


Duygulanımların Yenilikçi İş Davranışı Üzerine Etkisinde Öz Şefkatin Rolü: Karma Bir Araştırma¹

Canan Kırmızı² 

Rabia Özpeynirci³ 

Duygulanımların Yenilikçi İş Davranışı Üzerine Etkisinde Öz Şefkatin Rolü: Karma Bir Araştırma	The Role of Self Compassion in the Effect of Affects on Innovative Work Behavior: A Mixed Research
<p>Öz</p> <p>Bu çalışmanın amacı hissedilen pozitif-negatif duygulanımların yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkilerini tespit ederek öz şefkatin bu etkiler üzerinde bir rolü olup olmadığını araştırmak ve katılımcıların deneyimleri üzerinden kavramlara yönelik derinlemesine bir bakış açısı sunmaktır. Karma yöntemle açıklayıcı sıralı desen üzerinden yürütülen araştırmada kadın girişimciler örneklem olarak seçilmiştir. Nicel aşamada 286 adet anket toplanmış ve veriler analiz edilmiştir. Fenomoloji temelinde yürütülen nitel aşamada ise 12 kadın girişimci ile yarı-yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiş, bu görüşmelere ilişkin betimsel ve içerik analiz sonuçları raporlanmıştır. Nicel aşama sonuçlarında öz şefkatin aracılık rolü saptanmış olup nitel aşamaya da nicel sonuçların zenginleştirilmesi ve kavramlara yönelik ayrıntılara ulaşılması sağlanmıştır.</p>	<p>Abstract</p> <p>The purpose of this study is to determine the effects of positive-negative affect on innovative work behavior and to investigate whether self-compassion plays a role in these effects and provide an in-depth perspective on the concepts through the experiences of the participants. Women entrepreneurs were selected as the sample in the research, which was conducted through an explanatory sequential design by choosing a mixed method. In the quantitative phase, 286 questionnaires were collected and the data were analyzed. In the qualitative phase, which was carried out on the basis of phenomenology, semi-structured interviews were conducted with 12 women entrepreneurs, and the results of descriptive and content analysis of these interviews were reported. The mediating role of self-compassion was determined in the quantitative phase results, with the qualitative phase, the quantitative results were enriched and details about the concepts were provided.</p>
Anahtar Kelimeler: Duygulanım, Yenilikçi İş Davranışı, Öz Şefkat, Kadın Girişimciler	Keywords: Affect, Innovative Work Behaviour, Self Compassion, Women Entrepreneur
JEL Kodları: M10, M12, M13	JEL Codes: M10, M12, M13

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı	Bu çalışma 09.11.2022 tarih ve 152-181 sayılı Etik Kurul Onay Belgesi ile bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.
Yazarların Makaleye Olan Katkıları	Çalışmanın tamamı iki yazar ile birlikte oluşturulmuştur.
Çıkar Beyanı	Yazarlar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

¹ Bu çalışma Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda Rabia Özpeynirci danışmanlığında Canan Kırmızı tarafından "Pozitif ve Negatif Duygulanımın Yenilikçi İş Davranışı Üzerine Etkisinde Öz Şefkatin Rolü: Karma Bir Araştırma" başlığı ile tamamlanarak 28.12.2023 tarihinde savunulan Doktora tezinden türetilmiştir.

² Arş. Gör. Dr., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, canankirmizi@kmu.edu.tr.

³ Prof. Dr., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, rabiaozpeynirci@kmu.edu.tr.

e-ISSN: 1306-6293/© 2025 The Author(s). Published by Eskişehir Osmangazi University Journal of Economics and Administrative Sciences. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

1. Giriş

Duygulanımlar insan olmanın doğasında var olduğundan hayatın her alanında etkili olmakta ve iş yerleri de bu alanların ilk sıralarında yer almaktadır. İş hayatlarında duygusallığa yer olmadığı yönünde bir söylemin kabul gördüğü zamanlar olsa da Duygusal Olaylar Teorisi (Weiss & Cropanzano, 1996) hissedilen duygulanımların çalışanların performansları üzerindeki etkisini ortaya koymuş ve duygulanımların örgütsel çıktıları fark edilmeye başlanmıştır. Bu bağlamda çalışanların hissettikleri duygulanımların gerek bireysel gerek de örgütsel yansımaları olduğunu bilerek hareket eden işletmelerin çalışma dünyasında önemli bir avantaja sahip olacağını söylemek mümkündür.

Duygulanımlar, günümüz çalışma dünyasında oldukça önemli kavramlardan biri olan yenilikçi iş davranışı üzerinde de etkili olmakta ve yapılan araştırmalar da bu etkiye yönelik farklı sonuçları paylaşmaktadır. Pozitif ruh hali ve duygulanımlar üzerine yapılan çalışmalarda pozitif ruh halinin yaratıcılık (Davis, 2009) ve yenilikçi iş davranışı (Madrid vd., 2014) üzerindeki ve pozitif duygulanımın, yaratıcı problem çözme (Isen vd., 1987) üzerindeki olumlu etkisi ortaya konulmuştur. Negatif duygulanım-ruh hali, yenilikçi iş davranışı-yaratıcılık ilişkisi üzerine daha az çalışmanın yer aldığı görülmektedir. Negatif ruh halinin çalışan yaratıcılığı üzerinde hiçbir etkisinin olmadığı ya da negatif etkilediği ya da belli şartlar altında teşvik ettiğine (George & Zhou, 2002) dair farklı sonuçlar paylaşılmıştır. Bazı araştırmacılar negatif duygulanımın dikkat odağını dağıttığını (Baumann & Kuhl, 2002) ve hedeften uzaklaştırarak yaratıcılığı ve yenilikçi yatırımlara yönelik çabayı azalttığını ifade etmişlerdir (Carver, 2006; Higgins 1997; Rietzschel, 2011). Fidanboy & Fidanboy (2019) da, bireylerin yenilik iklimi algıları ile negatif duygu durumu düzeyleri arasında orta seviyede negatif ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu sonuçların aksine yapılan bazı araştırmalar, negatif duygulanımın bireye mevcut durumun sorunlu olduğunu ve onu çözmek için daha fazla çaba sarf etmesi gerektiği sinyalini verdiğini öne sürmektedir (Martin vd., 1993). Bu açıdan negatif duygulanımın yenilikçi fikir ve çözümlerin araştırılması konusunda bir güç sağlayabileceğini ifade eden çalışmalar literatürde kendine yer edinmiştir (George & Zhou, 2002; Martin vd., 1993). Bu bağlamda araştırmacılar, elde edilen bu farklı sonuçları anlamlandırmak adına çalışmalar yapmaya başlamışlar ve hangi koşullarda bu etkinin değiştiğine ve farklı değişkenlerin bu etkiler üzerindeki rolüne yoğunlaşmışlardır.

Literatürde yer alan bu farklı sonuçlar üzerinde negatif duygulanımın aktivasyon düzeyinin de etkili olabileceği düşünülmüş ve bu kapsamda araştırmalar yapılmaya başlanmıştır. Aktivasyon, eyleme veya enerji harcamaya hazır olma durumu şeklinde tanımlanmaktadır. Kaygı, endişe gibi yüksek aktive negatif duygulanımın (high-activated negative affect) yaratıcı çıktılar ile pozitif ilişkili olduğu bulunmuşken; ümitsizlik, mutsuzluk gibi düşük aktive negatif duygulanımın (low-activated negative affect) ise yaratıcı çıktılar üzerinde ya olumsuz ya da herhangi bir etkisinin olmadığı ortaya konulmuştur (De Dreu vd., 2008). Anksiyete gibi yüksek aktive negatif duygulanım (YAND); dikkati arttırıp bireylere duyarlılık, motivasyon yoğunluğu sağlarken (Frijda, 1986); mutsuzluk gibi düşük aktive negatif duygulanım (DAND) da, ilgisizliği, pasifliği ve hareketsizliği içermektedir (De Dreu vd., 2008). Araştırmacılar, DAND'ın aksine, YAND'ın, eyleme hazır olma, güç ve bilişsel kararlılık oluşturduğu için (Russell, 2003; Shaver vd., 1987), yaratıcı ve yenilikçi faaliyetleri artırma olasılığının daha yüksek olduğunu belirtmişlerdir (Baumeister vd., 2007; Bindl vd., 2012; De Dreu vd., 2011; Schwarz & Clore, 2007).

Montani vd. (2018) yaptıkları araştırmada Kaynakları Koruma Teorisi (COR) kapsamında negatif duygulanım ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Bu teori kapsamında negatif duygulanım yaşayan çalışanların, yeni kaynakları elde edebilmek adına (çalışma koşullarında iyileşmeler, kariyer gelişmeleri) kalan kaynaklarını yenilikçi faaliyetlere yatırma eğiliminde olabileceklerini ifade etmişlerdir (Hobfoll, 2001; 2011). DAND'ın yenilikçi iş davranışı üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı, YAND'ın ise yenilikçi iş davranışını pozitif yönde etkilediği sonucunu bulmuşlar ve bunun nedenini bireylerin enerji kaynaklarını kullanım farklılıklarına bağlamışlardır. DAND yaşayan bireylerin, kalan kaynaklarını daha çok sorunlarla baş etme stratejilerine yatırma eğiliminde oldukları ve bu yüzden yenilikçi bir performans için gereken bilişsel rezervlerinin azaldığını öne sürmüşlerdir. Araştırmacılar COR teorisi kapsamında DAND'ın yenilikçi davranışlara dönüştürülme olasılığının, bireylerin; a) bu tür duygularla ilişkili olan üretken olmayan ruminatif düşüncelerden ne ölçüde uzaklaşabildiklerine, b) kaynak kayıplarını geri kazanmak ya da yeni kaynaklar elde etmek için yaratıcı fikirlerin geliştirilmesi ve uygulanmasına yönelik mevcut enerji kaynaklarına ne denli yatırım yapabildiklerine bağlı olarak değiştiğini ifade etmişlerdir. Bu açıdan ruminatif düşüncelerden uzaklaşabilmenin yollarından biri olarak da öz şefkatin boyutlarından biri olan bilinçli farkındalığı (mindfulness) önererek modele dâhil etmişlerdir. Bilinçli farkındalığı yüksek olan bireylerin ruminatif düşüncelerden uzaklaşarak kaynak kayıplarını en aza indirebildiklerini ve bu şekilde yaşadıkları DAND'ın yenilikçi iş davranışını olumlu yönde etkilediğini açıklamışlardır. YAND'ın ise bilinçli farkındalığa ihtiyaç duymadan yenilikçi iş davranışını olumlu yönde etki ettiğine dair bir sonuç bulmuşlardır (Montani vd., 2018).

Montani vd. (2018)'nin yürüttükleri çalışma; duygulanım-yenilikçi iş davranışı ilişkisinde bir düzenleyici değişkenin varlığına işaret ederek farklı duygulanımların bireylerde farklı işleyiş mekanizmalarına sahip olduklarını göstermiştir. Literatürde bu düzenleyici/aracı değişkenler ile ilgili daha çok çalışmanın yapılmasına ihtiyaç olduğu görülmekte olup yapılacak nicel çalışmaların farklı boyutları olan duygulanım ve yenilikçi iş davranışı kavramları ile bu kavramlar arasındaki ilişkiyi anlamlandırma noktasında yetersiz kalacağı düşünülmektedir. Özellikle duygulanımların oldukça karmaşık ve öznel deneyimler olduğu açık olup bireylerle yapılacak görüşmelerin duygulanımların doğasına ve işleyişine dair daha fazla bilgiye ulaşılmasına imkan sağlayabileceğini söylemek mümkündür. Bu bağlamda bireylerin deneyimlerinden yola çıkarak elde edilecek nitel verilerin; kavramların bireylerdeki yansımalarını ortaya koymak adına faydalı olacağı söylenebilir. Mevcut literatürdeki farklı nicel sonuçlar da göz önüne alındığında nicel verilerin nitel veriler ile desteklenmesinin önemli olduğu görülmektedir. Bu noktadan hareketle çalışma da benzer bir motivasyonla tasarlanmış olup pozitif-negatif duygulanım ile yenilikçi iş davranışı ilişkisinde öz şefkat değişkeninin bir rolü olup olmadığı sorusu ile yola çıkarak kavramlara dair derinlemesine bilgi edinebilmek için nicel ve nitel yöntemlerin bir arada kullanıldığı karma yöntem ile kurgulanmıştır.

Aracı değişken olarak düşünülen öz şefkat; etkili duygusal düzenleme stratejilerinden biri olarak değerlendirilmekte ve üzücü, acı verici duygulardan kaçınmak yerine bu duyguları ortak insanlığın deneyimi olarak görerek anlayabilmeyi ve bu durumlarda da kendimize nezaketle yaklaşabilmeyi içermektedir (Neff, 2003a, s. 225). Böylelikle negatif duygular daha pozitif bir duygu durumuna dönüştürülerek bireyin o anki durumunu daha net bir şekilde kavrayabilmesine ve etkili ve uygun yollarla kendisini ve çevresini değiştirebilecek eylemleri benimseyebilmesine imkân sağlamaktadır (Folkman & Moskowitz, 2000; Isen, 2000, Neff, 2003a). Öz şefkatin duygulanımların yenilikçi iş davranışına dönüştürülmesi noktasında önemli

bir kaynak olacağı düşünülmüş olup öz şefkatin pozitif-negatif duygulanımların yenilikçi iş davranışı üzerine etkisindeki aracı rolü belirlenmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede araştırmanın öncelikli amacı öz şefkatin; pozitif-negatif duygulanımların yenilikçi iş davranışı üzerine etkisinde bir aracılık rolü olup olmadığını araştırmak ve sonrasında kavramlara yönelik katılımcıların deneyimleri üzerinden detaylı bilgiler edinmektir.

2. Kavramsal Çerçeve

Duygulanım: Duygulanıma ilişkin literatüre bakıldığında; duygusal dünyaya dair kavramlardaki karmaşa dikkat çekmekte ve duygusallık, duygu, ruh hali, mod, duygulanım gibi kavramların sıklıkla birbirlerinin yerine kullanıldığı görülmektedir. Bu noktada duygulanımın; çoğunlukla duygu/ruh hali/mod terimlerini kapsayan, insanların deneyimlemiş olduğu geniş bir duygu yelpazesini tanımlamak için kullanıldığını söylemek mümkündür (Barsade & Gibson, 2007, s. 38). Duygulanım, duygu terminolojisindeki bir şemsiye terim şeklinde ifade edilmekte (Gross & Thompson, 2007, s. 543) ve duygu durumlarını çerçeveleyen bu ortak terimin sosyal, davranışsal ve bilişsel etkileşimleri düzenlemede oldukça önemli olduğu bilinmektedir (Niven, 2013, s. 49).

