Bölüm 27

TÜRK AKADEMİK YAZININDA ESTETİK LİDERLİK ANLAYIŞININ SAPTANMASINA YÖNELİK BİBLİYOMETRİK BİR ARAŞTIRMA

Özden AKIN - Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi
Metin REYHANOĞLU - Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi

GİRİŞ

18. yüzyıl felsefi düşüncesi, gelişim döneminde dünyanın mevcut atmosferini araçsal (instrumental, fayda sağlama, maddi çıkar), ahlaki (moral) ve estetik (aesthetic) olmak üzere üç ayrı tabakaya bölmüştür (Wilber, 1998'den aktaran Taylor ve Hansen, 2005). Filozoflar maddiyatı yansıtan fayda sağlamayı, ahlaki ve manevi (spiritual, ruhsal) durumlarla ilgili sorulardan ayrı düşünüldüğünü görmüş ama daha sonra bu ahlaki tabakanın fiziki dünyayı anlama ve kontrol etme yeteneğimizde kullanıldığını bulmuşlar ve bu durum yaşam standardımızda büyük gelişmelere yol açmıştır. Örgüt ve siyaset için kullanılan etik kodlar bu duruma örnek olarak verilebilir.

Örgütlerle ilgili olarak düşünüldüğünde de bu gerçekliği üç ayrı alana bölerek yansıtabiliriz. Genel olarak örgütsel teoriler, araçsal soruları kendi konularıyla ilişkilendirdiklerinde etkinlik (efficiency) ve etkililik (effectiveness) üzerinde yoğunlaşmaktadırlar. Son zamanlarda ahlaki sorular işletme etiği çalışmalarında işlenirken, estetik sorular ise duygu, deneyim, güzellik ve çirkinlik konuları içinde görülmeye başlanmıştır.

Yunanca sözcük olan "aisthesis", her türlü algısal deneyimi ifade etmektedir. Estetiğin babası olarak düşünülen Alman filozof Alexander Gottlieb Baumgarten, bilginin bilişsel olduğu kadar duygularla da ilişkili olduğunu söylemiş, estetiği 'güzellik' felsefesi ve biliminde kullanmıştır (Hansen, Ropo ve Sauer, 2007, s. 546; Merritt ve DeGraff, 1996). Estetik deneyim, üst düzey görev yapanların bilişsel davranışlarının anlamlandırılmasında duyuşsal davranışlarının da etkisi olduğunu belirtmektedir.

Bu anlamda estetik deneyim, beden aracılığıyla duygusal algıyı içerir ve dünyadaki deneyimlerimizden ayrı düşünülemez (Hansen vd., 2007, s. 546). Hujala ve Rissanen (2011, s. 440) estetiğin sadece güzel ya da çirkin olarak değerlendirilemeyeceğini, çok daha derin anlamlar içerdiğini ifade etmiştir. Weggeman vd. (2007'den aktaran Hujala ve Rissanen, 2011), estetiği uyum ve barış, basit ve eksiksiz, şaşırtıcı ve yenilikçi gibi kavramlarla ilişkilendirmiştir.

Estetik, duyularımız aracılığıyla algıladığımız ve deneyimlediğimiz 'şeylere' dayanarak üretilen anlamla ilgilidir. Düşüncelerimize, duygularımıza ve akıl yürütme şeklimize dayanan öznel, zımni (tacit) bilgiyi içerir. Liderlikte estetik bakış açısına sahip olmak önemlidir ancak örgütsel yaşamda bu yönün az anlaşıldığı görülmektedir. Örgütsel araştırmalarda estetik yaklaşım, ilk olarak 1990'lı yıllarda ortaya çıkmıştır (Zhang, Cone, Everett ve Elkin, 2011). Estetik yalnızca sanat veya güzellik anlamına gelmediğinden, liderliğe estetik yönden bakılırken yüzeysel tanımlamalardan kaçınmak gerekmektedir (Hansen vd., 2007, s. 546). Estetikle ifade edilmek istenen durum, algısal bilgi (sensory knowledge), nesne ve deneyimlerin anlam ve duygusunu anlamaktır. Neden ve mantık genellikle duygular ile tezat oluştursa da her ikisinde de ortak olan durum, bu kavramların bilgi kaynakları olmaları ve güvendiğimiz anlamlar üretmeleridir (Hansen vd., (2007, s. 546). Duygusal deneyim katmayan matematik ya da diğer yöntemlerle ortaya çıkarılan anlamlara karşıdır (Hansen vd., 2007, s. 546).

