, R.A., Doris, P.P., Larsen, G., Gray, J. ve Weir, K., 2003	Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the Humor Styles Questionnaire	55
	Martin, R.A., 2007	Introduction to the Psychology of Humor	21
	Magnus, J.M., Glew, D.J. ve Viswesvaran, C., 2012	A meta-analysis of positive humor in the workplace	45
	Podsakoff, P., Mackenzie, S.B., Lee, JY. Ve Podsakoff, N.B., 2003	Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of the Literature and Recommended Remedies	21
	Priest, RP. Ve Swain, JE., 2002	Humor and its implications for leadership effectiveness	26
	Robert, C. ve Wilbanks, J.E., 2001	The Wheel Model of humor: Humor events and affect in organizations	24

Romero, E.J. ve Pescosolido, E., 2008	Humor and group effectiveness	28
Romero, E.J. Ve Cruthirds, K.W.,2006	The Use of Humor in the Workplace	59
Vecchio, R.P, Justin, J.H ve Pearce, C.L, 2009	The Influence of Leader Humor on Relationships between Leader Behavior and Follower Outcomes	23

Ortak-Kelime Analizi

Ortak kelime analizi ile literatürdeki ortak-kelimeler arasındaki bağlantılar ortaya konmaktadır. Dolayısıyla, bir alandaki hakim araştırma konuları ve temalar tespit edilebilmektedir. Bir alanın gelecekte yönelebileceği araştırma temalarıyla ilgili öneriler yapmak mümkün olabilmektedir (Bağış, 2021). Web of Science veri tabanında ve daha önce belirtilen kriterlere göre örgütlerde mizah kullanımı alanında belirlenen 306 makalede en çok çalışılan kavramlar arasındaki ilişkileri belirlemek üzere ortak kelime analizi VOSviewer veri tabanı aracılığıyla yapılmış ve görselleştirilmiştir. Bu analiz kapsamında, 939 anahtar kelimedenden 24'ünün 4 veya daha fazla kez kullanılmış olduğu görülmektedir. Analize ilişkin katman haritası görseli şekil 8'de yer almaktadır.



Şekil 8: Ortak kelime analizi katman haritası görseli

Ortak-kelime analizi sonuçları incelendiğinde Tablo 8'de görüldüğü üzere 6 küme bulunmaktadır. Şekil 8'de de her kümenin farklı renk ile temsil edilmesi 6 farklı kümenin varlığına işaret etmektedir. Kümelerin ikisinde 5 anahtar kelime, ikisinde 4 anahtar kelime, ikisinde ise 3'er anahtar kelime bulunmaktadır. Dairelerin büyüklüğü anahtar kelimelerin kullanım sıklığını göstermektedir. Sarı ile gösterilen anahtar kelimeler alandaki daha güncel

çalışma konularını temsil etmektedir. Sosyal medya, liderin mizah kullanımı, iş yerinde eğlence, statü ve içerik analizi konularının “örgütlerde mizah kullanımı” alanında güncel konular olduğu söylenebilir.

Tablo 8: Ortak kelime analizi sonucunda elde edilen kümeler

1.Küme	Etki İletişim Yaratıcılık Liderin mizah kullanımı Güven	2.Küme	Söylem analizi Etnografya Güç Direnç Sosyal medya	3.Küme	Duygular Cinsiyet Liderlik Statü
4.Küme	Mizah tarzları İş doyumu Yönetim İş yerinde eğlence	5.Küme	Kirli iş Mizah Gülmek	6.Küme	Kontrol Örgüt Paradoks

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Örgütlerde mizah kullanımı konusunda, 2022 yılına kadar Web of Science veri tabanında ve yönetim disiplinde yayınlanan makalelerin çeşitli değişkenler açısından görsel haritalarını çıkarmak için belirlenen araştırma soruları bibliyometrik analiz yöntemiyle yanıtlanmıştır. Atıf, ortak-atıf ve ortak-kelime analizleri ile alandaki atıf eğilimleri ve çeşitli göstergeler açısından en etkili yayımlar tespit edilmiştir. Çeşitli kategorilerdeki üretkenlik göstergeleri ile araştırma alanındaki eğilimler belirlenmiştir. Bu analizler ve göstergeler ile araştırma sorularına yanıt aranmaya çalışılmıştır.