Pozitif duygulanımlar; bireye, iç/dış faaliyetin ya da durumun bir şekilde arzu edilir, tatmin edici ve elverişli olduğunu ve bu sebeple sürdürülmesi ya da tekrar edilmesi gerektiğini göstermektedir. Negatif duygulanımlar ise olayı ya da durumu doyuma ulaştırmayan, istenmeyen, sakıncalı, tehlikeli olarak değerlendirmeye veya etiketlemeye yol açmakta ve bu da bireyi uyarandan mümkün olduğunca kaçmaya ya da vazgeçmeye zorlamaktadır. Bu kavramların Freud'un haz-acı kavramları ile benzeştiği görülmekte olup olması beklenerek haz veren duygulanımlar pozitif, acı vereceğinden dolayı kaçınmak istenilen duygulanımlar ise negatif duygulanımlar olarak nitelendirilmektedir (Drellich, 1981, s. 409).

Yenilikçi İş Davranışı: Yenilikçilik farklı düzeylerde gerçekleşebilmekte (birey, ekip, örgüt içi ve örgütler arası) ve bireysel düzeyde gerçekleşen yenilikçilik, yenilikçi iş davranışı şeklinde ifade edilmektedir (Bammens, 2016). West & Farr (1989)'ın yaklaşımına göre yenilikçi iş davranışı; rol performansına, ekibe veya örgüte yararlı olmak adına yeni fikirlerin bir iş rolü, ekip veya örgüt içerisinde kasıtlı olarak oluşturulması, tanıtılması ve uygulanması olup yararlı ve yeni sonuçlar sağlamaya yönelik kasıtlı çabalar şeklinde çerçeveselendirilmiştir (Janssen, 2000, s. 288). Başka bir ifade ile yenilikçi iş davranışı örgüt içerisinde var olan resmi ödül sistemi tarafından doğrudan ya da dolaylı olarak tanımlanmamış ve önceden belirlenen iş gereklerinin ötesinde olan gönüllü çalışan davranışlarını kapsamaktadır (Ramamoorthy vd., 2005, s. 143).

Yenilikçilik, temel bir girişimcilik özelliği ve girişimciliğin odak noktası olarak kabul edilmektedir (Koh, 1996, s. 16). İnovasyon üretmek isteyen bir toplumun, girişimcilere ve onların yeni girişimlerinin sürdürülmesine elverişli bir ortamı oluşturabilmesi elzemdir (Herbig vd., 1994, s.38). Bu anlamda kadın girişimciliği de oldukça önemli olup kadın girişimciler, gelişmekte olan ekonomilerde büyüme ve refahın sürdürülmesi için yeni itici güçler olarak görülmektedir (Arpacı, 2024). Kadın girişimci; girişimci olma yolunda gerekli olan çaba ve özveriye gösteren ve girişimcilik özelliklerini taşıyan işletme sahibi kadın olarak tanımlanmaktadır (Keskin, 2014, s. 73). 1980'li yıllardan sonra dünya genelinde kadın girişimciliği önem kazanmış olup (Muştı, 2023, s. 59), kadınların çalışma hayatında gösterdiği hassasiyet, detaycılık ve disiplin de kadın girişimciliği şeklinde yeni bir yaklaşımın doğmasına neden olmuştur (Kırççek & Aytar, 2021, s. 495).

Öz Şefkat: Doğu felsefesinde yüzyıllardır varlığı bilinen kavramlardan olan öz şefkat batı psikolojisinde Neff (2003a) tarafından ortaya atılmış olup bireyin kendi acılarına, başarısızlıklarına ve yetersizliklerine yönelik yargılayıcı olmayan bir anlayış geliştirmesini içermektedir (Neff, 2003b). Öz şefkat; kendine yönelik olan katı bir yargılama, öz eleştiri yerine bireyin kendine nezaketle yaklaşması a)öz sevecenlik; bireyin deneyim içinde yalnız hissetmesi yerine yaşadıklarını insan deneyiminin bir parçası olarak görmesi b)ortak insanlık hali; bireyin acı veren duygu ve düşünceleri ile aşırı özdeşleşmesi yerine dengeli bir farkındalık içerisinde tutabilmesi c)bilinçli farkındalık olmak üzere üç ana bileşenden oluşmaktadır (Neff, 2003b, s. 89). Bu bileşenler birey yaşam zorlukları ile karşı karşıya kaldığında veya kişisel yetersizlik zamanlarında etkileşime girerek öz şefkatli bir zihin yapısını oluştururlar ve oluşan bu zihin yapısı da bu zorlu durumları aşmada bireye katkıda bulunmaktadır (Neff & Tóth-Király, 2022, s. 2).

3. Kavramlar Arası İlişkilerin İncelenmesi

Araştırma değişkenleri olan pozitif-negatif duygulanım, yenilikçi iş davranışı ve öz şefkat kavramları arasındaki ilişkiler mevcut literatürde yer alan kuramsal ve deneysel çalışmalar kapsamında ele alınmıştır.

Pozitif/Negatif Duygulanım-Yenilikçi İş Davranışı İlişkisi: Pozitif duygulanımın yenilikçilik üzerindeki çıktıklarına dair çalışmaların daha fazla olduğu; negatif duygulanım söz konusu olduğunda ise negatif duygulanım-yenilikçilik/yaratıcılık ilişkisi üzerine yapılan çalışmaların çok daha kısıtlı kaldığı görülmektedir (Montani vd., 2018, s. 124). Amabile vd. (2005), pozitif duygulanımın yaratıcılık ile olumlu yönde anlamlı bir ilişkiye sahip olduğunu ortaya koydukları çalışmalarında, çalışanların iş yerinde yaşadıkları öznel deneyimlerinin ne kadar yaratıcı düşünceleriyle doğrudan ilişkili olduğunu ifade etmişlerdir. Davis (2009) de tıpkı Lyubomirsky vd. (2005)'nin çalışmalarında ulaştığı "keyifli ruh hallerinin orijinal düşünmeyi teşvik ettiği" sonucuna benzer şekilde pozitif ruh hali ile yaratıcı düşünme ya da fikir yürütme arasında güçlü bir ilişki olduğunu bulmuşlardır. Mielniczuk & Laguna (2020) girişimciler üzerinde yaptıkları çalışmada iş ile ilgili pozitif duygulanımların öz yeterlilik-yenilikçi davranış arasındaki ilişkiye aracılık edip etmediğini araştırmışlar ve iş görevlerini başarıyla yerine getirme yeteneklerine ikna olan girişimcilerin işlerine karşı daha fazla coşku ve rahatlık yaşadıklarını bulmuşlardır. Bu pozitif duygulanımların ise daha sonra yenilikçi davranışa dönüştüğü araştırma sonucunda ortaya konulmuştur. Yapılan bu çalışmalardan hareketle pozitif duygulanımın yenilikçi iş davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi olacağı düşünülerek "Pozitif duygulanım yenilikçi iş davranışını anlamlı bir şekilde etkilemektedir" hipotezi geliştirilmiş ve araştırmanın nicel aşamasında ilgili hipotez test edilmiştir.

Baumann & Kuhl (2002) yürüttükleri çalışma sonucunda karşılaştıkları olumsuz durumlarda yaşadıkları negatif duygulanımı yönetemeyen bireylerin sezgisel performanslarında bir azalış olduğunu görmüşlerdir. Negatif duygulanımın bireylerin dikkatini hedefe ulaştırmaktan uzaklaştırdığını (Carver 2006; Higgins, 1997), dolayısıyla yenilikçi çabalara yatırımı azaltacak bir yaklaşımdan ziyade kaçınmacı bir yönelim sağladığını iddia eden araştırmalar bulunmaktadır (Rietzschel, 2011). Rosa vd. (2023) yaptıkları araştırmada negatif duygulanımın yaratıcılığı engellediğine dair varsayımın desteklenmediği sonucunu paylaşmışlardır. Diğer yandan ise George ve Zhou (2002) belirli koşullar altında (ödülleri ve duyguların netliği yüksek olduğunda) negatif duygulanımın yaratıcılık üzerinde geliştirici etkisi olduğunu öne sürmüştür. Mielniczuk & Laguna (2020) negatif duygulanımlardan kaygı ve depresyonun yenilikçi davranış üzerinde anlamlı bir etkilerinin olmadığını bulmuşlardır.

Negatif duygulanımın yenilikçi davranışı olumsuz etkilediğini bulan çalışmaların birçoğunun kısa vadeli bir duygusal etkiye odaklandığını belirten araştırmacılar, kendi yaptıkları çalışmalarının sonucu üzerinde üç farklı zamanda yapmalarının etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Bu anlamda negatif duygulanımın çalışanların yaratıcılık ve yenilikçiliklerine etkisi üzerine ampirik kanıtların net olmadığını söylemek mümkündür. Önceki sonuçlardaki bu tutarsızlık negatif duygulanımın yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisini test etmek için daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğunu göstermektedir. Yapılacak nicel çalışmaların yanısıra nitel çalışmaların da bu tutarsızlığı anlamlandırma noktasında faydalı olacağı düşünülmektedir. Nitel çalışmalar mikro düzeydeki deneyimleri ve bunların ilgili kavramlar hakkındaki söylemlerden nasıl etkilendiğini inceleme olanağı sağlamaktadır. Bu doğrultuda “Negatif duygulanım yenilikçi iş davranışını anlamlı bir şekilde etkilemektedir” hipotezi geliştirilerek araştırmanın nicel aşamasında ilgili hipotez test edilmiştir. Nitel aşamada da duygulanım-yenilikçi iş davranışı ilişkisi katılımcıların deneyimleri üzerinden incelenmiştir.

Pozitif/Negatif Duygulanım- Öz Şefkat İlişkisi: Öz şefkat, duygu düzenleme unsurlarına (duyguların farkındalığı ve kabulü) dayanmakta ve bireylerin negatif duyguları da deneyimleyip sorgulamalarını gerektirmektedir (Neff, 2003a). Deniz vd. (2012) yaptıkları araştırmada öz şefkat ile pozitif duygulanım arasındaki ilişkinin pozitif, öz şefkat ile negatif duygulanım arasındaki ilişkinin ise negatif yönde anlamlı olduğunu bulmuşlardır. Neff vd. (2007); öz şefkatli bireylerin daha fazla pozitif ve daha az negatif duygulanım yaşadıklarını raporlamışlardır. Neff & Vonk (2009) da öz şefkat düzeyi yüksek olan bireylerin, kendilerini oldukları gibi kabul edebildikleri için olumlu duygular yaşama olasılıklarının daha yüksek olduğunu vurgulamışlardır. Leary vd. (2007) yürüttükleri deneysel bir çalışmada utanç verici bir görevi yerine getirirken katılımcıları kayıt altına almışlar; deney sonucunda öz şefkat düzeyi yüksek olan katılımcılar, kendilerini izlerken daha fazla pozitif duygu ve daha az negatif duygu yaşadıklarını dile getirmişlerdir. Klingle & Van Vliet (2019) ergenlik perspektifinden öz şefkat hakkında derinlemesine bir anlayış elde etmek amacıyla fenomolojik bir çalışma yürütmüşler ve yapılan mülakatlar sonucunda öz şefkatin duygusal denge ile yakından ilişkili olduğu sonucunu paylaşmışlardır. Çalışmada katılımcılardan biri öz şefkati "rahat olmak ve her şeyi fazla düşünmemeye çalışmak" olarak tanımlamış ve “duygusal dengeyi deneyimleme” temalardan biri olarak belirlenmiştir.

Guan vd. (2021), öz şefkat alıştırmalarının (meditasyon ve yazma) bireylerin negatif duygulanımlarını düşürmedeki etkililiğini araştırmışlar ve birlikte yapılan öz şefkat meditasyonu sonrasında katılımcıların önceden bildirdikleri olumsuz duyguların yoğunluğunda anlamlı bir azalma olduğunu ortaya koymuşlardır. Ayrıca öz şefkatli yazmayı deneyimleyen katılımcıların da kontrol grubundaki katılımcılara göre daha düşük düzeyde kaygı ve daha az olumsuz duygu gösterdiklerini açıklamışlardır. Bu sonucun öz şefkatli yazmanın bireylerin kaygılarını etkili bir şekilde azaltabileceğini öne süren geçmiş çalışmaları (Harwood & Kocovski, 2017; Odou & Brinker, 2014; Wong & Mak, 2016) destekler nitelikte olduğu görülmektedir. Bu araştırmalar bağlamında duygulanımların öz şefkat üzerinde anlamlı bir etkisinin olabileceği düşünülmüş olup “Pozitif duygulanım öz şefkati anlamlı bir şekilde etkilemektedir” ile “Negatif duygulanım öz şefkati anlamlı bir şekilde etkilemektedir” hipotezleri geliştirilerek araştırmanın nicel aşamasında test edilmiştir. Nitel aşamada ise katılımcıların deneyimleri üzerinden duygulanım-öz şefkat ilişkisine dair çıkarımlar yapılmaya çalışılmıştır.

Öz Şefkat-Yenilikçi İş Davranışı İlişkisi: Lefebvre vd. (2020) Kanada'daki farklı kuruluşların ekipleri üzerinde yaptıkları çalışmada, öz şefkat ile bireysel yenilikçilik arasında pozitif yönlü bir ilişkiye rastlamışlardır. Zabelina & Robinson (2010) öz şefkatin yaratıcılık üzerindeki etkilerini incelemişler ve kendini yargılama oranları diğerlerine nazaran daha yüksek olan bireylerin, en düşük özgünlük düzeyine sahip olduklarını ortaya koymuşlardır. Choi & Hwang'ın (2018) üst düzey yöneticiler ile yürüttükleri araştırmada, yöneticilerin sahip oldukları öz şefkatin öz aşkınlık üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu ve öz aşkınlığın da yenilikçi iş davranışı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu sonucunu paylaşmışlardır. Bu doğrultuda öz şefkatin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisinin tespit edilmesi gerektiği düşünülerek "Öz şefkat yenilikçi iş davranışını anlamlı bir şekilde etkilemektedir" hipotezi geliştirilmiştir. Nitel aşamada ise katılımcıların deneyimlerinden yola çıkılarak duygulanım-öz şefkat ilişkisine dair bir anlayış ortaya konulmaya çalışılmıştır.