Çalışmanın Amacı

Akademik alanda yapılan genel liderlik çalışmaları yüz yıllık bir geçmişe dayanmaktadır. Günümüzde değişime ve farklılığa vurgu yapan rekabet, yeni liderlik biçimleri de ortaya çıkarmıştır. Bu süre içerisinde literatürde çok sayıda farklı liderlik biçimleri veya adlandırmaları üretilmiştir (Özkan, 2016, s. 617). Bunun sebebi, toplumun ihtiyaçlarından dolayı liderliğin içerik ve anlam bakımından sürekli değişime uğramasıdır (Özkan, 2016, s. 616). İşte bu değişimlerden birisi de estetik liderlik kavramıdır. Liderlik çalışmalarında son dönemlerde estetik liderlik kavramı önemli bir yaklaşım olarak ele alınmaktadır (Hansen vd., 2007; Polat ve Öztoprak-Kaya, 2011; Zhang vd., 2011). Türkiye'de estetik liderlik başlıklı eser sınırlı sayıda olup yalnızca iki makalenin (Polat ve Öztoprak-Kaya, 2011; Güven ve Polat, 2016) olduğu tespit edilmiştir.

Günümüzde rekabet hızının şiddetlenmesiyle, insan merkezli, duygusal, farklı bakış açılı yönelimler pazarda önem kazanmaya başlamıştır. Örgütsel estetiğin bir yansıması olan ve estetiği bir araç olarak kullanan ve duygulara hitap eden estetik liderliğin, diğer liderlik türleri içinde de yer aldığı düşünülebilir (Hansen vd., 2007). Çalışmanın amacı, Türk liderlik akademik yazınında estetik liderliğin, farklı biçimlerde yazılmış olsa da, nasıl temsil edildiğinin bibliyometrik analiz yoluyla saptanmasıdır. Böylelikle bu çalışma ile liderlik alanında yapılan çalışmalarda estetik liderliğin yeri ve önemi tespit edilmeye çalışılmıştır.

Çalışmada öncelikle genel olarak estetik kavramı açıklanmaya çalışılmış, estetik liderlik kavramının ne olduğu ve ne anlama geldiği ifade edilerek literatürde bu kavramın önemine değinilmiştir. Araştırma konusunda hizmet edecek estetik liderlik kavram ve boyutları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Alan araştırmasında Türk ve yabancı veri tabanı ve indekslerde yer alan Türk menşeli liderlikle ilgili makaleler tespit edilerek bu makalelerdeki temel alınan liderlik biçimleri ile estetik liderlik kavram ve boyutlarının ne derece örtüştükleri ile ilgili frekans ve çapraz tablolar aracılığı ile analizler yapılmıştır. Çalışma, araştırmacılar için önerilerde bulunmakta ve yeni tartışmalara zemin hazırlamaktadır.

Literatür

Estetik ve Liderlik

Estetik bilgi, liderlik alanı için değerlidir, zira karar verme sürecini değerlendirmede liderin işlemsel bilgi, duygu ve sezgisi arasında bağlantı kurabilir (Katz-Buonincontro, 2011, s. 2). Estetik bilgi iki eksende karakterize edilebilir. Birinci eksen, duygular, dokunma, hissetme, korku, koklama gibi fiziksel deneyimleri içerirken, ikinci eksen ise duygular ve sanatın işe yansımasını anlama gibi bilişsel yönünü ifade etmektedir (Katz-Buonincontro, 2011, s. 2). Sanatın işin içine girmesiyle birlikte örgütlerde yeni fikirlere açık olma, açık-görüşlü olma ve bu yönde davranışlar sergileme ve farklı düşünce ve kültürleri kabullenme eğiliminin daha fazla olduğu ifade edilmektedir (Smith, 2008). Çünkü sanat için yaratıcılık gerekmektedir. Estetik bilginin bu iki ekseni, genel anlamda örgütlerde etkileşim kalitesinin nasıl olması gerektiğini etkileyen estetik öğrenmeyi ifade eder. Estetiği günlük yaşam ve eğitim süreçlerine yayma ve uygulama konusundaki uzun süredir devam eden gelenek, liderlik eğitiminin de estetik bilgiden faydalanabileceği iddiasını desteklemektedir (Katz-Buonincontro, 2011, s. 2).

Chester Barnard (1938'den aktaran Hansen vd., 2007) yönetimin mantıktan çok estetik olduğunu söylemiş ve en iyi şekilde hissetme, yargı ve algı gibi terimlerle tanımlanabileceğini iddia etmiştir. Örgütsel estetiğin gözden geçirilmesi ve işletme alanı için anlamlandırılması önemlidir. Buna göre örgütsel estetik bakış açısı, estetik yapı bakımından günlük örgüt deneyimlerini keşfetmeye çalışır. Örgütsel estetik alanını organize etmek için yapılmış olan çok çeşitli çabalar bulunmaktadır. Örneğin, Strati (2000) örgütsel estetiği; örgütsel kimlikle ilişkili yönü, örgütün fiziki alanı, fiziksel eserler (artifact), yöneticinin orijinal fikirleri ve sosyal örgütün çekiciliği ve yönetimin işin sanatsal yönünün ve kapsamının nasıl öğrenileceği gibi alanlara ayırmıştır. Linstead ve Höpfl (2000) ise estetiği estetik teori, estetik süreçler, estetik ve analiz yöntemleri, estetik zanaat, estetik etik ve kimlik ve radikal estetik ve değişim olarak alanlara ayırarak sınıflandırmıştır. O halde örgütsel estetiğin bir örgütün görsel güzelliğinden çok daha fazla bir şey olduğunu çevremizde algıladığımız her şeyi içer-

diğini, örgütteki varlığımızla ilgili olduğunu, örgütte kendimizi nasıl hissettiğimizle ilgili olduğunu söylenebilir (Taylor, 2002).