Örgütlerde mizah kullanımına ilişkin ilk iki makalenin 1980 yılında yazıldığı görülmektedir. Ancak, örgütlerde mizah alanında 1030 atıf alarak en etkili olarak kabul edilebilecek yayın 2000 yılında Marianne W.Lewis (2000) tarafından Academy of Management dergisinde yayımlanan Exploring Paradox: Toward a More Comprehensive Guide başlıklı makaledir. Lewis (2000) örgütlerde çelişki olarak görülebilecek unsurlardan biri olarak kabul ettiği “mizah”ın örgütlerdeki gerilimlerde kullanım yöntemlerine ilişkin önerilerde bulunmaktadır. Öte yandan, örgütlerde mizah kullanımına ilişkin alanın mevcut entelektüel yapısını belirlemek üzere yapılan ortak atıf analizinde de Lewis (2000)’in makalesinin ilk grup içinde en belirleyici makale olduğu görülmektedir. Bu durum, Kumar vd. (2020) tarafından ileri sürülen ‘Matthew Etkisi’ ile açıklanabilir. Bu etkiye göre, daha çok atıf alan makaleler daha iyi kaynak olarak algılandığından araştırmacıların çoğu daha çok atıf alan yayımları tercih etme eğilimindedir. Dolayısıyla, atıf sayısı daha çok olan yayımlar daha çok tercih edildikçe atıf sayıları da daha çok artmaktadır. Öte yandan, odaklanılan alana ilişkin, 34 ile en fazla sayıda makalenin 2020 yılında yazıldığı da tespit edilmiştir. 2007 yılından itibaren zaman zaman düşüşler olmasına rağmen örgütlerde mizah kullanım konusuna olan ilginin giderek artış gösterdiği ileri sürülebilir.

Örgütlerde mizah kullanımına ilişkin en fazla makale üreten ülkelerin sırasıyla 101 makale ile Amerika, 45 makale ile İngiltere ve 30 makale ile Avustralya olduğu görülmektedir. Erdem (2007) ortamı rahatlatmak amacıyla mizah kullanımının sıkı kültürlerde çok nadir olduğunu, ancak çalışanlara günlük aktiviteleri içinde esneklik tanıyan serbest kültürlerde örgüt ve işle ilgili konularda rahatlıkla şaka yapılabildiğini ve dolayısıyla mizahın çok rahat kullanıldığını belirtmiştir. Yang vd. (2021) de Kuzey Amerikalı liderlerin çalışanlarıyla iletişimde mizah

kullanımının pozitif etkilere sahip olduğunu ileri sürmüşlerdir. Doğu Asya’da ise resmi ilişkilerin ilk aşamalarında liderin mizah kullanımı pek etkin olmadığı, ancak ilişkide resmi olmayan yapı ortaya çıktıkça ve anlamlılık arttıkça liderler mizah kullanımının etkin hale geldiğini belirtmişlerdir. Avustralyalı çalışanlar ile yapılan bir araştırmada ise, çalışanlar yöneticilerinin pozitif mizah kullandıklarını algıladıklarında pozitif duygulara sahip olduklarını ifade etmişlerdir (Wijewardena vd., 2017). Dolayısıyla, örgütlerde mizah kullanımına ilişkin en fazla yayının yapıldığı Amerika, İngiltere ve Avustralya serbest kültür özelliklerini yansıttığından alana olan ilginin bu ülkelerde oldukça yoğun olması olağan olarak düşünülebilir. Öte yandan, Türkiye kaynaklı yayın sayısının 4 olması, örgütlerde mizah kullanımına ilişkin alanın ülkemizde gelişmeye açık olduğunun bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Örgütlerde mizah kullanımıyla ilgili makalelerde yoğun olarak çalışılan anahtar kelimeleri belirlemek üzere yapılan ortak kelime analizi sonucuna göre, sosyal medya, liderin mizah kullanımı, iş yerinde eğlence, statü ve içerik analizi konularının “örgütlerde mizah kullanımı” alanında güncel konular olduğu söylenebilir. Bu alanda çalışma yapmak isteyen araştırmacılar için bu tespitin yol gösterici olduğu düşünülmektedir.