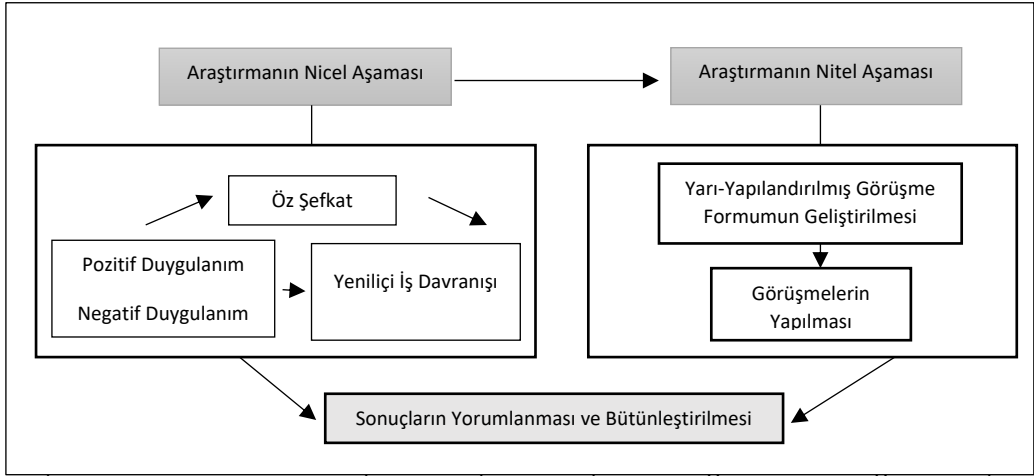
4. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Duygusal Olaylar Teorisine (Weiss & Cropanzano, 1996) göre, duygulanımlar davranışlar üzerinde etkili olmakta ve bireyin belirli bir görevi gerçekleştirirken hissettiği duygulanımlar, sonrasında yapacağı görevlerindeki performansını da etkilemektedir. Bu durumda çalışanların yaşadığı pozitif-negatif duygulanımların örgütler için önemli bir çalışan davranışı olarak görülen yenilikçi iş davranışı üzerinde de anlamlı bir etkiye sahip olduğu öngörülmektedir. Öz şefkat duygu düzenleme stratejilerinden biri olarak görülüp bireylerin olumsuz deneyimlere karşı dengeli bir yaklaşım sergilemesi gerektiğini savunmaktadır. Pozitif ve negatif duygulanımın yenilikçi iş davranışına dönüştürülmesi hususunda öz şefkatin önemli bir yardımcı kaynak olacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda araştırmanın amacı, bireylerin hissettiği pozitif ve negatif duygulanımın yenilikçi iş davranışları üzerinde nasıl bir etkisi olduğunu belirleyerek, yenilikçi iş davranışlarına da yansımaları olası bu tür duygusal durumlarla başa çıkabilmede bireylerin sahip oldukları öz şefkatin aracılık rolünü saptamak ve bu kavramları katılımcıların deneyimleri üzerinden derinlemesine araştırmak olarak belirlenmiştir.

5. Araştırmanın Yöntemi ve Modeli

Araştırma problemlerini daha iyi anlamlandırmak ve ulaşılan sonuçları bütüncül bir perspektif ile ortaya koyabilmek adına araştırmada karma yöntem kullanılmıştır. Karma yöntem kullanılmasının gerekçelerinden biri de, araştırmaya dâhil olan katılımcıları tanımlayıp kişisel deneyimlerini de ortaya koyarak elde edilen çıktılarını daha derinlemesine açıklamak ve nicel bilgilere nitel boyutlar eklemektir. Belirlenen bu amaçlara uygun olarak açıklayıcı sıralı (ardışık) deseninin kullanılması tercih edilmiştir. Açıklayıcı sıralı desende öncelik nicel aşamadır (Nicel→Nitel) ve nitel verilerin esas olarak nicel verilere katkı sunması beklenmektedir (Creswell & Creswell, 2017).

Şekil 1: Araştırmanın Modeli



Araştırmanın ilk aşaması olan nicel aşamada nedensel tarama deseni kullanılmış olup katılımcıların hissettiği pozitif ve negatif duygulanımın yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisi araştırılmış ve öz şefkatin bu ilişki üzerinde bir aracılık rolü var mıdır? sorusuna cevap bulunmaya çalışılmıştır. Araştırmanın ikinci aşaması olan nitel aşamada ise fenomenoloji (olgubilim) deseni kullanılmıştır. Fenomoloji deseni, insan eylemlerinin göreceli yapıda olduğu ve yaşadığı bağlam tarafından koşullandırıldığı felsefi varsayımından hareketle fenomenlerin uzun süreli ve derin olarak incelenmesini amaçlamaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2013, s. 78). Fenomolojik çalışmalarda araştırmacılar; farklı bireyler tarafından deneyimlenen olgularla ilgili oluşan algıları inceler ve bu algılmalarda yer alan ortak algıların ne olduklarını belirlemeye çalışmaktadırlar (Fraenkel vd., 2012, s. 432). Bu çalışmada da katılımcıların iş hayatlarında deneyimledikleri duygulanım, yenilikçi iş davranışı ve öz şefkat olguları ayrı ayrı ele alınarak incelenmeye çalışılmıştır.

Literatürde erkeklerin duygularını daha fazla sınırlandırdıkları ve kendilerine ait duyguları paylaşırken daha az duygu ifade etmeye eğilimli olduklarını ortaya koyan araştırma sonuçları yer almaktadır (Brody & Hall, 1993; Pennebaker, 1995; Polce-Lynch vd., 1998). Aynı zamanda kadınların gerek pozitif gerekse negatif duygulanımları erkeklere oranla daha yoğun yaşadıklarını (Fujita vd., 1991) ve duygusal farkındalıkta erkeklerden daha iyi olduklarını (Lane vd., 1990) gösteren araştırmalara da rastlanılmıştır. Bu çalışmalardan hareketle araştırmanın nitel aşamasının duygulara yönelik farkındalık ve duyguların paylaşımını gerektirmesi sebebiyle kadınlar ile yapılmasının daha çok veri sağlayarak daha sağlıklı sonuçlara götüreceği düşünülmüştür. Dolayısı ile yenilikçi iş davranışına da sahip olduğu öngörülen kadın girişimciler araştırmanın örneklemini olarak seçilmiştir.

5.1. Araştırmanın Nicel Aşaması

Açıklayıcı sıralı karma desen çerçevesinde yürütülen araştırmada ilk olarak nicel aşama kısmı gerçekleştirilmiş olup nicel aşamaya dair bilgiler bu başlık altında gösterilmiştir.

5.1.1. Nicel Aşamının Katılımcıları

Araştırmanın nicel aşama katılımcılarını TOBB İl Kadın Girişimciler Kurulu (TOBB KGK)'na bağlı İcra Komitesi üyesi olan kadın girişimciler oluşturmaktadır. TOBB KGK, Türkiye genelinde 81 ilde faaliyet göstererek kadın girişimciliğine dair görüş oluşturulmasına katkıda bulunan TOBB bünyesinde yer alan istişari bir kuruldur. İl İcra Komiteleri, İl Kurul üyeleri tarafından ve arasından seçilen on yedi üyeden meydana gelmektedir. İl Kurulu toplam üye sayısının on beşin altında olduğu iller de ise İl İcra Komitesi yedi üyeden oluşmaktadır. Üye sayısına dair değişen bu dağılımlar baz alındığında Türkiye genelinde TOBB KGK İl İcra Komitelerine üye kadın girişimcilerinin sayısının yaklaşık 1000 kişi olduğu hesaplanmıştır (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği [TOBB], 2023).

TOBB İl Kadın Girişimciler Kurulu İcra Komitesi üyesi olan kadın girişimciler nicel araştırmanın evrenini oluşturmakta olup bu komite üyesi olan 278 kadın girişimcinin (%95 güven aralığında) örnekleme dâhil edilmesinin araştırma için yeterli olduğu görülmektedir (Gürbüz & Şahin, 2017, s. 130). Nicel veriler Kasım 2022'de Google formlar yardımıyla toplanmaya başlanmış olup Mart 2023'de süreç tamamlanmıştır. Yoğun tempoda çalışan kadın girişimcilere ulaşmanın zorluğu ve zaman-maddi kısıtlardan ötürü olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme tekniği kullanılarak toplam 286 adet anket online olarak elde edilmiştir. Nicel aşamaya dâhil olan katılımcıların demografik niteliklerine yönelik bilgiler aşağıda yer alan Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1: Nicel Aşamaya Dâhil Olan Katılımcıların Demografik Nitelikleri

Demografik Nitelikler	Frekans	Yüzde (%)	
Yaş	21-30	9	3,1
	31-40	61	21,3
	41-50	125	43,7
	51-60	80	28
	60 ve üzeri	11	3,8
Medeni Durum	Bekâr	64	22,4
	Evli	222	77,6
Öğrenim Durumu	İlköğretim	1	0,3
	Lise	39	13,6
	Meslek Yüksekokulu	50	17,5
	Lisans	166	58,0
	Lisansüstü	30	10,5
Mevcut işindeki çalıştığı süre	0-1 yıl	4	1,4
	2-5 yıl	39	13,6
	6-15 yıl	137	47,9
	16 ve üzeri	106	37,1

Tablo 1' de yer alan dağılımlara bakıldığında nicel aşamaya dâhil olan katılımcıların %77,6'sı (222 kişi) evli, %43,7'si (125 kişi) 41-50 yaş aralığında ve %58'i (166 kişi) lisans mezunudur. Katılımcıların mevcut iş yerlerindeki çalıştıkları süreye bakıldığında ise %47,9'unun (137 kişi) son iş yerlerinde 6-15 yıldır çalıştıkları görülmüştür.

5.1.2. Nicel Aşamının Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında nicel veriler; Pozitif ve Negatif Duygulanım Ölçeği (PANAS), Yenilikçi İş Davranışı Ölçeği, Öz Şefkat Ölçeği Kısaltılmış Formu (ÖŞÖ-K) ve Kişisel Bilgi Formu yardımıyla toplanmıştır.

Pozitif ve Negatif Duygulanım Ölçeği (PANAS): Duygulanımları ölçmek için Watson vd., (1988) tarafından geliştirilip Gençöz (2000) tarafından Türkçe'ye uyarlanan PANAS'tan faydalanılmıştır. 10'u pozitif 10'u negatif duygulanım ifadelerini içeren ölçek 5'li likert türündedir. Araştırmanın örnekleme kapsamında yapılan doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonucunda ölçeğin geçerliliğini olumsuz yönde etkileyen pozitif duygulanımın 1. ve 6. maddelerin çıkarılması uzman görüşü de alınarak uygun bulunmuş ve ölçekteki ND6 ile ND7,PD9 ile PD10 ve PD4 ile PD7 gözlenen değişkenlerin aralarında modifikasyonlar yapılmıştır. Bu doğrultuda elde edilen uyum iyilik değerleri modelin kabul edilebilir ve veri ile uyumlu olduğuna işaret etmektedir ($\chi^2/df = 1.814$, RMSEA = 0,047, GFI = 0,907, AGFI= 0,879 CFI = 0,902, NFI= 0,808). Ölçeğin güvenilirliğini test eden Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı ise pozitif duygulanım için 0,752; negatif duygulanım için ise 0,785 bulunmuştur.

Yenilikçi İş Davranışı Ölçeği: Yenilikçi iş davranışını ölçmek için Scott & Bruce (1994) tarafından oluşturulan Türkçe'ye Çalışkan vd. (2019) tarafından uyarlanan 6 maddelik 5'li Likert türündeki ölçekten yararlanılmıştır. Geçerli bu örneklem kapsamında yapılan DFA sonucunda faktör yükü düşük olan 1. maddenin çıkarılmasına karar verilmiş ve önerilen Y4 ve Y5 maddelerinin arasında hata kovaryansı oluşturulmuştur. Ortaya çıkan uyum iyiliği değerleri önerilen modelin kabul edilebilir ve veri ile uyumlu olduğunu göstermiştir ($\chi^2/df = 2,165$, RMSEA = 0,064, GFI =0,989, AGFI= 0,958 CFI = 0,992, NFI=0,986). Cronbach Alfa değeri ölçek için 0,813'tür.

Öz Şefkat Ölçeği Kısaltılmış Formu (ÖŞÖ-K): Öz şefkati ölçmek için Neff (2003a) tarafından geliştirilen Raes vd. (2011) tarafından kısaltılmış formu oluşturulan, Türkçe'ye Yıldırım ve Sarı (2018) tarafından uyarlanan ÖŞÖ-K'dan faydalanılmıştır. 5'li Likert türündeki ölçek için yapılan DFA sonucunda faktör yükü düşük olan 4. ve 8. Maddelerin analize dâhil edilmemesi uzman görüşü de alınarak uygun görülmüştür. Ulaşılan uyum iyiliği değerleri ile modelin kabul edilebilir ve veri ile uyumlu olduğu görülmüştür ($\chi^2/df =2,088$, RMSEA = 0,062, GFI = 0,953, AGFI=0,924 CFI = 0,953, NFI= 0,914). Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı ise 0,816 olarak hesaplanmıştır.

5.1.3. Nicel Verilerin Analizi

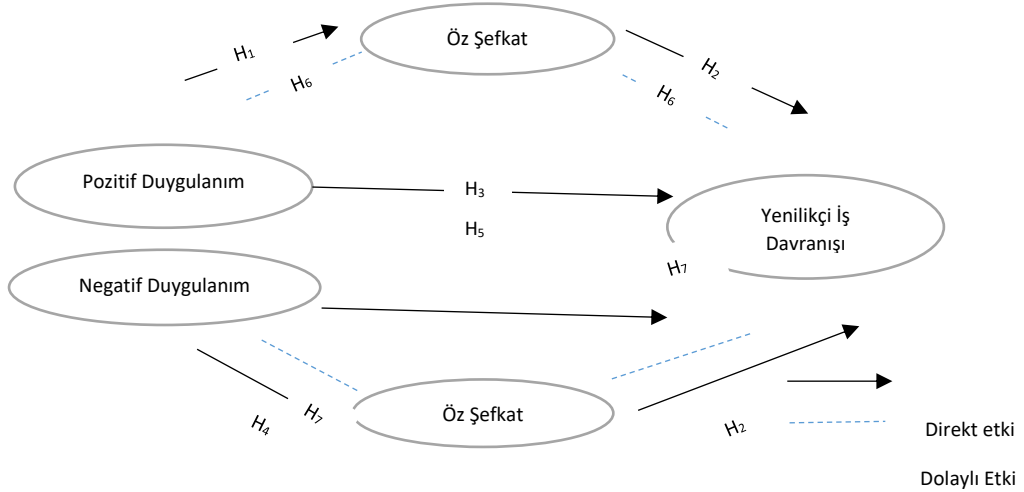
Nicel aşamada elde edilen verilere yönelik betimleyici istatistiksel analizler ve ölçeklere ilişkin geçerlik ve güvenilirlik analizleri IBM SPSS 25 ve AMOS paket programlarından faydalanılarak yapılmıştır. Araştırmanın nicel verilerinin analizi için öncelikli olarak verilerin dağılımına bakılmıştır. Yapılan normallik testinde değişkenler için elde edilen sonuçlar Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2: Basıklık ve Çarpıklığa İlişkin Değerler

Değişkenler	Basıklık (Kurtosis)	Çarpıklık (Skewness)
Pozitif Duygulanım	0,486	-0,523
Negatif Duygulanım	0,655	0,396
Yenilikçi İş Davranışı	-0,411	-0,264
Öz Şefkat	-0,150	-0,166

Tablo 2 incelendiğinde skewness (çarpıklık) ve kurtosis (basıklık) değerlerinin -0,523 ile + 0,655 arasında değiştiği görülmektedir. Tabachnick & Fidell (2013), skewness (çarpıklık) ve kurtosis (basıklık) değerleri -1.50 ile +1.50 arasında olduğunda, verilerin normal dağılım gösterdiğine yönelik bir kabulü benimsemektedir. Bu bağlamda araştırma verilerinin normal dağılım gösterdiği kabul edilerek analizlerde parametrik testler kullanılmıştır.