Kültür ve çevrenin, insanların estetik tat seviyesi üzerinde bir etkisi olmakla birlikte, eğitim ve öğretim faaliyetleriyle de zenginleşebilmekte ve artmaktadır (Bulotava, 2006'dan aktaran Polat ve Öztoprak-Kaya, 2011). Eğitim, sadece bilimsel bilgiyi değil, aynı zamanda dünyanın sanatsal unsurları ile hayali algılamayı da kapsamaktadır. Son yıllarda örgüt yönetiminde "yönetimde sanat / yönetim sanatı" veya "örgütsel estetik / estetik organizasyon" gibi konular sıklıkla vurgulanmaktadır (Polat ve Öztoprak-Kaya, 2011, s. 51).

Sternberg ve Horvath (1999) liderlik başarısını zımni bilgiye bağlamıştır. Zımni bilginin günlük deneyimlerden çıkarıldığını, eylemleri yönlendirdiğini ve mesleki sezgi gibi terimlerle yaygın olarak anlaşıldığını söylemektedirler. Zımni bilgi başarılı bir şekilde uygulansa da kolaylıkla ifade edilemez, belirli bir alandaki deneyim ile artar. Estetik bilgi deneyimlerden kazanılır, faaliyetleri yönlendirir, ama bu bilgiyi sistemleştirmek zordur. Estetik bilginin odak noktası, örgütsel yaşamla ilgili duygusal deneyimleri anlamlandırmak, yapılandırmak, temsil etmek ve yorumlamaktır (Hansen vd., 2007, s. 546). Sanatın bir estetiği olduğu bilinmekte, ofis ve fabrika düzeni ya da bir iş görüşmesi gibi yer ve etkileşimler de estetik olarak düşünülmektedir. Yöneticiyle yapılan bir konuşma bizi kötü ya da iyi bir ruh haline büründürebilir. Estetik anlayışın odak noktası, rasyonel, entelektüel ve mantıksal anlamlar yüklemek yerine liderlik uygulamalarını duygusal olarak incelemek ve anlamlandırmaktır.

Örgütlerde, algı, yorumlama, niyet ve eylemle ilgili kavramlar, liderliğin özünü belirlemekte ve bu da bir örgütün daha çok veya daha az başarılı bir şekilde yönetilmesini etkilemektedir. Liderliğin iki basit soruya indirgenebileceği söylenebilir: Ne görüyorum ve ne yapıyorum? Bir vizyonun lider tarafından nasıl yorumlandığı, liderin değişime ve yenilikçiliğe açık bir şekilde yararlanma yeteneğini belirleyecektir. Günümüzde lider, dünyadaki ihtiyaçların temeline dayanan, başkalarının yaratıcı potansiyellerini tam olarak kavrayabilecek ve onlara ilham verebilecek, geleceğe dair etkileyici bir vizyon yaratmak amacıyla üretken kapasitede olan insanlar olarak tanımlanmaktadır (Hansen vd., 2007).

Liderlik her ne kadar canlı, parlak bir turuncu olması gerektiği belirtilse de, yapılan çalışmalarda liderler şekilsiz, renksiz, cansız, mutsuz ve gri yansıtıldığı görülmektedir (Hansen vd., 2007, s. 545). Oysaki liderlik deneyimlerinin örgütsel katılımcılar için anlamlı ve önemli olduğunun bir kanıtı olarak örgüt yaşamında önemli rol alması gerekmektedir. Lider merkezli yaklaşımlardan ayrılarak, daha çok izleyici yönelimli ve yapılandırmacı yaklaşıma odaklanmak gerekmektedir. Liderlik duygusu (romance of leadership) denilen bu kavram izleyicilerin düşüncüleri ile ilgilidir. İzleyicilerin liderlerini düşüncelerinde nasıl yapılandırdıkları ve nasıl temsil ettikleri ile ilgilidir (Meindl, 1995, s. 330). Meindl (1990) ve Lord ve Maher (1991) liderliği tanımlarken, başkaları lider olarak görmedikçe o kişinin lider olamayacağını sa-

vunmaktadır. Öncelikle başkalarının algıladıklarına göre değil, odaklanmanın liderin bireysel özellikleri ve davranışları üzerine olması gerektiği ifade edilmektedir. Buradan hareketle izleyenlerin liderlik niteliklerine bakış açısı, estetik liderliğe yapılan en güçlü katkıdır (Hansen vd., 2007, s. 548).