Örgütlerde mizah kullanımına ilişkin çalışmaların mevcut entelektüel yapısını ortaya koymak, alandaki çalışmalar arasındaki ilişkiler ağını görmek ve araştırma alanında merkezde, çevrede yer alan ve arada köprü oluşturan çalışmaları belirlemek üzere ortak-atıf analizi yapılmıştır. Bu analiz sonucunda makalelerin belirli alanlara odaklandıkları tespit edilmiştir. İlk gruptaki makaleler mizahın etkin bir yönetim aracı olduğuna, mizahın çalışma ilişkilerine etkilerine, mizah kullanımının eleştirel bir gözle değerlendirilmesine ve mizahın olumsuz etkileri olabileceğine odaklanmıştır. İkinci gruptaki makaleler, örgütlerde mizah kullanımının önemli olduğuna, mizah kullanımının lider ve izleyici performansı etkileyebileceğine ve örgütlerde kullanılan mizah stilini ölçmede çeşitli modeller ve yöntemler olabileceğine odaklanmışlardır. Örneğin, bu alanda çalışma yapmak isteyen araştırmacılar liderin mizah stillerini belirlemeye ve liderin mizah stiline çalışan, grup ve örgüt düzeyindeki çıktılara etkilerini ölçmeye yönelik araştırmalar tasarlayabilirler. Öte yandan, benzer bibliyometrik analizler güncel yayınlar eklenerek, çalışma alanı genişleterek ve veri tabanı Scopus tercih edilerek tekrar yapılabilir. Bu kısıtların yanı sıra, örgütlerde mizah kullanımına ilişkin kapsamlı bir değerlendirme sunan bu araştırmanın gelecek çalışmalara yön göstereceği ve katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Alan, H., & Tiryaki Şen, H. (2016). Managers Blind: Humor. *Psikiyatri Hemşireliği Dergisi*, 7(3), 152–156. <https://doi.org/10.5505/phd.2016.55265>
- Avolio, B. J., Howell, J. M., & Sosik, J. J. (1999). A Funny Thing Happened on the Way to the Bottom Line: Humor as a Moderator of Leadership Style Effects. *The Academy of Management Journal*, 42(2), 219–227. <https://about.jstor.org/terms>
- Aycan, Z. (2021). *Yeni Nesil için Liderlik, Güç Kültüründen Güçlendirme Kültürüne Dönüşüm* (1st ed.). Doğan Yayınları Yayıncılık.
- Bağış, M. (2021). *Bibliyometrik Araştırmalarda Kullanılan Başlıca Analiz Teknikleri*, O. Öztürk & G. Gürler (Ed.), *Bir Literatür İncelemesi Aracı Olarak Bibliyometrik Analiz* (97-109). Nobel Bilimsel Eserler.