Şekil 2: Nicel Araştırmanın Modeli



Şekil 2' de nicel araştırmanın modeli gösterilmiş olup araştırma modelini test etmek için ise Hayes (2013) tarafından ortaya konulan ve IBM SPSS 25 paket programı içerisinde eklenti olarak çalıştırılan PROCESS Macro uygulamasından yararlanılmıştır. Test edilen hipotezler ise aşağıdaki tabloda belirtilmektedir.

Tablo 3: Nicel Aşamada Test Edilen Hipotezler

Hipotezler
H ₁ : Pozitif duygulanım öz şefkati anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
H ₂ : Öz şefkat yenilikçi iş davranışını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
H ₃ : Pozitif duygulanım yenilikçi iş davranışını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
H ₄ : Negatif duygulanım öz şefkati anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
H ₅ : Negatif duygulanım yenilikçi iş davranışını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
H ₆ : Öz şefkat, pozitif duygulanım ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.
H ₇ : Öz şefkat, negatif duygulanım ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

5.1.4. Nicel Aşamaya Dair Bulgular

Araştırma değişkenleri olan pozitif-negatif duygulanım, yenilikçi iş davranışı ve öz şefkat ifadelerine ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 4 ve Tablo 5’ de gösterilmiştir.

Tablo 4: Duygulanım İfadelerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Pozitif Duygulanım ($\bar{X}=4,10$ SS=0,51)			Negatif Duygulanım ($\bar{X}=2,10$ SS=0,47)		
İfadeler	Ortalama (\bar{X})	Standart Sapma (SS)	İfadeler	Ortalama (\bar{X})	Standart Sapma (SS)
Heyecanlı	3,70	0,999	Sıkıntılı	2,65	0,873
Güçlü	4,23	0,810	Mutsuz	2,61	0,887
Hevesli	4,09	0,872	Suçlu	1,50	0,724
Gururlu	4,30	0,867	Ürkmüş	1,91	0,862
İlham Dolu	3,54	1,061	Düşmanca	1,30	0,633
Kararlı	4,26	0,759	Asabi	2,33	0,811
Dikkatli	4,27	0,715	Utanmış	1,94	0,858
Aktif	4,46	0,708	Sinirli	2,37	0,778
			Tedirgin	2,49	0,886
			Korkmuş	1,97	0,807

Tablo 4 incelendiğinde “aktif” ve “gururlu” en yoğun hissedilen pozitif duygulanımlar arasında yerini alırken “sıkıntılı” ve “mutsuz” da en yoğun hissedilen negatif duygulanımlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Ortalamalara bakıldığında nicel aşamaya dâhil olan kadın girişimcilerin iş hayatlarında hissettikleri pozitif duygulanım düzeylerinin nispeten yüksek; negatif duygulanım düzeylerinin ise nispeten düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Yenilikçi İş Davranışı ve Öz Şefkat İfadelerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Yenilikçi İş Davranışı ($\bar{X}= 3,92$ SS=0,63)		
İfadeler	Ortalama (\bar{X})	Standart Sapma (SS)
Yaratıcı fikirler üretirim	3,80	0,921
Başkalarının fikirlerini destekler ve cesaretlendiririm	4,22	0,839
Yeni fikirleri uygulamaya koymak için gereken kaynakları araştırıp tahsis etmeye çalışırım	3,62	0,889
Yeni fikirlerin uygulanması için planları ve faaliyet takvimlerini geliştiririm	3,55	0,915
Yenilikçiyim	4,44	0,605
Öz Şefkat ($\bar{X}= 3,31$ SS=0,67)		
İfadeler	Ortalama (\bar{X})	Standart Sapma (SS)
Benim için önemli olduğunu düşündüğüm bir şeyi başaramadığımda kendimi yetersiz olduğum duygusuyla yıpratırım	3,35	1,196
Beğenmediğim kişilik özelliklerimle ilgili kendime karşı sabırlı ve anlayışlı olmaya çalışırım.	3,41	1,052
Üzücü bir durumla karşılaştığımda dengeli bir bakış açısı sergilemeye çalışırım	3,71	0,888
Başarısızlıklarımı insan olmanın doğal bir parçası olarak görmeye çalışırım	3,64	1,029
Zor zamanlardan geçtiğimde ihtiyacım olan özen ve yumuşaklığı kendime gösteririm	3,35	1,048
Bir şey beni üzdüğünde duygularımı dengede tutmaya çalışırım	3,59	0,864
Kötü hissettiğim zaman yanlış giden her şeyi kafama takar ve üzerinde sürekli düşünürüm	2,82	1,124
Yetersizliklerim ve hatalarım karşısında kendime karşı eleştirel ve yargılayıcı davranırım	2,75	1,089
Sevmediğim kişilik özelliklerim karşısında kendime karşı hoşgörüsüzümdür	3,21	1,201

Tablo 5 incelendiğinde ise araştırma dâhilindeki kadın girişimcilerin kendilerini yenilikçi olarak gördüklerini ve başkalarının fikirlerini desteklemeye oldukça önem verdiklerini söylemek mümkündür. Ortalamalar dâhilinde yenilikçi iş davranışı düzeylerinin nispeten yüksek; öz şefkat düzeylerinin ise ortaya yakın olduğu görülmektedir. Öz şefkat ölçeğinde yer alan olumsuz ifadelerin de ortalamalarının yüksek olması dikkat çekmektedir. Araştırma değişkenleri olan pozitif-negatif duygulanım, yenilikçi iş davranışı ve öz şefkat değişkenlerine ilişkin korelasyon analizi sonuçları Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6: Değişkenlere İlişkin Korelasyon Analizleri

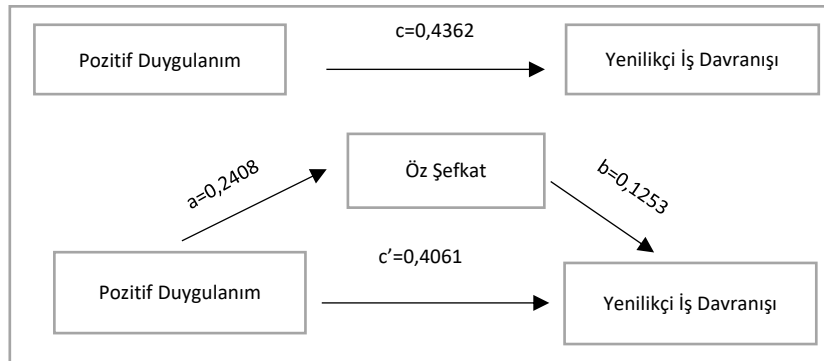
Değişkenler	PD	ND	YİD	ÖŞ
Pozitif Duygulanım (PD)	1			
Negatif Duygulanım (ND)	-,271**	1		
Yenilikçi İş Davranışı(YİD)	,355**	-,207**	1	
Öz Şefkat (ÖŞ)	,185**	-,328**	,194**	1

** 0.01 düzeyinde anlamlı bir korelasyon vardır.

Tablo 6 incelendiğinde pozitif duygulanım değişkeninin yenilikçi iş davranışı ($r = 0.355$, $p < 0.01$) ve öz şefkat ($r = 0.185$, $p < 0.01$) değişkenleri ile pozitif yönde anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca pozitif duygulanım değişkeninin negatif duygulanım ($r = -0.271$, $p < 0.01$) değişkeni ile negatif yönde anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte negatif duygulanım değişkeni ile yenilikçi iş davranışı ($r = -0.207$, $p < 0.01$) ve öz şefkat ($r = -0.328$, $p < 0.01$) değişkenleri arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Son olarak yenilikçi iş davranışı değişkeni ile öz şefkat değişkeni arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu ($r = 0.194$, $p < 0.01$) bulunmuştur.

Nicel aşama dâhilinde oluşturulan hipotezleri test etmek amacıyla Hayes (2013)'in geliştirdiği PROCESS Macro eklentisinden faydalanılarak SPSS (25) paket programında çözümlenmeler yapılmış ve bootstrap yöntemini esas alan regresyon analizlerine dair bulgular Şekil 3 ve Şekil 4 üzerinde gösterilmiştir.

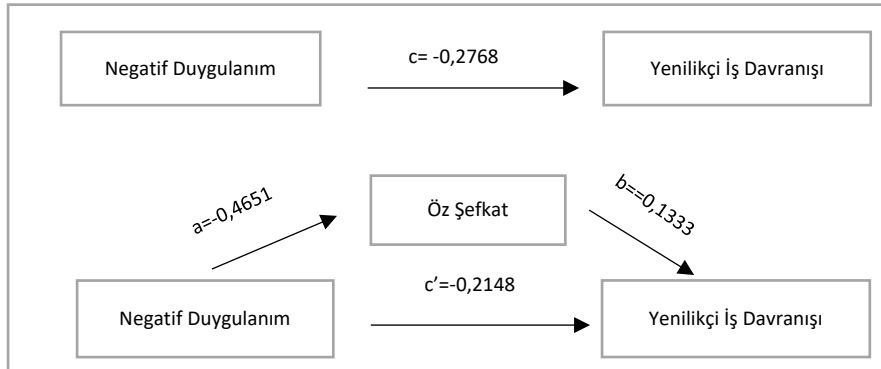
Şekil 3: Pozitif Duygulanım İle Yenilikçi İş Davranışı Arasındaki İlişikte Öz Şefkatin Aracılık Rolü



Şekil 3 incelendiğinde pozitif duygulanımın yenilikçi iş davranışı üzerinde (c yolu) istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde ve olumlu yönde ($\beta = 0,4362$; $t = 6,4025$; $P < 0.05$) bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre H_1 hipotezi kabul edilmiş olup bir sonraki aşamada aracı değişken olarak öz şefkat modele dâhil edilmiştir. Bu bağlamda pozitif

duygulanımın aracı değişken olan öz şefkat üzerinde (a yolu) istatistiksel olarak anlamlı ve olumlu yönde bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiş ($\beta = 0,2408$; $t = 3,1737$; $P < 0,05$) ve H_2 hipotezi kabul edilmiştir. Öz şefkatin yenilikçi iş davranışı üzerinde (b yolu) etkisinin anlamlı ve olumlu yönde olduğu da sonuçlar arasında yer almakta ($\beta = 0,1253$; $t = 2,3695$; $P < 0,05$) ve kurulan H_3 hipotezinin de desteklendiği görülmektedir. Bahse konu olan etki katsayıları çarpıldığında dolaylı etkinin büyüklüğüne ulaşılmakta (Gürbüz & Bayık, 2021) ve modeldeki dolaylı etkinin ($0,2408 \times 0,1253$) $0,030$ olduğu anlaşılmaktadır [nokta tahmini = $0,030$; BootSE = $0,0264$; BootCI ($0,058$; $0,0564$)]. Öz şefkat aracılığıyla, pozitif duygulanımın yenilikçi iş davranışı üzerindeki dolaylı etkisi, belirlenen güven aralıkları arasında sıfır olmaması sebebiyle de istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Böylelikle öz şefkatin pozitif duygulanım ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiye kısmi aracılık ettiği tespit edilerek H_6 hipotezi kabul edilmiştir. Doğrudan etkinin (c' yolu) $0,406$ olduğu görülmekte ($\beta = 0,4061$; $t = 5,9043$; $P < 0,05$) doğrudan ve dolaylı etkiler toplandığında ise toplam etki büyüklüğü olan $0,436$ değerine ulaşılmaktadır

Şekil 4: Negatif Duygulanım İle Yenilikçi İş Davranışı Arasındaki İlişide Öz Şefkatin Aracılık Rolü



Şekil 4 incelendiğinde negatif duygulanımın yenilikçi iş davranışı üzerinde (c yolu) istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde ve olumsuz yönde ($\beta = -0,2768$; $t = -3,5623$; $P < 0,05$) bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre H_4 hipotezi kabul edilmiş olup bir sonraki aşamada aracı değişken olarak öz şefkat modele dâhil edilmiştir. Bu bağlamda negatif duygulanımın aracı değişken olan öz şefkat üzerinde (a yolu) istatistiksel olarak anlamlı ve olumsuz yönde bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiş ($\beta = -0,4651$; $t = -5,8539$; $P < 0,05$) ve H_5 hipotezi kabul edilmiştir. Öz şefkatin yenilikçi iş davranışı üzerinde (b yolu) etkisinin anlamlı ve olumlu yönde ($\beta = 0,1333$; $t = 2,3150$; $P < 0,05$) olduğu da sonuçlar arasında yer almaktadır. Bahse konu olan etki katsayıları çarpıldığında dolaylı etkinin büyüklüğüne ulaşılmakta (Gürbüz & Bayık, 2021) ve modeldeki dolaylı etkinin ($-0,4651 \times 0,1333$) $-0,062$ olduğu anlaşılmaktadır [nokta tahmini = $-0,062$; BootSE = $0,036$; BootCI ($-0,1328$; $-0,0114$)]. Öz şefkat aracılığıyla, negatif duygulanımın yenilikçi iş davranışı üzerindeki dolaylı etkisi, belirlenen güven aralıkları arasında sıfır olmaması sebebiyle de istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Böylelikle öz şefkatin negatif duygulanım ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiye kısmi aracılık ettiği tespit edilerek H_7 hipotezi kabul edilmiştir. Doğrudan etkinin (c' yolu) $0,2148$ ($\beta = -0,2148$; $t = -2,6312$; $P < 0,05$) olduğu görülmekte doğrudan ve dolaylı etkiler toplandığında ise toplam etki büyüklüğü olan $-0,2768$ değerine ulaşılmaktadır.

5.2. Araştırmanın Nitel Aşaması

Açıklayıcı sıralı karma desen çerçevesinde yürütülen araştırmada nicel aşama tamamlandıktan sonra nitel aşamaya geçilmiş olup nitel aşamaya dair bilgiler başlık altında gösterilmiştir.

5.2.1. Nitel Aşamının Katılımcıları

Araştırma için katılımcılar sıralı karma örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Açıklayıcı veya keşfedici desen karma yöntem araştırmalarında tercih edilen bu örnekleme yönteminde birinci aşamada elde edilen sonuçlar, ikinci aşamada yer alacak katılımcıların belirlenmesinde kullanılmaktadır (Teddlie & Tashakkori, 2009). Anket formunda çalışmanın karma yöntem çalışması olduğu ve nicel aşamada elde edilecek verilerden sonra nitel aşama için görüşmelere geçileceğine dair bilgilendirme yapılmıştır. Araştırmada katılımcıların yenilikçi iş davranışı, duygulanım ve öz şefkat kavramlarına ilişkin deneyimlerini derinlemesine araştırmak amaçlandığından bu kavramları yoğun olarak deneyimleyen katılımcıların araştırmaya dâhil edilmesinin daha uygun olacağı düşünülmüştür. Bu açıdan nicel aşamada elde edilen verilerdeki yenilikçi iş davranışı, duygulanım ve öz şefkat skorları ölçüt olarak kabul edilerek nitel aşama dâhilinde yer alan katılımcılar amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan ölçüt örnekleme ile belirlenmiştir. Anketlerden elde edilen nicel veriler sonucunda örneklemin değişkenlerinin ortalamaları; $\bar{X}_{PD}:4,10$; $\bar{X}_{ND}:3,10$; $\bar{X}_{YID}:3,92$; $\bar{X}_{ÖŞ}:3,31$ olarak tespit edilmiştir. Doldurdukları ankette bu ortalamaların üzerinde ortalamalara sahip olan katılımcılar ile irtibata geçilerek gönüllü 12 katılımcı ile yarı-yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Nitel aşamaya dâhil olan katılımcıların demografik niteliklerine yönelik bilgiler aşağıda yer alan Tablo 7’de gösterilmektedir.