Estetik Liderlik Boyutları

Örgütlerin estetik boyutunun araştırılması, çeşitli yöntemler içermektedir. En yaygın unsurlar, örgütün günlük işleyişindeki duygular, güzel ya da çirkin olarak düşünülen şeyler ve örgütsel araştırmalarda yer almayan diğer estetik unsurlardır. Gagliardi (1996'den aktaran Hansen vd., 2007) örgütün normatif ve bilişsel yönünden çok, duygusal ve estetik açıdan kullanılan ve örgütün sembolik görüntüsünü oluşturan örgütsel sanatın hissettirdiklerini keşfetmeye çalışmıştır. Örgütlere sanat ve estetik açıdan bakıldığında Dobson (1999'den aktaran Hansen vd., 2007) yöneticileri teknisyen, ahlaki ve estetik olarak sınıflandırmıştır. Estetik yönetim paradigmasının ortaya çıkışı, estetik duyguya sahip bir yöneticiyi yine estetik unsurları baskın olan bir örgütte zanaatkâr olarak konumlandırmakta, kâr peşinde olmak yerine mükemmelliği arayan biri olarak göstermektedir. Linstead ve Hopfl (2000) örgütsel estetiğin temelinde his (feeling) ve duyguların (emotion) olduğunu söylemekte, Ramirez (2005) estetikte deneyim kazanma ve estetik boyutların paylaşımında kullanılan sembollerin önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Hansen vd.'ne (2007) göre estetik liderlik, iki önemli bileşen gerektirir: duyuların katılımı ve deneyimsel odaklanma. Buna göre estetik liderlik, lider-izleyici ilişkisine önem vermektedir. Estetik liderler genellikle kuralları ve rasyonel prosedürleri izlemekle değil, estetik bir vizyonu paylaşarak başarılı olurlar. Estetik bir lider, estetik duyarlılığı, dürüstlüğü temel alan davranışlarıyla izleyenlerinin estetik çabalarını yaklaşım, uygulama, iletişim ve görünüş açısından etkileyen ve destekleyen bir kişidir (Polat ve Öztoprak-Kavak, 2011, s. 52). Estetik liderlik estetik vizyonu izleyenleri ile paylaşma ve estetik zevk (pleasure), ilgi, duygu, duyarlılık gibi estetik davranışlar göstererek etkileme sürecidir (Polat ve Öztoprak-Kavak, 2011, s. 52).

Liderlik araştırmalarında özellikle iki akım ön plana çıkmaktadır. İzleyicilerin liderlik modellerine dâhil edilmesi ve sübjektif liderlik niteliklerinin araştırılmasıdır. Estetik, duyusal algılardan üretilen anlamla ilgilidir ve duyguya dayanan öznel ve zımni bilgiyi içerir. Estetik liderlikte bu durumun önemli olduğuna inanılmakta, fakat örgütsel yaşamdaki yönüyle ilgili çok az şey bilinmektedir. Örneğin, liderlerde sosyal etki yaratacak karizma ve özgünlük gibi liderlik niteliklerinin liderlik sürecinde nasıl işlendiği ile ilgili çok az bilgi bulunmaktadır. Estetik liderliği birkaç mevcut başlık altında değerlendirmek mümkündür (Hansen vd., 2007). Ladkin (2008) liderlikte estetiği üç boyut olarak geliştirmiştir. Bu üç boyut ustalık (mastery), uyum (coherence) ve amaçtır (purpose). Bu üç boyuttan ustalık, herhangi birisinin ve kendi durumunu anlama ustalığını gösterir. Uyum, genel kabul görmüş mesajlar ve amaçlarla liderin

eylemleri arasındaki uyumu ifade eder. Amaç ise, hangi amaca ulaşılması gerekiyorsa ona doğru harekete geçme eylemi olarak ifade edilmektedir.

Duke (1986'den aktaran Katz-Buonincontro 2011) bir sanatçı gibi, bir liderin davranışının "deneyimin etkilerini" şekillendirdiği iddia edilmektedir. Bu anlamda liderliğin davranışlarıyla ilgili özellikler incelenmektedir. Estetik liderlik, başkalarıyla pozitif ilişkiler kurabilen ve empati kurma duygusu gelişmiş duygusal farkındalık gösteren; karar vermede duyularını ve sezgisini kullanan duyusal ve fiziksel nezaket özelliği olan; bir örgütte uyumlu ve tutarlı davranışı güçlendiren örgüte dair güzellikle ilgili tüm unsurlara karşı duyarlı ve adaletsizliğin ve yolsuzluğun aksine, doğruluk, akıl ve hakikate önem veren "ahlaki amaçları teşvik eden" liderler olarak tanımlanmaktadır (Katz-Buonincontro, 2011, s. 9). Dolayısıyla Katz-Buonincontro (2011, s. 5) estetik liderlik niteliklerini dört kategoriye ayırmıştır. Bunlar duygusal farkındalık ve empati (emotional awareness and empathy), duygusal ve fiziksel nezaket (sensory and somatic attentiveness), örgütsel estetiğe ilgi (interest in organizational beauty), ahlaki amaçları öne çıkarmadır (promotion of moral purpose). Bu boyutlar aşağıdaki şekilde açıklanmıştır.