- Block, J. H., & Fisch, C. (2020). Eight tips and questions for your bibliographic study in business and management research. In *Management Review Quarterly* (Vol. 70, Issue 3, pp. 307–312). Springer. <https://doi.org/10.1007/s11301-020-00188-4>
- Collinson, D. L. (1988). Engineering humour: masculinity, joking and conflict in shop-floor relations. *Organization Studies*, 9(2), 181–199. <https://www.researchgate.net/publication/280112124>
- Çakmak, V., & Baş, Ü. (2016). Mizah Tarzları ve Problem Çözme Becerileri: Aksaray Büro Çalışanları Üzerine Bir Uygulama. *Akademia*, 4(4), 116–134. <https://doi.org/10.17680/akademia.42149>
- Çelikten, M., & Çelikten, Y. (2018). Okul Yöneticilerinin Mizah ve Disiplin Anlayışı. *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(Gençlik Araştırmaları Özel Sayısı), 453–467. <https://doi.org/10.26466/opus.392882>
- Çetinkaya, F. F., & Şener, E. (2016). Yöneticilerin Mizah Tarzlarının Çalışanların Örgütsel Sinizm Algısına Etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 207–221. <https://doi.org/10.20491/isarder.2016.197>
- Cooper, C. (2008). Elucidating the bonds of workplace humor: A relational process model. *Human Relations*, 61(8), 1087–1115. <https://doi.org/10.1177/0018726708094861>
- Erdem, R. (2007). Toplumsal Kültürün Örgüt Kültürüne Yansımaları. In R. Erdem & C. Ş. Çukur (Eds.), *Kültürel Bağlamda Yönetmel-Örgütsel Davranış* (1st ed., pp. 91–133). Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- Ergözen, Ö., & Uğurlu, Z. (2019). Hemşirelerin Mizah Tarzlarının İş Doyumları Üzerine Etkisi. *Türkiye Klinikleri Journal of Nursing Sciences*, 11(3), 281–294. <https://doi.org/10.5336/nurses.2018-64308>
- Evans, J. B., Slaughter, J. E., Ellis, A. P. J., & Rivin, J. M. (2019). Gender and the evaluation of humor at work. *Journal of Applied Psychology*, 104(8), 1077–1087. <https://doi.org/10.1037/apl0000395>
- Falagas, M. E., Pitsouni, E. I., Malietzis, G. A., & Pappas, G. (2008). Comparison of PubMed, Scopus, Web of Science, and Google Scholar: strengths and weaknesses. *The FASEB Journal*, 22(2), 338–342. <https://doi.org/10.1096/fj.07-9492sf>
- Filiz, B., & Karaca, Y. (2021). Beden Eğitimi Öğretmenlerinin Eğitimde Mizahın Kullanımına Yönelik Tutumları. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 54(3), 701–720. <https://doi.org/10.30964/auebfd.755654>
- Gayadeen, S. M., & Phillips, S. W. (2016). Donut time: the use of humor across the police work environment. *Journal of Organizational Ethnography*, 5(1), 44–59. <https://doi.org/10.1108/JOE-06-2015-0016>
- Goswami, A., Nair, P., Beehr, T., & Grossenbacher, M. (2016). The relationship of leaders' humor and employees' work engagement mediated by positive emotions: Moderating effect of leaders' transformational leadership style. *Leadership and Organization Development Journal*, 37(8), 1083–1099. <https://doi.org/10.1108/LODJ-01-2015-0001>
- Hastings, G., Stead, M., & Webb, J. (2004). Fear appeals in social marketing: Strategic and ethical reasons for concern. In *Psychology and Marketing* (Vol. 21, Issue 11, pp. 961–986). <https://doi.org/10.1002/mar.20043>
- Holmes, J. (2007). Humour and the construction of Māori leadership at work. *Leadership*, 3(1), 5–27. <https://doi.org/10.1177/1742715007073061>

- Huo, Y., Lam, W., & Chen, Z. (2012). Am I the Only One This Supervisor is Laughing at? Effects of Aggressive Humor on Employee Strain and Addictive Behaviors. *Personnel Psychology*, 65(4), 859–885. <https://doi.org/10.1111/peps.12004>.
- Kahn, W. A. (1989). Toward a Sense of Organizational Humor: Implications for Organizational Diagnosis and Change. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 25(1), 45–63. <https://doi.org/10.1177/0021886389251004>
- Kim, T. Y., Lee, D. R., & Wong, N. Y. S. (2016). Supervisor Humor and Employee Outcomes: The Role of Social Distance and Affective Trust in Supervisor. *Journal of Business and Psychology*, 31(1), 125–139. <https://doi.org/10.1007/s10869-015-9406-9>
- Kong, D. T., Cooper, C. D., & Sosik, J. J. (2019). The state of research on leader humor. *Organizational Psychology Review*, 9(1), 3–40. <https://doi.org/10.1177/2041386619846948>
- Kumar, S., Sureka, R., & Colombage, S. (2020). Capital structure of SMEs: a systematic literature review and bibliometric analysis. *Management Review Quarterly*, 70(4), 535–565. <https://doi.org/10.1007/s11301-019-00175-4>
- Lang, J. C., & Lee, C. H. (2010). Workplace humor and organizational creativity. *The International Journal of Human Resource Management*, 21(1), 46–60. <https://doi.org/10.1080/09585190903466855>
- Lennox Terrion, J., & Ashforth, B. E. (2002). From “I” to “we”: The role of putdown humor and identity in the development of a temporary group. *Human Relations*, 55(1), 55–88.
- Lewis, M. W. (2000). Exploring Paradox: Toward a More Comprehensive Guide. *The Academy of Management Review*, 25(4), 760–776. <https://www.jstor.org/stable/259204>
- Martin, R. A., & Lefcourt, H. M. (1983). Sense of Humor as a Moderator of the Relation Between Stressors and Moods. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(6), 1313–1324. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.45.6.1313>
- Martin, R. A., Puhlik-Doris, P., Larsen, G., Gray, J., & Weir, K. (2003). Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the Humor Styles Questionnaire. *Journal of Research in Personality*, 37, 48–75. www.elsevier.com/locate/jrpr
- Mesmer-Magnus, J., Glew, D. J., & Viswesvaran, C. (2012). A meta-analysis of positive humor in the workplace. *Journal of Managerial Psychology*, 27(2), 155–190. <https://doi.org/10.1108/02683941211199554>
- Moake, T. R., & Robert, C. (2021). Gender, formal organizational status and humor use: perceptions of social acceptance. *Journal of Managerial Psychology*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/JMP-11-2020-0593>
- Mousa, M. (2021). How workplace fun is experienced in the banking sector? A qualitative study. *Employee Relations: The International Journal*, 43(3), 687–703. <https://doi.org/10.1108/ER-04-2020-0156>
- Oktuğ, B. Z. (2019). İşyerinde Mizah Yoluyla Başa Çıkmanın Etik Liderlik ile İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkide Üstlendiği Rol. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 401–418. <https://doi.org/10.11616/basbed.v19i47045.520481>
- Öztürk, O. (2021). Bibliometric review of resource dependence theory literature: an overview. *Management Review Quarterly*, 71(3), 525–552. <https://doi.org/10.1007/s11301-020-00192-8>
- Öztürk, O., & Gürler, G. (2021). *Bir Literatür İncelemesi Aracı Olarak Bibliyometrik Analiz* (2nd ed.). Nobel Yayınevi.