Tablo 7: Nitel Aşamaya Dâhil Olan Katılımcıların Demografik Nitelikleri

Katılımcı	Medeni Durumu	Yaş Aralığı	Eğitim Durumu	Mevcut İş Yerinde Çalıştığı Süre	Çalıştığı Sektör	Görüşme Süresi
K1	Evli	41-50	Lisans	16 ve üzeri	Gıda	27 dakika
K2	Evli	41-50	Lise	16 ve üzeri	Hizmet	31 dakika
K3	Evli	51-60	Lise	6-15 yıl	Turizm	17 dakika
K4	Bekâr	31-40	Lisansüstü	6-15 yıl	Eğitim	20 dakika
K5	Evli	41-50	Lisans	0-1 yıl	Ambalaj	21 dakika
K6	Evli	31-40	Meslek Yüksekokulu	16 ve üzeri	Hizmet	48 dakika
K7	Bekâr	31-40	Meslek Yüksekokulu	6-15 yıl	Hizmet	41 dakika
K8	Evli	31-40	Lisans	6-15 yıl	Turizm	18 dakika
K9	Evli	41-50	Lisans	16 ve üzeri	Kuyumculuk	27 dakika
K10	Evli	51-60	Lisans	16 ve üzeri	Yem	17 dakika
K11	Evli	51-60	Lisans	6-15 yıl	Gıda	47 dakika
K12	Bekâr	41-50	Lisansüstü	6-15 yıl	Hizmet	17 dakika

Tablo 7 incelendiğinde nitel aşamaya dâhil olan katılımcıların çoğunluğunun evli, 41-50 yaş aralığında, lisans mezunu oldukları ve mevcut iş yerlerinde çalışma sürelerinin 6-15 yıl olduğu görülmektedir. Görüşmelerin en az 17 dakika en fazla 48 dakika sürdüğü tespit edilmiştir.

5.2.2. Nitel Aşamaların Veri Toplama Araçları

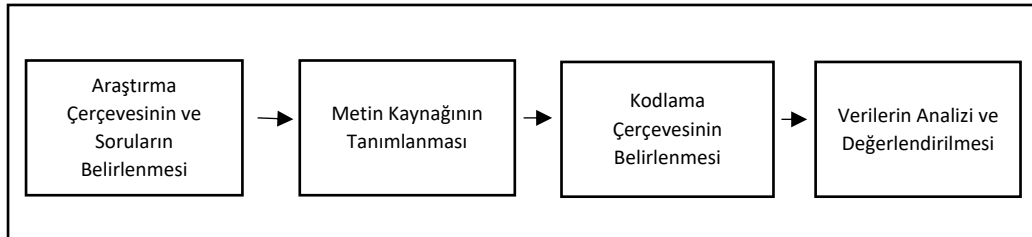
Nitel aşama da katılımcılar ile görüşmeler yüz yüze ve/veya online şekilde gerçekleştirilmiş olup 2023 Eylül ayında son görüşme yapılmıştır. Kadın girişimcilerin yoğun iş temposu ve 6 Şubat Kahramanmaraş depreminin de araya girmesi veri toplama süreçlerinin bu aralıklara yayılmasına neden olmuştur.

Nitel aşamaya dâhil olan katılımcıların pozitif-negatif duygulanımlar, yenilikçi iş davranışı ve öz şefkat değişkenlerine dair öznel deneyimlerini ortaya koymak için belirlenen soruları içeren yarı-yapılandırılmış görüşme formundan faydalanılmıştır. Kavramlarla ilgili literatürdeki öneriler doğrultusunda 3 uzman kişi iş birliği ile geliştirilen formda kavramlara yönelik deneyimlere dair sorulara yer verilmiştir. Görüşmeler yapılmadan önce gönüllülere, araştırmacının kavramları ile ilgili yazılı bilgilendirme formu dağıtılarak okumaları istenmiş ve sözlü olarak da çalışmanın amacı ve gerekli detaylar hakkında bilgilendirmeler yapılmıştır. Sonrasında katılımcıların her birine görüşmelerden elde edilen verilerin gizli kalıp yalnızca bilimsel amaçlar için kullanılacağına ve kimlik bilgilerinin gizli tutulacağına dair bilgilerin yer aldığı gönüllü katılım formu gösterilmiş/okunmuştur. Yüz yüze katılımcılar bu formu imzalayarak ve online katılımcılar da sesli beyanda bulunarak görüşmeye gönüllü olarak katıldıklarını onaylamışlardır. Çalışmada iç geçerlik (inandırıcılık) kapsamında görüşmeye katılanlardan kayıt için izin alınmış ve verdikleri cevaplar yer yer toparlanarak ekleme ya da çıkarma yapma imkânı katılımcılara tanınmıştır. Verilerin analizi noktasında içerik ve betimsel analiz birlikte kullanılarak veri analizi çeşitlemesi yapılmış ve uzman görüşüne başvurulmuş alınan dönütlere yönelik gerekli düzeltmeler gerçekleştirilmiştir. Dış geçerlik (aktarılabirlik) için çalışma içerisinde kavramlara ilişkin teorik çerçeve detaylı olarak anlatılmaya çalışılmış ve uygulamaya dönük her aşama ayrıntılı olarak aktararak bulgular yorum yapılmadan sunulmuştur. Katılımcılardan doğrudan alıntılar yapılarak iç-dış geçerlik artırılmaya çalışılmıştır. Nitel araştırmaya dair süreçler ayrıntılı olarak aktarılmış ve cevaplar kayıt altına alınarak teyit incelemesi yapılmış ve bu anlamda iç-dış güvenirliliğin artırılması sağlanmıştır.

5.2.3. Nitel Verilerin Analizi

Nitel aşamada elde edilen veriler betimsel ve içerik analizine tabi tutulmuş ve bu analizler MAXQDA 2020 paket programından faydalanılarak yapılmıştır. Nitel analiz aşamasında Şekil 5' de yer verilen süreç takip edilmiştir.

Şekil 5: Nitel Analizinin Aşamaları



Kaynak: Aytar, 2020

İlk olarak nitel aşamanın araştırma çerçevesi ve soruları belirlenmiştir. Araştırmanın amaçlarına uygun olacak şekilde belirlenen nitel araştırma soruları ise Tablo 8’de gösterilmektedir.

Tablo 8: Nitel Aşamadaki Araştırma Soruları

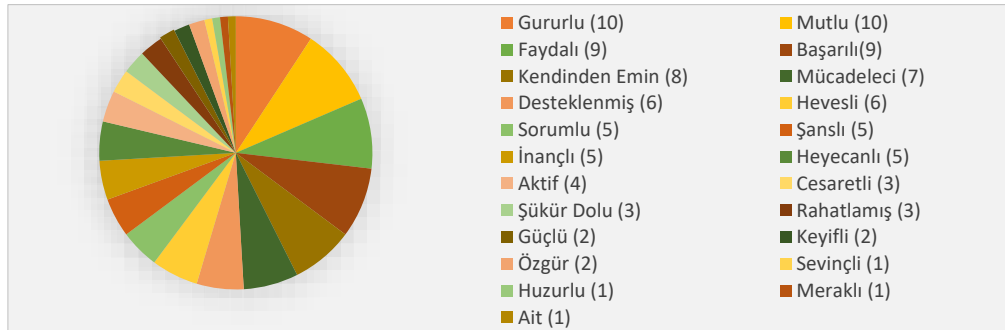
Araştırma Soruları
Q ₁ : Katılımcıların çalışma hayatlarında sıklıkla deneyimledikleri pozitif duygulanımlar nelerdir?
Q ₂ : Katılımcıların çalışma hayatlarında sıklıkla deneyimledikleri negatif duygulanımlar nelerdir?
Q ₃ : Katılımcılar yenilikçi iş davranışını nasıl deneyimliyor?
Q ₄ : Katılımcılar öz şefkati nasıl deneyimliyor?
Q ₅ : Öz şefkate sahip olmanın çalışanlara katkıları neler olabilir?

Nitel aşamaya dâhil olan 12 katılımcı ile gerçekleştirilen görüşmelerin ses kayıtları metne dönüştürülerek 32 sayfa 23.154 kelimenin yer aldığı Word belgesi metin kaynağı olarak tanımlanmıştır. Duygulanım, öz şefkat ve yenilikçi iş davranışı literatüründen yararlanılarak kodlamalar yapılmış olup kod-kategori ve temalar belirlenmiş ve uzmanlar tarafından kontrol edilenler düzenlenerek nitel bulgular tanımlanmıştır.

5.2.4. Nitel Aşamaya Dair Bulgular

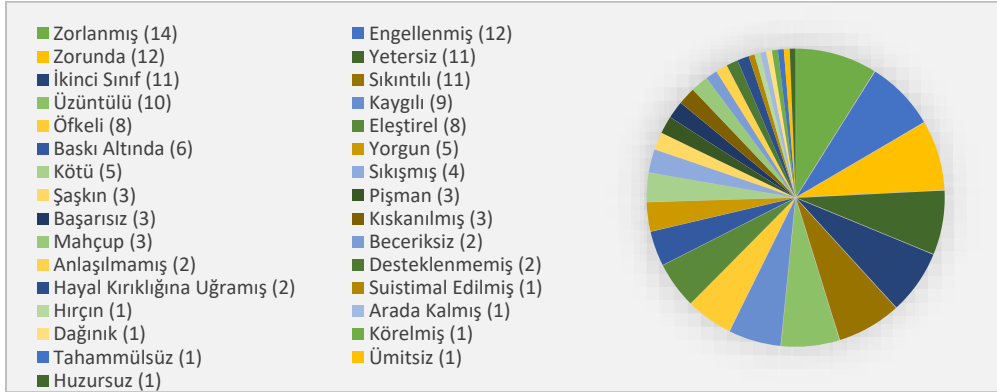
Nitel aşama dâhilinde belirlenen araştırma soruları takip edilerek kadın girişimcilerin deneyimlerine dair bulgular sırasıyla raporlanmıştır. İlk olarak Q₁ ve Q₂ nitel araştırma sorularına istinaden katılımcıların çalışma hayatlarında hissettikleri pozitif-negatif duygulanımlara ilişkin ifadeleri betimsel analize tabi tutulmuş ve elde edilen bulgular Şekil 6 ve Şekil 7’de grafikler üzerinden gösterilmiştir.

Şekil 6: Katılımcıların Çalışma Hayatlarında Hissettikleri Pozitif Duygulanımlar



Şekil 6’da görüldüğü üzere katılımcılar çalışma hayatlarında pek çok farklı (23) pozitif duygulanım hissettiklerini ifade etmişlerdir. Duygulanımların yanlarındaki rakamlar frekanslarını ifade etmekte olup “gururlu”, “mutlu”, “faydalı” ve “başarılı” en çok bahsedilen pozitif duygulanımlar olmuştur.

Şekil 7: Katılımcıların Çalışma Hayatlarında Hissettikleri Negatif Duygulanımlar



Şekil 7’de görüldüğü üzere katılımcılar çalışma hayatlarında pek çok farklı negatif duygulanım (31) hissettiklerini dile getirmişlerdir. Duygulanımların yanlarındaki rakamlar frekanslarını ifade etmekte olup “zorlanmış”, “engellenmiş” “zorunda” ve “yetersiz” en fazla ifade edilen negatif duygulanımlar arasında olurken “ikinci sınıf”, “körelmiş” ve “arada kalmış” gibi dikkat çekici duygulanımlardan da bahsettikleri görülmüştür.

Q₃ nitel araştırma sorusuna istinaden kadın girişimcilerin çalışma hayatlarında deneyimledikleri yenilikçi iş davranışına ilişkin ifadeleri içerik analizine tabi tutulmuş ve çözümleme sonucunda 2 tema ve 7 kategori belirlenmiştir. Analiz sonucunda belirlenen tema ve kategoriler; Yenilikçiliğin Gerektirdikleri Teması (Açık Olma-Karakter Özelliği-Konfor Alanından Çıkma-Rahatlık), Yenilikçiliğin Aşamaları Teması (Fark Etme-Araştırma-Uygulama) şeklindedir. Tablo 9’da katılımcıların yenilikçi iş davranışı deneyimlerine ilişkin tema, kategori ve kodlar gösterilmekte olup kodların frekansları yanlarındaki parantezler de belirtilmiştir.

Tablo 9: Yenilikçi İş Davranışı Deneyimlerine İlişkin Tema, Kategori ve Kodlar

YENİLİKÇİLİĞİN GEREKTİRDİKLERİ			
Açık Olma	Karakter Özelliği	Konfor Alanından Çıkma	Rahatlık
<ul style="list-style-type: none"> Farklı Deneyimlere Açık Olma(4) Değişime Açık Olma(2) Eleştiriye Açık Olma(2) 	<ul style="list-style-type: none"> Cesaretli(3) Öğrenmeye İstekli(3) Hevesli(3) Yeniliklere Açık(1) Hayal Kurabilen(1) 	<ul style="list-style-type: none"> Engelleri Göze Alma(2) Zorlukları Göze Alma(2) Kaygıyı Göze Alma(1) 	<ul style="list-style-type: none"> Boş Vakte Sahip Olma(2) Dingin Bir Zihin(2) Özgür Hissetme(1)
YENİLİKÇİLİĞİN AŞAMALARI			
Fark Etme	Araştırma	Uygulama	
<ul style="list-style-type: none"> Gündemi Takip Etme(4) Boşluğu Fark Etme(2) Değişimi Fark Etme(1) Gözlem Yapma(1) 	<ul style="list-style-type: none"> O Nedir?(3) Başkaları Nasıl Yapıyor?(2) Biz Ne Yapabiliriz?(2) 	<ul style="list-style-type: none"> Yardım Alma (2) Kendini Yenileme (2) Aktarma (1) Sürdürülebilirlik (1) Hatalarından Ders Alma (1) 	

Genel olarak kendilerini yenilikçi olarak gördüklerini belirten kadın girişimciler; yenilikçi iş davranışı için gereken niteliklere dair değerlendirmeleri içeren “yenilikçiliğin gerektirdikleri” teması içerisinde karakter özelliğinin üzerinde durmuşlardır. Yenilikçi olmada cesaretin, hevesin, hayal kurabilmenin, yeniliklere açık ve öğrenmeye istekli olmanın öneminden bahseden kadın girişimcilerin ifadelerinden bazıları aşağıdaki gibidir:

K4: “Yenilik dediğin şey hayal kurmayla çok ilgili bir şey. Başka birinin düşünmeye dahi cesaret edemediği bir şeyi sen düşünceksin ve hayata geçireceksin. Bu da biraz hevesle heyecanla ilgili şeyler.”