Duygusal farkındalık ve empati

Duygusal farkındalık, liderlerin başkalarıyla pozitif ilişkiler kurması ve bu beceriye sahip olabilmesidir. Duygular, başka bir kişinin bakış açısını anlamak için empatinin temelini oluşturmaktadır (Smith, 1996). Duygusal farkındalık, bir liderin kendi duyguları hakkında bir anlayış geliştirmesi ve örgütteki tüm çalışanlarla olan iletişiminde olumlu duygusal bağlantılar kurma avantajı yaratmaktadır. Otantik duygular da örgütlerdeki yanlış hareket ve davranışları kontrol altına alma olarak tanımlanmıştır. Bir lider empatikse, başkalarının görüşlerine daha açıktır.

Duygusal ve fiziksel nezaket

Duyusal ve fiziksel nezaket boyutu, kişinin bedeniyle ilgili anlam ve deneyimi ifade etmektedir. Bu, liderlik ve örgütsel yaşam bağlamında karmaşık bir dizi durumu ifade eder. Bir kişinin duyularının, fiziksel görünümüne yansımasıdır. Duygusal nezaket ve fiziksel nezaket kavramlarını birbirinden ayırmak zor olabilmektedir. Akademisyenler, örgüt içindeki liderlerin izleyenler üzerindeki duygu ve beden dilini nasıl göz ardı edildiğini, liderlerin güçlerini beden dillerinde nasıl göründüğüyle ilgili yöntemler düşünmüşlerdir (Katz-Buonincontro, 2011, s. 6). Örneğin, Ladkin (2008, s. 31) liderlerin örgüt üyelerini motive etme, yönlendirme veya dönüştürmeye çabalamaları sırasındaki beden dilinin izleyiciler üzerindeki etkisinin önemini vurgulamıştır. Bir liderin fiziksel varlığı, diğer örgüt üyeleriyle nasıl ve ne şekilde iletişim kurduklarından ayrı düşünülemez. Bir liderin duyuları, sosyal etkileşimlerle ilgili olarak kendi çevresini yorumlamada kullanılan sinyaller veya işaretler olarak önemlidir.

Örgütsel estetiğe ilgi

Estetik açıdan "güzellik", bir nesnenin ya da deneyimin insanlarda uyandırdığı hayranlıktır. Örgütlerde "güzellik" kavramı, ideal, hoş ya da uyumlu olarak uyarlanmıştır. Liderlik bağlamında, "örgütsel güzellik" iki şekilde tanımlanmıştır (Ladkin, 2008; White, 1996): a) tutarlılık duygusu (a sense of coherence) ve uyum (harmony) ve b) çalışmalarında yüksek bir zevk hissi. Bu şekilde güzellik, bir kişinin işiyle ilgili olarak diğer insanların nasıl hissettiği ile ilgilidir. Bir başka anlatımla, zevk; hoşgörü, hedonizm (White, 1996) ve narsisizm ile ilişkilendirilebilir, bu nedenle güzel iş ortaya koyma (beautiful work) kavramı, rahatına düşkünlük ile başkalarına hizmet arasındaki bir dengeye dayanır.

Güzel ve olumlu duygu, iyi davranış (ahlaki) fikrinin iyi hissetmeye (duygulanmaya) katkıda bulunma biçimiyle ilgilidir. Görünüşte, "güzellik", bina, okul ve ofislerdeki dekorasyon parçaları olarak yerleştirilen sanat eserleri, mobilyalar ve mimarlık gibi yapıtların görünüşünü hatırlatır. Ancak, fiziksel nesne ve tasarım seçeneklerin daha derin incelendiğinde, "örgüt içindeki ve dışındaki yaşam arasındaki boşluğa köprü olan" örgütün değerleri hakkındaki politik ve kültürel tercihleri yansıtabilir (Strati, 1992, s. 574). Bu anlamda, güzel iş ortaya koyma, liderin yalnızca bir çalışma alanı tasarımı değil, örgüt ve çalışanları arasındaki yakınlığı teşvik etme rolüyle ilgilidir.

Ahlaki amaçları öne çıkarma

Estetik liderliğin bu boyutu, ahlaki amaç aşılamak; duygusal farkındalık/empati, duyusal ve fiziksel nezaket ve örgütsel güzelliğin takdir edilmesine dair kategorileri tamamlamaktadır. İnsanları ortak bir amaç etrafında bir araya getirmek ve insanın asil (noble) veya iyi olma arzusuna hitap etmek için ahlaki amaç aşılamak gereklidir. Adaletsizliğin, yolsuzluğun ve zulmün aksine adalet, akıl ve hakikat gibi ahlâkî değerlerin önemli olduğu vurgulanmaktadır. Liderliğin içinde ahlaki girişimin olması gerektiği ve liderliğin, belirli bir kültür içinde kişinin kişisel ve tarihsel kimliğiyle yakın ilişkili olduğunu söylemek mümkündür (Katz-Buonincontro, 2011, s. 8).