- Pundt, A., & Herrmann, F. (2015). Affiliative and aggressive humour in leadership and their relationship to leader-member exchange. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 88, 108–125. <https://doi.org/10.1111/joop.12081>
- Recepoğlu, E., & Özdemir, S. (2012). Okul Müdürlerinin Mizah Tarzları ile Öğretim Liderliği Davranışları Arasındaki İlişki. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(3), 23–42.
- Robert, C., Dunne, T. C., & Iun, J. (2016). The Impact of Leader Humor on Subordinate Job Satisfaction: The Crucial Role of Leader-Subordinate Relationship Quality. *Group and Organization Management*, 41(3), 375–406. <https://doi.org/10.1177/1059601115598719>
- Romero, E. J., & Cruthirds, K. W. (2006). The Use of Humor in the Workplace. *Academy of Management Perspectives*, 20(2), 58–69.
- Scheel, T., & Gockel, C. (2017). *Humor at Work in Teams, Leadership, Negotiations, Learning and Health*. <http://www.springer.com/series/10143>
- Sliter, M., Kale, A., & Yuan, Z. (2014). Is humor the best medicine? The buffering effect of coping humor on traumatic stressors in firefighters. *Journal of Organizational Behavior*, 35, 257–272. <https://doi.org/10.1002/job.1868>
- Sobral, F., & Islam, G. (2015). He who laughs best, leaves last: The influence of humor on the attitudes and behavior of interns. *Academy of Management Learning and Education*, 14(4), 500–518. <https://doi.org/10.5465/amle.2013.0368>
- Tan, L., Wang, Y., & Lu, H. (2021). Why so Humorous? The Roles of Traditionality and Gender (Dis)Similarity in Leader Humor Behavior and Employee Job Performance. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 28(1), 91–98. <https://doi.org/10.1177/1548051820964145>
- Teker, N., Çelikten, M., & Halavuk, F. (2018). Eğitim yönetiminde mizah tarzı ve iş doyumunu ilişkisi. *Opus-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(8), 521–546. <https://doi.org/10.26466/opus.39290210.2646opus.393634>
- Wijewardena, N., Härtel, C. E. J., & Samaratunge, R. (2017). Using humor and boosting emotions: An affect-based study of managerial humor, employees' emotions and psychological capital. *Human Relations*, 70(11), 1316–1341. <https://doi.org/10.1177/0018726717691809>
- Wood, R. E., Beckmann, N., & Pavlakis, F. (2001). Humor in organizations: no laughing matter. In *Research companion to the dysfunctional workplace: management challenges and symptoms* (pp. 216–231). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Yang, I., Horak, S., & Chi, S. C. S. (2021). Leader humor effectiveness—The divergent dynamics of leader humor over time in East Asia and North America. *Thunderbird International Business Review*, 63(3), 383–395. <https://doi.org/10.1002/tie.22180>