K12: “Motivasyon ve cesaretin olduğu yerde her türlü spontane, her türlü yenilik zaten ortaya çıkar.”

Yenilikçi iş davranışı sürecine dair deneyimleri içeren “Yenilikçiliğin Aşamaları” temasında ise fark etme, araştırma ve uygulama olmak üzere üç kategori saptanmış olup kadın girişimcilerin gündemi takip etme ve o nedir? diyerek araştırma yapmaya dikkat çektikleri görülmüştür. Yaptığı araştırma neticesinde işinde oldukça fayda sağlayan bir kadın girişimcimiz bu süreci şöyle ifade etmiştir:

K11: “Yani benim bir akşam böyle oturup da Amerika organik tarımda ne yapıyormuş işte, o ne yapıyormuş demem ne faydalar sağladı. Yani günümüzde kendinizi yenilemek, yeniliğe ulaşmak ve nerede, ne yapabilirim diyebilmek artık kullanabilirsek çok kolay.”

Tablo 10: Öz Şefkat Deneyimlerine İlişkin Tema, Kategori ve Kodlar

İNANÇ		
Yaratıcı'ya Dayanma	Yaratıcı'ya Güven	
<ul style="list-style-type: none"> •Dua(5) •İbadet(1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Vardır Bir Hayır(2) • Benim Dışında Bir İrade var(1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Umutlu olma(2) • Nasip(1)
İLİŞKİSEL		
Başkaları İle	Kendimiz İle	
<ul style="list-style-type: none"> •Öncelikler Sıralaması(2) • Sınırları Bilme(1) 	<ul style="list-style-type: none"> •Merkeze Kendini Alma(5) •Kendine Özen Gösterme(3) •Kendi Hakkını Koruma(2) 	<ul style="list-style-type: none"> •Kendini Sevme(4) • Kendine İzin Verme(3) • Kendine Güvenme(1)
FİZİKSEL		
Toplu	Bireysel	
<ul style="list-style-type: none"> •Dertleşme(3) • Sevdiklerinle vakit geçirme(1) 	<ul style="list-style-type: none"> •Kitap okuma(3) • Müzik dinleme(1) •Çikolata yeme(1) 	<ul style="list-style-type: none"> •Tütsü yakma (2) •Dizi/film seyretme(1) •Olumsuz ortamdan uzaklaşma(1)
ZİHİNSEL		
Kabullenme	Farkındalık	Çözüme Yönelme
<ul style="list-style-type: none"> •Sıkıntılar hayatın parçası(3) •Herkesin dertleri var(1) •Tecrübe ile öğreniyoruz(2) •Olani kabullenme(3) •Mükemmel olamayacağını kabullenme(2) •Sınırlılığını kabullenme(2) •Doğanı kabullenme(2) 	<ul style="list-style-type: none"> •Kendi eksikliğini sorgulama(4) •Duyularını fark etme(4) •Olaya dışarıdan bakabilme (2) •Telkinlerde bulunma(3) 	<ul style="list-style-type: none"> •Alternatifleri gözden geçirme(3) •Sorumluluğu üstlenme(3) •Denemeye devam etme(2)

Q₄ nitel araştırma sorusuna istinaden kadın girişimcilerin çalışma hayatlarında deneyimledikleri öz şefkate ilişkin ifadeleri içerik analizine tabi tutulmuş ve çözümleme sonucunda 4 tema ve 9 kategori belirlenmiştir. Analiz sonucunda belirlenen tema ve

kategoriler; İnanç Teması (Yaratıcı'ya Dayanma, Yaratıcı'ya Güven), İlişkisel Teması (Başkaları İle-Kendimiz İle), Fiziksel Teması (Toplu-Bireysel) ve Zihinsel Teması (Kabullenme-Farkındalık-Çözümüne Yönelme) şeklindedir. Tablo 10'da katılımcıların öz şefkat deneyimlerine ilişkin tema, kategori ve kodlar gösterilmekte olup kodların frekansları yanlarındaki parantezler de belirtilmiştir.

Kadın girişimcilerin çoğunluğunun "geçmişte öz şefkatli olmadıklarını ancak artık öz şefkat yoluna girdiklerini" ifade ettikleri görülmüştür. Öz şefkatin düşünceler ile ilişkisine yoğunlaşan zihinsel teması temalar arasında öne çıkmış olup öz şefkat için kabullenmenin önemli olduğu kadın girişimciler tarafından sıklıkla dillendirilmiştir. Kabullenme kategorisine dair bazı katılımcı görüşleri ise şu şekildedir:

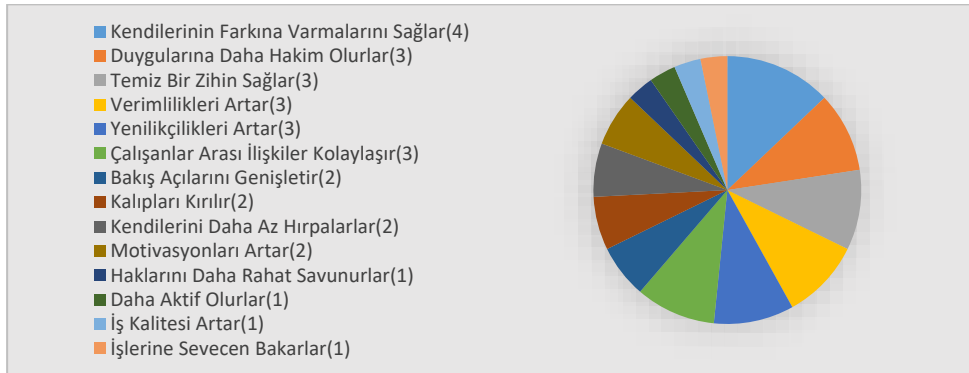
K9: "Ablam hep şey der bana: "Olumsuzluğa bile uyum sağlıyorsun hemen. Bu nasıl bir şey?" diyor. Ben de diyorum ki; ya olumsuzluğu kendime dert edip büyütüp de niye ilerisi için bir sıkıntı yaratayım? Orada oldu, yaşandı bitti, dersimi aldım. Yapacak bir şey yok artık, hayata bakış açım bu zaten."

K4: "Mükemmel diye bir şeyin olduğuna inanmıyorum. Her zaman mükemmelin mükemmeli var çünkü. Yani ne yaparsam yapayım yetersiz. Ben sıradan bir insanım. Hani insan olduğumu kabul ediyorum. Yani süper kahraman değilim, elimde sihirli değnekler yok"

Öz şefkatin inanç boyutuna değinen "İnanç" teması Yaratıcı'ya olan bağlılığın öz şefkati korumada etkili olduğunu göstermiş olup kadın girişimciler duanın rahatlatıcı etkisine sıklıkla değinmişlerdir. Öz şefkatin ilişkisel yönünü içeren "İlişkisel" temasında kendimiz ile ilişki kategorisi ön plana çıkmaktadır. Kadın girişimcilerin çoğunluğu öz şefkati kendini sevme ile oldukça bağdaştırarak merkeze kendini alma konusunun kendini sevmede önemli olduğuna değinmişlerdir. Bu durumu K11: "Ben kendimi sahiplenmezsem ben kendime saygımı yitirirsem kendimi beslemeyi bırakırsam zaten ne topluma faydam olur ne aileme faydam olur ne de bu kadar üretici kadına faydam olur. O her zaman benim önceliğimdir. Önce kendime bir dönerim pozitif enerjiyle." şeklinde ifade etmiştir. Öz şefkatin eylemsel yönüne odaklanan "Fiziksel" temasında ise kadın girişimciler en çok bireysel anlamda kitap okumanın, toplu olarak da dertleşmenin rahatlatıcı etkisinden bahsetmişlerdir.

Q₅ nitel araştırma sorusuna istinaden kadın girişimcilerin öz şefkatin çalışanlara olan katkılarına ilişkin ifadeleri betimsel analize tabi tutulmuş ve elde edilen bulgular Şekil 8'de gösterilmiştir.

Şekil 8: Öz Şefkatin Çalışanlara Katkıları



Şekil 8 incelendiğinde sahip olunan öz şefkatin çalışanlara kendilerini fark etmeleri yönünde bir katkı sağlayacağı en çok ifade edilen görüşlerden olmuştur. Öz şefkatin çalışanların kalıplarını kırarak bakış açılarını genişleteceği temiz bir zihin sağlayarak verimliliklerini artıracacağı dikkat edici cevaplar arasındadır. Aynı zamanda duygulara hâkimiyet sağlamada da yardımcı olacağı kadın girişimciler tarafından düşünülmektedir. Bir kadın girişimcinin öz şefkatin çalışma hayatına katkıları konusundaki görüşleri aşağıdaki gibidir:

K10: “Öz şefkat olmadığı zaman kendine orada bir set çekiyorsun, bir sınır belirliyorsun ve altta kalıyor bütün senin duyguların, keşfetme yeteneğin, yani aşağıda kalıyor. Bu sınırı kaldırdığın an farklı bir kişilik, farklı bir performans sergileyebilirsin.”

6. Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Araştırma; hissedilen duygulanımların yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisinde öz şefkatin rolünü belirleyerek katılımcıların deneyimleri üzerinden kavramlara dair derinlemesine bir bakış açısı sunmayı amaçlamıştır. Araştırmanın bağımsız değişkeni olan pozitif duygulanıma dair nicel sonuçlara bakıldığında kadın girişimcilerin çalışma hayatlarında hissettikleri pozitif duygulanım düzeylerinin yüksek ($\bar{X}_{PD}:4,10$) olduğu bulunmuştur. Nicel sonuçlar kadın girişimcilerin en yoğun; “aktif”, “gururlu” ve “kararlı” olarak hissettiklerini göstermektedir. Nitel verilere bakıldığında ise kadın girişimciler pek çok farklı (23) pozitif duygulanım deneyimlediklerini aktarmışlar ve yapılan görüşmelerde çalışma hayatlarında en fazla “gururlu”, “mutlu” ve “başarılı” hissettiklerinden bahsetmişlerdir. Görüşmelerde ölçekte yer alan pozitif duygulanımlardan daha çeşitli duygulanımlara değinilmiş olup “faydalı”, “kendinden emin”, “mücadeleci” ve “desteklenmiş” yanıtları dikkat çekmektedir. “Aktif” yine görüşmelerde yer alan duygulanımlardan biri olurken nicel sonuçlarda yüksek ortalamaya sahip olan “kararlı” “dikkatli” ve “ilham dolu” yanıtlarına ise nitel görüşmelerde rastlanmamıştır.

Negatif duygulanıma dair nicel sonuçlar değerlendirildiğinde ise kadın girişimcilerin çalışma hayatlarında hissettikleri negatif duygulanım düzeylerinin düşük ($\bar{X}_{ND}:2,10$) olduğu bulunmuştur. Nicel sonuçlar kadın girişimcilerin en yoğun “sıkıntılı”, “mutsuz” ve “tedirgin” negatif duygulanımları hissettiklerini göstermektedir. Nicel sonuçlarla kıyaslandığında kadın girişimciler görüşmelerde daha fazla negatif duygulanım (32) bildirmişler ve en fazla “zorlanmış”, “zorunda kalmış” ve “sıkıntılı” hissettiklerini ifade etmişlerdir. Aynı zamanda nitel verilerde “engellenmiş”, “ikinci sınıf” ve “baskı altında” gibi dikkat çekici pek çok farklı yanıtın olduğu görülmektedir.

Duygulanımlar oldukça öznel deneyimler oldukları için deneyimlenmesi ve ifade edilmesinde pek çok farklılığa rastlanılmaktadır. Bu açıdan görüşmelerde kadın girişimciler hissettikleri duygulanımları kendi öznel tanımlamaları ile ifade etmişler ve bu da duygulanımların çeşitlenmesini sağlamıştır. Dolayısıyla yapılan nitel görüşmelerin kadın girişimcilerin çalışma dünyasında hissettikleri duygulanımların aktarımlarını kolaylaştırdığını ve hissedilen gerek pozitif gerekse negatif pek çok farklı duygulanımları ortaya çıkardığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda nitel araştırmanın kadın girişimcilerin çalışma hayatında hissettiği duygulanımları ortaya koyma ve anlamlandırma noktasında katkı sağladığı açıktır.

Yenilikçi iş davranışına yönelik nicel sonuçlar araştırma dâhilindeki kadın girişimcilerin yüksek bir ortalamaya sahip ($\bar{X}_{VID}:3,92$) olduğunu göstermiş ve “yenilikçiyim” ifadesi en yüksek ortalamaya sahip ifade olmuştur. Kadın girişimcilerimiz kendilerini yenilikçi olarak gördüklerini yapılan görüşmelerde ifade etmişler ve nitel veriler de nicel sonuçları desteklemiştir. İçerik

analizi sonucunda ise yenilikçi iş davranışını üç aşamada (fark etme, araştırma ve uygulama) deneyimlediklerini aktaran kadın girişimciler en çok fark etme aşamasının üzerinde durmuşlardır.

Nicel sonuçlara göre kadın girişimcilerin öz şefkat ortalamaları orta düzeyde ($\bar{x}_{\text{öş}}:3,31$) bir öz şefkate sahip olduğunu gösterirken nitel görüşmelerde de kadın girişimciler çoğunlukla “eskiden öz şefkatli olduklarını düşünmediklerini ancak artık bu yola girdiklerinden” bahsetmişlerdir. Nicel sonuçlardaki olumsuz ifade ortalamalarının nispeten yüksek olduğu görülmüş olup kadın girişimcilerin kendilerine karşı hoşgörüsüz ve eleştirel olmaya yatkın olduklarını söylemek mümkündür. Nitel görüşmeler de bu sonucu destekler nitelikte olup bu yatkınlığı anlamlandırma noktasında kadın girişimcilerin deneyimlerinin farklı bir bakış açısı sunduğu görülmektedir. Yoğun rekabet ortamında çalışan kadın girişimciler “çalışma hayatında hoşgörüyü pek yer olmadığını deneyimlediklerini ve eleştirinin olmazsa olmaz olup bu eleştirel ortamların da ister istemez kendilerini etkilediğini” dile getirmişlerdir. Yapılan içerik analizi sonucunda inanç, ilişkisel, zihinsel ve fiziksel olmak üzere öz şefkatin dört tema üzerinden deneyimlendiği sonucu ortaya çıkmıştır.

Nitel görüşmeler yenilikçi iş davranışı ve öz şefkate yönelik daha detaylı bilgilere ulaşmamızı sağlamış ve çalışma hayatında kadın girişimcilerin yenilikçi iş davranışı ve öz şefkati nasıl deneyimlediklerine dair nicel verilerden daha kapsamlı veriler elimize ulaştırmıştır.