Estetik Liderliğin Diğer Liderlik Türleriyle İlişkisi

Liderlik çalışmaları, liderliğin estetik yönüne doğru kaymaya başlamıştır. Estetik liderlik, liderlik araştırmalarında iki mevcut yöne doğru şekillenmektedir (Hansen vd., 2007, s. 548). İlk yönelim liderliğin yönetsel anlamda kavramlaştırılmasıyla başlamakta, sosyal yapılandırmacı, sübjektif ve sembolik yaklaşımlarla incelenmektedir. Bu yaklaşımlarda öne çıkan nitelikler, dönüşümsel/vizyoner liderlik, karizmatik ve otantikliktir. İkinci yönelim ise liderliğin izleyici-merkezi modeline yöneliktir. Sosyal etki modellerinden esinlenmiş olan çalışmaların dayanağı izleyiciler olmaksızın liderin ortaya çıkamayacağıdır. Meindl (1990) ve Lord ve Maher (1991), herhangi bir kişinin diğerini lider olarak görmedikçe onun lider olamayacağı tezini ilk savunanlar-

dandır. Daha önceki bakış açılarındaki odak noktası, izleyicilerin algıları yerine liderin özelliklerin veya davranışları üzerinedir. Liderlik niteliklerine yönelik izleyici bakış açıcı, bu iki yönelimin buluştuğu noktayı ortak kılmakta, bu da estetik liderliğe en güçlü katkıyı sağlamaktadır.

İlk yapılan liderlik çalışmaları, etkili bir liderin ihtiyacı olan başarılı liderlik özelliklerini evrensel düzeyde tanımlamak, ölçmek ve yalınlaştırmak için yapılmıştır. Ancak sonraki liderlik çalışmaları gösterilmesi gereken liderlik davranışlarını ve stillerini belirlemeyi amaçlamıştır. Örneğin, otokratik ve demokratik biçimler, görev ve ilişki yönlülük gibi konular incelenmiştir. Bu etkin stilleri ayırmak oldukça zor olmuş, çünkü araştırma sonuçları tüm biçimlerin benzer yapılarda da çalışabildiğini göstermiştir (Hansen vd., 2007, s. 548). Daha sonrasında yapılan çalışmalarda hızlı bir şekilde hangi tip liderlerin belirli durumlarda nasıl davranması gerektiği belirlenmiştir. Buradan itibaren liderlik modelleri izleyenleri dikkate almaya ve takip etmeye başlamıştır. İzleyiciler, çalışmalara dâhil edilmiş, liderlerin ne kadar katılımcı yönlü olduğu belirlenmeye çalışıldıktan sonra sosyal etki konusu keşfedilmiştir. Liderlik başarısını yalnızca özelliklerinin ve niteliklerinin belirlemediğini, aynı zamanda bu niteliklerin lider tarafından geliştirilmesi gerekliliği ön plana çıkmış ve bu liderlik niteliklerinin diğerleri üzerinde nasıl sosyal etki yarattığının belirlenmesi çalışmaların odak noktası olmuştur (Hansen vd., 2007).

1980'li yıllarda ortaya çıkan dönüşümsel, vizyoner, karizmatik ve otantik liderlik yaklaşımları yeni liderlik paradigmalarını temsil etmektedir (Bryman, 2004). Bu yeni paradigmalar, liderlik özelliklerini, izleyenlerin çalışmalara dahil edilip edilmediğini, lider özelliklerinin pozitif yönde motivasyon sağlayıp sağlamadığını bu motivasyonun sosyal etkilerini incelemiştir. Aşağıda bu liderlik tipleri açıklanmaya çalışılmıştır.

Dönüşümcü ve vizyoner liderlik

Mevcut liderlik yaklaşımları, karmaşık liderlik deneyimlerini tanımlamada dar kapsamlı rasyonel görüşe sahiptir. Lideri izleyenlerin, genellikle lider ile ilgili yargıları öznel ve zımnidir. İzleyicilerin liderlik olgusuyla ilgili duyguları estetik bilgiye ulaşılmasını sağlamaktadır (Hansen vd., 2007).

Vizyoner liderlik, estetik deneyimle ilişkili olup, pekiştirilmesini sağlamaktadır. Vizyoner yeteneklerin gelişiminde liderlik-estetik ilişkisi liderlik başarısında önemli bir rol oynamaktadır. Estetik, liderlik eğitiminde eksik kalan, yaratıcı ve analitik yeteneklere bütünleşmiş bir yaklaşımdır (Merritt ve DeGraff, 1996). Peter Senge ve Charles Handy'nin çalışmaları, liderlerin rasyonel ve analitik problem çözmenin ötesine geçmesi gerektiğini açıkça ortaya koymaktadır (Merritt ve DeGraff, 1996). Liderlerin, sezgi, hayal gücü, vizyon ve insanlığa bağlılık duygularına daha fazla güvenmeleri gerektiği ifade edilmektedirler.

Bass, Waldman, Avolio ve Bebb (1987) dönüşümcü liderliğin, çalışanlarının çıkarlarını geniş bakış açısıyla görmek ve geliştirmekle oluştuğunu belirtmişlerdir.