Değişkenler arası ilişkiler ile ilgili sonuçlar değerlendirildiğinde; pozitif duygulanımların yenilikçi iş davranışı üzerinde anlamlı düzeyde pozitif yönde ve negatif duygulanımların ise anlamlı düzeyde negatif yönde etkili olduğu bulunmuştur. Bu bağlamda nicel aşama için kurulan H_1 ve H_4 hipotezlerinin kabul edildiği görülmektedir. Nitel bulgular içerisinde de nicel sonuçların kabul ettiği hipotezlere benzer şekilde pozitif ve negatif duygulanımların yenilikçi iş davranışı üzerinde etkili olduğuna yönelik katılımcı ifadelerine rastlanmıştır. Pozitif duygulanımlardan olan “rahatlık”, “yenilikçiliğin gerektirdikleri” temasında yer almıştır. Aynı zamanda stresin yenilikçi iş davranışını olumsuz, özgür ve dingin hissetmenin ise olumlu yönde etkilediğine dair kadın girişimciler deneyimlerini aktarmışlardır.

Literatüre bakıldığında pozitif duygulanımın; fırsat değerlendirme, buluşsal süreç, yaratıcılık, problem çözme ve karar verme ile pozitif yönde ilişkili olduğunu destekleyen farklı araştırmaların olduğu görülmektedir (Estrada vd., 1997; Grichnik vd., 2010; Isen, 2001; Kashdan vd., 2004; Park & Banaji, 2000). Deneyimlenen pozitif duygulanım; fırsatların keşfedilmesini, tanınmasını ve değerlendirilmesini teşvik etmekte olup girişimcilerin yenilikçi davranışları açısından önem arz etmektedir (Delgado García vd., 2015). Negatif duygulanım-yenilikçi iş davranışı ilişkisi üzerine yapılan çalışmaların ise kısıtlı ve çalışmalardan elde edilen ampirik kanıtların da net olmadığı görülmektedir (Hundeling & Rosing, 2020).

Nicel aşamada pozitif ve negatif duygulanımın öz şefkat üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu bulunmuştur ve nicel aşama için kurulan H_2 ve H_5 hipotezlerinin kabul edildiği görülmektedir. Nitel aşamada yapılan görüşmelerde de kadın girişimciler kendilerini iyi hissettirip pozitif duygulanımlar oluşturan müzik dinleme, kitap okuma vb. aktivelerin öz şefkati sağlama ve korumada önemli olduklarını ifade etmişlerdir. Negatif duygulanım oluşturan olumsuz ortamlardan uzaklaşmayı ve bu negatif duygulardan arınmak için tütsü yakmayı da öz şefkati koruma yollarından ikisi olarak değerlendirdikleri görülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın literatürde yer alan öz şefkatin pozitif duygulanım ile anlamlı pozitif yönlü bir ilişkiye, negatif duygulanım ile de anlamlı negatif yönlü bir ilişkiye sahip olduğunu gösteren araştırmalar ile (Neff vd., 2007; Deniz vd., 2012; Sirois vd., 2015) paralellik gösterdiği söylenebilmektedir.

Araştırmanın bir diğer nicel sonucunda, öz şefkatin yenilikçi iş davranışı üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi olduğu saptanmış olup kurulan H₃ hipotezi kabul edilmiştir. Nitel veriler de benzer sonuçlara işaret etmiş ve öz şefkatin yenilikçi iş davranışı üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu dile getiren katılımcılar bu olumlu etkinin işleyiş mekanizmasını da kendi deneyimleri üzerinden paylaşmışlardır. K4; *“Öz şefkatin temiz bir zihin oluşturma noktasında katkı sağlayabileceği bunun da çalışanın bakış açısını genişletip yeniliklere daha açık olmasına imkân tanıdığı”* nı ifade etmiştir. K12; *“Öz şefkatin yaratıcılığı ve yenilikçiliği engelleyen kültürel kalıpların kırılmasına yardımcı olduğunu ve bu bağlamda yenilikçiliği geliştirdiğini”* açıklamıştır. Benzer şekilde Choi & Hwan (2018) KOBİ'lerin yöneticileri üzerinde yaptıkları araştırma sonucunda öz şefkat ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi ortaya koymuşlardır. Aynı zamanda Lefebvre vd. de (2020) yaptıkları araştırmada öz şefkat ile bireysel yenilikçilik arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulmuşlardır.

Öz şefkatin hem pozitif hem de negatif duygulanım ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiye aracılık ettiği nicel aşamada tespit edilmiş ve bu aracılığa dair kurulan H₆ ve H₇ hipotezleri de kabul edilmiştir. Bu bağlamda sahip olunan güçlü bir öz şefkat kaynağının pozitif-negatif duygulanım-yenilikçi iş davranışı ilişkisinde önemli olduğunu söylemek mümkündür. Nitekim nitel aşamada öz şefkatin özellikle negatif duygulanım-yenilikçi iş davranışı ilişkisi üzerindeki rolüne yönelik deneyimlerini aktaran kadın girişimciler bulunmaktadır. Deneyimlere göre öz şefkat varlığı negatif duygulanımları yönetebilme noktasında kolaylık sağlamakta ve bu kolaylık beraberinde rahatlamayı getirerek katılımcıyı daha üretken ve daha yenilikçi kılmaktadır. Kadın girişimcilerden K8 bu deneyimi şu şekilde ifade etmiştir: *“Ben her şeyin olumsuzunu düşündüğüm için kendi kendimi yıpratıyorum, o da strese yol açıyor. Hâlbuki bir şey yok mesela kendime alan tanıdığımda şefkatli davranabildiğimde daha rahat oluyorum. Kafa rahat, stres azalınca ben daha kendimi buluyorum. Stresli olmadığım zamanlarda daha rahat geliyor fikirler.”*

Literatür incelendiğinde öz şefkatin pozitif-negatif duygulanımlar ile yenilikçi iş davranışı ilişkisi üzerindeki aracılık rolünü araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır. Montani vd. (2018) öz şefkatin boyutlarından olan bilinçli farkındalığın, DAND (düşük aktive negatif duygulanım) ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişki üzerinde önemli bir düzenleyici etkisi olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu çalışma ile bilinçli farkındalığın çalışma hayatlarında bireysel yenilikçiliğe sağladığı katkılara yönelik araştırmaların kapısını aralamışlardır. Ancak literatürün öz şefkat-duygulanım ve yenilikçi iş davranışı ilişkileri üzerine daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyduğu açıktır.

Araştırma yapılan analizler sonucunda öz şefkatin aracılık rolünü ortaya koymuş ve nitel verilerin de katkıları ile hem kavramlar hem de kavramlar arasındaki ilişkiler hakkında daha detaylı bilgiler edinmemizi sağlamıştır. Yapılan görüşmeler içerisinde kadın girişimcilerin hissettiklerini belirttikleri duygulanımların nicel aşamadaki ölçekte yer alan duygulanımlara göre çeşitlendiği görülmüştür. Ayrıca yenilikçi iş davranışı-öz şefkat deneyimlerine dair yapılan içerik analizlerinde de kavramların Türkiye’de nasıl algılandığına dair farklı bilgiler yer almaktadır. Bu bağlamda kültürün etkisi de göz önüne alınarak kavramlara dair böylesi karma araştırmalar vasıtasıyla farklı ölçeklerin geliştirilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Öz şefkatin gerek pozitif gerekse negatif duygulanım ile yenilikçi iş davranışı ilişkisindeki dolaylı etkilerinin nispeten düşük oranda olması nedeniyle araştırmacıların gelecek çalışmalarında bu ilişkiye aracılık eden başka değişkenleri araştırması ve öz şefkatin bir de bu ilişkideki düzenleyici rolünü test etmeleri önerilmektedir. Duygulanımların aktivasyon düzeyleri dikkate

alınarak öz şefkatin bu ilişkilerdeki rolüne ilişkin farklı çalışmalar yapmak da öneriler arasındadır. Çalışmanın TOBB KGK İl İcra Komitelerinde görev yapan kadın girişimciler ile sınırlı olması ve veri toplama sürecinde yaşanan maddi ve zamansal sınırlılıklar araştırmanın kısıtları arasında yer almaktadır. Bu açıdan farklı kadın girişimcilerle ve farklı sektörlerde daha fazla sayıda katılımcıya ulaşan çalışmaların yapılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Araştırmada özellikle nitel sonuçlar kadın girişimcilerin çalışma dünyasında negatif duygulanımları yoğun olarak hissettikleri ve “zorlanmış”, “desteklenmemiş”, “engellenmiş” gibi negatif duygulanımlardan sıklıkla bahsettikleri görülmektedir. Bu bağlamda rekabet ve değişim baskısının giderek arttığı iş dünyasında yer edinmeye çalışan kadın girişimcilerin duygusal olarak zorlandıklarını söylemek mümkündür. Kadın girişimcilerin deneyimledikleri negatif duygulanımların yenilikçi iş davranışlarını da olumsuz yönde etkilediği araştırma sonucunda ortaya çıkmış olup öz şefkatin bu etkiyi azalttığı da sonuçlar arasında yer almaktadır. Bu açıdan kadın girişimcilerin duygusal farkındalıklarını geliştirerek öz şefkat kapasitelerini artırmaları yenilikçi iş davranışının öncelikli olduğu günümüz iş dünyasında önemli olmaktadır. Bu noktadan hareketle kadın girişimciliğini destekleyen kurumların maddi desteklerin yanısıra duygusal destek sağlayacak projeleri hayata geçirmeleri önerilmektedir. Kadın girişimcilerin öz şefkate yönelik eğitim programlarına katılmalarının zorlu durumlarla baş edebilme kapasitelerini artırmalarına yardımcı olacağı ve bunun da iş hayatlarına olumlu yönde katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Genel olarak araştırma sonuçları değerlendirildiğinde çalışma hayatında sahip olunması istenilen yenilikçi iş davranışı üzerinde duygulanım ve öz şefkat değişkenlerinin etkili olduğu görülmektedir. Öz şefkatin özellikle negatif duygulanımların yenilikçi iş davranışına dönüştürülmesi noktasında önemli bir kaynak olduğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda çalışanların sahip oldukları öz şefkatin çalışma hayatlarında karşılaştıkları zorlu deneyimlerle başa çıkabilmelerini kolaylaştırdığı gibi yenilikçi iş davranışlarını da olumlu yönde etkileyeceği söylenebilmektedir. Bu açıdan çalışanlarda öz şefkate dair bir bilinç kazandırmanın örgüte de katkı sağlayacağı açıktır. Dolayısıyla uygulayıcıların iş yerlerinde öz şefkat ile ilgili eğitim programları ve seminerler düzenlemesi geliştirilebilir bir kaynak olan öz şefkatin çalışan düzeyinde artışına imkân tanıyacaktır. Duygulanımların örgütsel yansımalarını olumluya dönüştürmek için ise hissettikleri duygulanımları fark ederek onları yönetebilen çalışanların varlığı önemlidir. Bu bağlamda yöneticilerin duygusal farkındalık-duygusal zekâya yönelik programları önemseyerek çalışanlarının gündemlerine dâhil etmelerinin fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Amabile, T. M., Barsade, S. G., Mueller, J. S. & Staw, B. M. (2005). Affect and creativity at work. *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 367-403.
- Arpacı, S. (2024). Kadın girişimciliği üzerine yapılan uluslararası çalışmaların bibliyometrik analizi. *Sosyal Mucit Academic Review*, 5(2), 154-171
- Aytar, O. (2020). Kriz yönetimi bağlamında Türk bankacılık sektörünün covid-19 pandemisine yönelik iletişim stratejisi. *International Social Sciences Studies Journal*, 6(65), 2948-2955
- Bammens, Y.P.M. (2016). Employees' innovative behavior in social context: a closer examination of the role of organizational care. *J. Prod. Innov. Manag*, 33(3), 244–259.
- Barsade, S. G. & Gibson, D. E. (2007). Why does affect matter in organizations? *Academy of Management Perspectives*, 21(1), 36-59.
- Baumann, N. & Kuhl, J. (2002). Intuition, affect and personality: Unconscious coherence judgments and self-regulation of negative affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(5), 1213-1223.
- Baumeister, R. F., Vohs, K. D., DeWall, C. N. & Zhang, L. (2007). How emotion shapes behavior: feedback, anticipation and reflection rather than direct causation. *Personal Soc Psychol Rev*, 11, 167–203.
- Bindl, U. K., Parker, S. K., Totterdell, P. & Hagger-Johnson, G. (2012). Fuel of the self- starter: How mood relates to proactive goal regulation. *J Appl Psychol*, 97, 134–150.
- Brody, L. R. & Hall, J. A. (1993). Gender and Emotion. M. Lewis ve J. M. Haviland (Eds.), *Handbook of Emotions* içinde (ss. 447–460). The Guilford Press.
- Carver, C. S. (2006). Approach, avoidance and the self-regulation of affect and action. *Motivation and Emotion*, 30(2), 105-110.
- Choi, J. & Hwang, K. (2018). An empirical study on the effects of career ambition and self-compassion on innovation work behavior of CEOs and executives of SMEs. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 13(2), 139-158.
- Creswell, J. W. & Creswell, J.D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage.
- Çalışkan, A., Akkoç, İ. & Turunç, Ö. (2019). Yenilikçi davranış: Bir ölçek uyarlama çalışması. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(1), 94-111.
- Davis, M. A. (2009). Understanding the relationship between mood and creativity: a meta-analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 108(1), 25-38.
- De Dreu CK, Baas, M. & Nijstad, B. A. (2008). Hedonic tone and activation level in the mood-creativity link: Toward a dual pathway to creativity model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 94(5), 739-756.
- De Dreu, CK. W., Baas, M. & Nijstad, B. A. (2011). The emotive roots of creativity: Basic and applied issues on affect and motivation. M. Mumford (Ed.), *Handbook of Organizational Creativity* içinde (ss. 217– 240). New York: Academic Press/Elsevier.
- Delgado García, J. B., De Quevedo Puente, E. & Blanco Mazagatos, V. (2015). How affect relates to entrepreneurship: A systematic review of the literature and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 17(2), 191-211.
- Deniz, M. E., Arslan, C. , Özyeşil, Z., İzmirli, M. (2012). Öz-anlayış, yaşam doyumu, negatif ve pozitif duygu: Türk ve diğer ülke üniversite öğrencileri arasında bir karşılaştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(23), 428-446.
- Drelllich, M. G. (1981). Theoretical and clinical considerations of affects in psychoanalysis. Part I, classical theories of affect. *Journal of the American Academy of Psychoanalysis*, 9(3), 399-414.
- Estrada, C. A., Isen, A. M. & Young, M. J. (1997). Positive affect facilitates integration of information and decreases anchoring in reasoning among physicians. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 72(1), 117-135.