Dönüşümcü liderlik, geleceğin vizyonunu tasarlayan, uzun dönemli bakış açısına sahip ve bunu izleyenleriyle paylaşan, insanlar arasındaki bireysel farklılıklara önem veren kişi olarak karakterize edilmektedir (Lowe, Kroeck ve Sivasubramaniam, 1996, s. 386). Dönüşümcü liderlik, yaratıcı fikirleri içerir, izleyicilerin daha yenilikçi ve yaratıcı olabilmesi için onlara ilham verir (Bass vd., 1987). Estetik kavramı bu anlamda, dönüşümcü liderliğe ilham verme ve yaratıcı yönlerine yeni anlayış ve katkı sağlayabilmektedir (Hansen vd., 2007). Gardner ve Avolio (1998), liderlerin örgüt vizyonunun anlaşılabilmesi ve izleyenlere ilham verebilmesi için örgüt hikâyelerinin nasıl kullanıldığını göstermiştir. Bu anlamda idealleştirilmiş vizyonun yaratılmasında hikâyeler izleyenlere anlamlı hale getirilmeli, ilham vermeli, amaca katkıda bulunma isteği yaratabilmeli, hikayeleştirme yoluyla anlamlı paylaşımlar oluşturulmalı ve liderlerin izleyicilerle olan etkileşimine katkı sağlamalıdır. Doğası gereği vizyonlar estetik duygulara hitap etmelidir. İzleyenler, rasyonellik ve mantık kadar duygulara başvurularak da ikna edilmektedir (Hansen vd., 2007). Önerilen vizyonun idealize edilmiş içeriğini iletme ve izleyicileri kucaklamaya ikna etme çabaları ustalık gerektirir. İdeal hale getirilmiş içeriğin bu şekilde iletilmesi, liderlerin bir şekilde vizyonları gerçeğe dönüştürmelerini ve onları günümüze getirmelerini, izleyicilere vizyon sahibi olmanın iyi yönlerini hissetmelerini sağlamaktadır. Böylece duyguların vizyonun hayata geçirilmesinde ilham verme yönü önemli olduğu görülmektedir (Hansen vd., 2007).

Karizmatik liderlik

Karizmatik liderlerin izleyicileri üzerinde olağanüstü etkileri vardır. House (1977), liderlerin izleyenlerinin iyiliği için görevlerinin ötesinde kişisel fedakarlıklar yapmasını, heyecan verici bir vizyon yaratmalarını ve örgütün çıktılarını izleyenleriyle paylaşmasının önemli olduğunu iddia etmektedir. Liderin izleyenlerinin yeteneklerini arttırma çabası önemli bir karizmatik liderlik yeteneğidir (Bass, 1985). Başlangıçta karizmatik liderlik, Weber (1947) tarafından, resmi otoritenin aksine izleyici algılarına dayanan dinsel kutsallıktan türeyen bir otorite biçimi olarak kavramsallaştırılmıştır. Halbuki karizmatik liderler dinsel kutsallıktan öte, izleyenleri kendine çeken ve daha yüksek performans seviyeleri elde etmek için onları motive eden kişiliklere sahiptir (Bass, 1985). Lider ile olan ilişkiden dolayı izleyenler, kendilerini lidere ve organizasyona daha fazla adarlar. Bu duygusal bağlanma, karizmatik liderlikte sosyal etki ve olumlu sonuçlara imkan vermektedir (Shamir, House, ve Arthur, 1993).

Bu duygusal bağlanma, karizmatik liderlik içerisinde, izleyenlerin merkezi rolü ve lider-takipçi etkileşimlerine odaklanan önemli bir ilerlemedir. Karizmanın duygusal bir çaba gerektirdiği kabul edilmektedir (Shamir vd., 1993).

Otantik liderlik

Harter (2002) tarafından "kendi kendine sadık olma" (to thine own self be true) olarak ifade edilen otantik liderlik, kişinin kendi deneyimlerini, düşüncelerini, duy-

gularını, isteklerini, tercihlerini veya inançlarını özümsemeyi bilmek ve kendini tanımak olarak ifade edilebilir. Kernis (2003) tarafından otantikliğin dört bileşeni farkındalık, tarafsız olma, eylem ve ilişkisel şeklinde sınıflandırılmıştır (aktaran Gardner, Avolio, Luthans, May ve Walumbwa, 2005).

Otantik liderler, kendileri için doğru olanları arar ve bunları eyleme geçirir. İzleyiciler bu anlamda liderlerine içtenlikle zımnen güvenirler. Otantik liderlik, hem liderler hem de izleyenlerde kendi farkındalığı ve kendini düzenleme gibi pozitif davranışları içermektedir (Luthans ve Avolio, 2003). Bu tanımlama dönüşümsel liderliğin yanı sıra pozitif örgütsel davranışları da içermektedir (Avolio vd., 2004). Otantik liderlik, lider ve izleyicilere ek olarak üçüncü bir unsur olan örgütsel iklimi de içermektedir (Avolio ve Gardner, 2005). Otantik liderlik, güven düzeyinin artmasıyla, bağlılık, işyeri refahı ve örgütsel iklimin korunması ile ilişkilidir (Gardner vd., 2005). Bütün bu sonuçlar, bir örgütün hissine ve liderin otantik olup olmadığı ile ilgili sübjektif yargılarla ilgili ipucu verir (Hansen vd., 2007, s. 550). Bu anlamda estetik liderlikteki inanç, deneyim, duygu bileşenleriyle benzerlikler içermektedir. Farklılık ise otantikte kendine özgü davranış ve duyguları örgütün geneline yansıtması iken estetik liderlikte yalnızca kendinin değil aynı zamanda izleyicilerin de duygu ve düşüncelerini temel almasıdır.