- Fidanboy, C. & Fidanboy, M. (2019). Çalışanların yenilik iklimi algılarının pozitif ve negatif duygu durumlarına etkileri: Teknokentler örneği. *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi*, 5, 102-120.
- Folkman, S. & Moskowitz, J. T. (2000). Positive affect and the other side of coping. *American Psychologist*, 55(6), 647-654.
- Fujita, F., Diener, E. & Sandvik, E. (1991). Gender differences in negative affect and well-being: The case for emotional intensity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(3), 427.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E. & Hyun, N. (2012). How to design and evaluate research in education. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Frijda, N. H. (1986). *The Emotions*. Cambridge University Press.
- Gençöz, T. (2000). Positive and negative affect schedule: A study of validity and reliability. *Türk Psikoloji Dergisi*, 15(46), 19-28.
- George, J. M. & Zhou, J. (2002). Understanding when bad moods foster creativity and good ones don't: The role of context and clarity of feelings. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 687-697.
- Grichnik, D., Smeja, A. & Welpel, I. (2010). The importance of being emotional: How do emotions affect entrepreneurial opportunity evaluation and exploitation? *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(1), 15-29.
- Gross, J. J. & Thompson, R. (2007). Emotion regulation: Conceptual foundations. J. J. Gross (Ed.), *Handbook of Emotion Regulation* (ss. 3-24). Guilford Press.
- Guan, F., Wu, Y., Ren, W., Zhang, P., Jing, B., Xu, Z. ... He, J.-b. (2021). Self-compassion and the mitigation of negative affect in the era of social distancing. *Mindfulness*, 12, 2184-2195.
- Gürbüz, S. & Bayık M. E. (2021). Aracılık modellerinin analizinde yeni yaklaşım: Baron ve Kenny'nin yöntemi hâlâ geçerli mi? *Türk Psikoloji Dergisi*, 36(88), 1-14.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2017). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (4th ed.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Harwood, E. M. & Kocovski, N. L. (2017). Self-compassion induction reduces anticipatory anxiety among socially anxious students. *Mindfulness*, 8, 1544- 1551
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford Press.
- Herbig, P., Golden, E.J. & Dunphy, A. (1994), The Relationship of Structure to Entrepreneurial and Innovative Success. *Marketing Intelligence & Planning*, 12(9), 37-48.
- Higgins, E. T. (1997). Beyond pleasure and pain. *American Psychologist*, 52(12), 1280-1300.
- Hundeling, M. & Rosing, K. (2020). The role of affect and it's regulation for creativity and innovation. *The Cambridge handbook of workplace affect* (ss.131-146). Cambridge University Press.
- Hobfoll, S. E. (2001). The influence of culture, community and the nested self in the stress process: advancing conservation of resources theory. *Appl Psychol: An Int Rev*, 50, 337-370.
- Hobfoll, S. E. (2011). Conservation of resource caravans and engaged settings. *J Occup Organ Psychol*, 84, 116-122.
- Isen, A. M., Daubman, K. A. & Nowicki, G. P. (1987). Positive affect facilitates creative problem solving. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(6), 1122-1131.
- Isen, A. M. (2000). Some perspectives on positive affect and self-regulation. *Psychological Inquiry*, 11, 184-188.
- Isen, A. M. (2001). An influence of positive affect on decision making in complex situations: Theoretical issues with practical implications. *Journal of Consumer Psychology*, 11(2), 75-85.
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73(3), 287-302.
- Kashdan, T. B., Rose, P. & Fincham, F. D. (2004). Curiosity and exploration: Facilitating positive subjective experiences and personal growth opportunities. *J Pers Assess*, 82(3), 291-305.
- Keskin, S. (2014). Türkiye'de kadın girişimcilerin durumu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(1), 72-94.

- Kırççek, Ö. B. & Aytar, O. (2021). Kadın girişimciliği: Motivasyon faktörleri üzerine bir araştırma. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(24), 494-515.
- Koh, H. C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students, *Journal of Managerial Psychology*, 11(3), 12-25.
- Klingle, K. E., & Van Vliet, K. J. (2019). Self-compassion from the adolescent perspective: A qualitative study. *Journal of Adolescent Research*, 34(3), 323-346.
- Lane, R. D., Quinlan, D. M., Schwartz, G. E., Walker, P. A. & Zeitlin, S. B. (1990). The levels of emotional awareness scale: A cognitive-developmental measure of emotion. *Journal of Personality Assessment*, 55(1-2), 124-134.
- Leary, M., Shonkoff, E., Spears, C., Allen, A. & Hancock, J. (2007). Self-compassion and reactions to unpleasant self-relevant events: The implications of treating oneself kindly. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92, 887-904.
- Lefebvre, J.-I., Montani, F. & Courcy, F. (2020). Self-compassion and resilience at work: A practice-oriented review. *Advances in Developing Human Resources*, 22(4), 437-452.
- Lyubomirsky, S., King, L. & Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect: Does happiness lead to success? *Psychological Bulletin*, 131(6), 803- 855.
- Madrid, H., Patterson, M., Birdi, K., Leiva, P. & Kausel, E. (2014). The role of weekly high-activated positive mood, context and personality in innovative work behavior: A multilevel and interactional model. *Journal of Organizational Behavior*, 35, 234-256.
- Martin, L. L., Ward, D. W., Achee, J. W. & Wyer, R. S. (1993). Mood as input: People have to interpret the motivational implications of their moods. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(3), 317-326.
- Mielniczuk, E. & Laguna, M. (2020). Positive Affect Mediates the Relationship Between Self-efficacy and Innovative Behavior in Entrepreneurs. *J Creat Behav*, 54, 267-278.
- Montani, F., Dagenais-Desmarais, V., Giorgi, G. & Grégoire, S. (2018). A conservation of resources perspective on negative affect and innovative work behaviour: The role of affect activation and mindfulness. *J. Bus. Psychol*, 33, 123-139.
- Muştu, Y. (2023). Dünyada ve Türkiye'de Dijital Kadın Girişimciliği. *Journal Of Business in the Digital Age*, 6(1), 53-67.
- Neff, K. D. (2003a). The development and validation of a scale to measure self-compassion. *Self and Identity*, 2(3), 223-250.
- Neff, K. (2003b). Self-compassion: An alternative conceptualization of a healthy attitude toward oneself. *Self and Identity*, 2(2), 85-101.
- Neff, K. D., Kirkpatrick, K. L. & Rude, S. S. (2007). Self-compassion and adaptive psychological functioning. *Journal of Research in Personality*, 41(1), 139-154.
- Neff, K. D. & Tóth-Király, I. (2022). Self-compassion scale (SCS). O. N. Medvedev, C. U. Krägeloh, R. J. Siegert, & N. N. Singh (Eds.), *Handbook of assessment in mindfulness research* (ss. 1-22). Springer International Publishing.
- Neff, K. D. & Vonk, R. (2009). Self-compassion versus global self-esteem: Two different ways of relating to oneself. *Journal of Personality*, 77, 23-50.
- Niven, K. (2013). Affect. M. D. Gellman ve J. R. Turner (Eds.), *Encyclopedia of Behavioral Medicine* (ss. 49-50). Springer New York.
- Odou, N. & Brinker, J. (2014). Exploring the relationship between rumination, self-compassion and mood. *Self and Identity*, 13(4), 449-459.
- Park, J. & Banaji, M. R. (2000). Mood and heuristics: The influence of happy and sad states on sensitivity and bias in stereotyping. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(6), 1005-1023.
- Pennebaker, J. W. (1995). *Emotion, disclosure & health*. American Psychological Association.

- Polce-Lynch, M., Myers, B. J., Kliewer, W. & Kilmartin, C. T. (1998). Expression, body image and self-esteem: A qualitative analysis. *Sex Roles*, 38, 1025-1048.
- Raes, F., Pommier, E., Neff, K. D. & Van Gucht, D. (2011). Construction and factorial validation of a short form of the self-compassion Scale. *Clinical Psychology & Psychotherapy*, 18(3), 250-255.
- Ramamoorthy, N., Flood, P., Slattery, T. & Sardessai, R. (2005). Determinants of innovative work behaviour: Development and test of an integrated model. *Creativity and Innovation Management*, 14, 142-150.
- Rietzschel, E. F. (2011). Collective regulatory focus predicts specific aspects of team innovation. *Group Processes & Intergroup Relations*, 14(3), 337-345.
- Rosa, P. J., Ribeiro, R., & Nogueira, S. I. (2023). Is negative affect that bad? The effect of affective states on conventional and unconventional creative thinking in University Students. *International Journal of Psychological Research*, 16(2), 14–23.
- Russell, J. A. (2003). Core affect and the psychological construction of emotion. *Psychological Review*, 110(1), 145-172.
- Scott, S. G. & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607.
- Shaver, P., Schwartz, J., Kirson, D. & O'Connor, C. (1987). Emotion knowledge: Further exploration of a prototype approach. *J Pers Soc Psychol*, 52(6), 1061- 1086.
- Schwarz, N. & Clore, G. L. (2007). Feelings and phenomenal experiences. E. T. Higgins ve A. Kruglanski (Eds.), *Social Psychology. A Handbook of Basic Principles içinde* (2nd ed., ss. 385–407). New York: Guilford Press.
- Sirois, F. M., Kitner, R. & Hirsch, J. K. (2015). Self-compassion, affect and health-promoting behaviors. *Health Psychology*, 34(6), 661–669.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Teddlie, C. & Tashakkori, A. (2009) *Foundations of mixed methods research: Integrating quantitative and qualitative approaches in the social and behavioral sciences*. Sage, London.
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği. (2023). Erişim tarihi: 3 Eylül 2023. <https://www.tobb.org.tr/TOBBKadinGirisimcilerKurulu/Sayfalar/Mevzuat.php>
- Watson, D., Clark, L. A. & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. *J Pers Soc Psychol*, 54(6), 1063-1070.
- Weiss, H. & Cropanzano, R. (1996). Affective events theory: A theoretical discussion of the structure, cause and consequences of affective experiences at work. *Research in Organizational Behavior*, 18, 1-74.
- West, M. A. & Farr, J. L. (1989). Innovation at work: Psychological perspectives. *Social Behaviour*, 4(1), 15-30.
- Wong, C. C. & Mak, W. W. (2016). Writing can heal: Effects of self-compassion writing among Hong Kong Chinese college students. *Asian American Journal of Psychology*, 7(1), 74.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (9th ed.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, M. & Sarı, T. (2018). Öz-Şefkat ölçeği kısa formu'nun Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(4), 2502-2517.
- Zabelina, D. L. & Robinson, M. D. (2010). Don't be so hard on yourself: self-compassion facilitates creative originality among self-judgmental individuals. *Creativity Research Journal*, 22(3), 288-293.

Extended Summary

The Role of Self Compassion in the Effect of Affects on Innovative Work Behavior: A Mixed Research

In today's business world, communication and information technologies are developing rapidly and competition between businesses is becoming increasingly intense. The ability of businesses to differentiate themselves from their competitors depends on their level of innovation and for sustainable success, this innovative vision must be spread throughout the business. In this sense, the concept of innovative work behavior, which expresses the innovators of employees at the individual level is gaining importance and different studies are being conducted on the variables affecting innovative work behavior. It is known that positive and negative affects are among these variables and studies conducted so far have found different results, especially regarding the effect of negative affects on innovation. In order to make sense of these results, researchers in recent years have turned to studies on which affects create which effects and the role of different variables on this effect. This study is similar and focuses on the role of self-compassion, which is an important concept for emotional awareness, on the relationship between positive-negative affects and innovative work behavior.

In this context, the aim of the study is to determine how the positive and negative affects felt by employees affect their levels of innovative work behavior and to provide an in-depth perspective on concepts and relationships by determining the role of self-compassion in this relationship. In this mixed method research, where explanatory sequential design was preferred, women entrepreneurs were selected as a sample. 286 surveys were collected primarily in the quantitative phase and the data were analyzed and the findings were reported. Afterward, semi-structured interviews were conducted with 12 women entrepreneurs within the scope of the qualitative phase and the content-descriptive analysis results of these interviews were conveyed.

When the quantitative results on positive affect were analyzed, it was found that the level of positive affect felt by women entrepreneurs in their working lives was high ($\bar{X}_{PD}:4,10$). Quantitative results show that they feel most intensely "active", "proud" and "determined". When the qualitative data were examined, women entrepreneurs reported that they experienced many different (23) positive affects. In the qualitative interviews, they said that they felt most "proud", "happy" and "successful" in their working lives. Quantitative results show that they felt the most intense negative affect of "distressed", "unhappy" and "agitated". Compared to the quantitative results, women entrepreneurs reported more negative affect (32) in the interviews and felt most "forced", "obliged" and "distressed. Quantitative results for innovative work behavior showed that they have a high mean ($\bar{X}_{VID}:3,92$). The statement "I am innovative" was the statement with the highest average. Women entrepreneurs expressed in the interviews that they see themselves as innovators and the qualitative data supported the quantitative results. As a result of the content analysis, they stated that they experienced innovative work behavior in three stages (noticing, researching and implementing). According to the quantitative results, the self-compassion average of women entrepreneurs showed that they had a medium level of self-compassion ($\bar{X}_{OS}:3,31$). In qualitative interviews, women entrepreneurs mostly mentioned that "they did not think they were self-compassionate in the past, but now they are on this path." As a result of the content analysis, it was revealed that self-compassion is experienced through four themes: belief, relational, mental and physical. In the quantitative stage, it was found that self-compassion mediates the relationship between both positive and negative affect and innovative work behavior. In this context, it is possible to say that having a strong source of self-compassion is important in the relationship between positive-negative affect and innovative work behavior. As a matter of fact, in the qualitative phase, there were women entrepreneurs who shared their experiences about the role of self-compassion especially on the relationship between negative affect and innovative work behavior. According to experience, the presence of self-compassion makes it easier to manage negative affects, and this ease brings relaxation and makes the participant more productive and innovative. K8, one of the women entrepreneurs, expressed this experience as follows: "I wear myself out because I think about the negative of everything, and this causes stress. However, for example, when I give myself space and can act compassionately, I feel more comfortable. When my mind is at ease and the stress decreases, I can be myself. Ideas develop more easily when I'm not stressed."

The research revealed the mediating role of self-compassion and provided us to obtain more detailed information about both the concepts and the relationships between the concepts with the contributions of qualitative data. In the interviews, it was observed that the emotions that women entrepreneurs stated that they felt varied according to the emotions included in the scale in the quantitative phase. Moreover, the content analyses on innovative work behavior-self-compassion experiences provide different information about how the concepts are perceived in Turkey. In this context, it is thought that it would be beneficial to develop different scales through such mixed research on the concepts, taking into account the effect of culture. Because of the relatively low indirect effects of self-compassion in the relationship between both positive and negative affect and innovative work behavior, it is suggested that researchers should investigate other variables mediating this relationship and test the moderating role of self-compassion in this relationship in future studies. It is also recommended to conducting different studies on the role of self-compassion by diversifying affects according to activation levels. When the research results are evaluated in general, it is seen that affective and self-compassion variables are effective on innovative work behavior. In this respect, it is clear that raising awareness of self-compassion in employees will also contribute to the organization. Therefore, managers' organizing training programs and seminars on self-compassion at workplaces will enable an increase in self-compassion, which is a developable resource, at the employee level.