Etik liderlik

Etik liderlik, "kişisel eylemler ve kişilerarası ilişkiler yoluyla normatif olarak uygun davranışın gösterilmesi ve bu tür davranışların iki yönlü iletişim, güçlendirme ve karar verme yoluyla takipçilere tanıtılması" olarak tanımlanmaktadır (Brown, Treviño ve Harrison, 2005, s. 120). Tanıma bakıldığında çalışanların tutum ve davranışlarının geliştirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Lider üyelerine etik konusunda adil davranması, beraberinde üyelerinin liderlerine güven duymasına neden olmaktadır (Walumbwa vd., 2011).

Etik liderlik ilişki temellidir, liderin izleyicilerini belli ahlaki normlara uyulması konusunda yönlendirmektedir. Dolayısıyla lider-üye etkileşimi yoluyla lider, izleyicilerin tutum ve davranışlarını karşılıklı ilişki temelinde sağlamlaştırmaya ve güçlendirmeye çalışır. Walumbwa vd. (2011) izleyicilerin performanslarının artışında etik liderliğin lider-üye etkileşimi aracılığı ile arttığını bulmuştur. Çünkü etik liderlik davranışı lider-üye etkileşimini daha kaliteli hale getirerek (s. 205) çalışanın performansının artmasını sağlamaktadır.

Estetik ve etik liderlikte, izleyicilerine karşı ahlaki normlarla hareketi söz konusudur. Bunu da eylem ve söylemlerle somutlaştırır. Bu durum adil davranıldığı algısı oluşturarak çalışanların liderine zımni olarak güven ve bağlı duymasına neden olur. Ama etik liderlik, lider-üye etkileşimini temel almadan yapılırsa ve ayrıca duygulardan ziyade bilişsel yön ağır basarsa estetik bakış açısından uzaklaşarak işlemsel (transformational) liderliğe dönüşür.

Liderliğin diğer liderlik biçimlerinden farklılıkları

Dönüşümsel, vizyoner, karizmatik ve otantik liderlik, potansiyel olarak bilgilendirici bir yaklaşım olarak estetiğe işaret etmektedir. Tüm bu liderlik teorileri, sembolik lider davranışları (Shamir vd., 1993) ve izleyicilerin liderlik niteliklerini belirlemede oynadıkları yorumlayıcı ve üretken rolüne önem vermektedir. Karizma ve otokratik gibi liderlik olguların nesnel sonuçlarını tahmin etmeye çalışmak yerine, estetik liderlik bu olguların nasıl üretildiğine ve ortaya çıktığına odaklanır. Liderlerin ve izleyicilerin yaşadığı öznel duygular arasındaki anlamları açıklamaya çalışır. Estetik yaklaşım, rasyonel analizin günlük örgütsel yaşamın önemli yönlerini ihmal ettiğini kabul etmektedir. Estetik liderlik olgusunun öznel olduğunu varsayar. Deneyimle ilgilenir, fakat farkındalığımız, algımız ve bu yorumları yapmak için kullandığımız öznel materyallerimize dayanan insan yapımı bir yorum olan gerçekliği öznel bir deneyim olarak kabul etmektedir (Hansen vd., 2007, s. 552).

YÖNTEM VE VERİLER

Çalışmanın amacı estetik liderliğin Türk akademik yazınında ele alınan liderlik biçimlerini ne kadar yansıttığını göstermektir. Bu çalışmanın geliştirilmesinde betimsel, niteliksel, tümdengelim yöntemiyle ve bibliyometrik teknik araştırması yapılmıştır (Silveira, Ferreira, Silvente ve Cunha, 2017, s. 271). Bibliyometrik analiz, ilgili bilim alanının performansının nicel analizi olup bir anlamda bilim alanın bilişsel ve örgütsel yapısının tanımlanmasını sağlar. Bibliyometri "fizikiki olarak yayınlanmış eserlerin ya da bibliyografik çalışmaların ya da her ikisini de içeren nicel çalışmalarından" oluşur (Broadus, 1987, s. 376). Bu analiz daha çok dergi yayınlarının çeşitli anahtar kelimeler ve kesişme noktaları üzerinden yapılmaktadır. Bibliometrik çalışmalar son yıllarda yönetim alanında popülerlik kazanmış (Teixeira, Iwamoto ve Medeiro, 2013) ve geleneksel literatür incelemelerine alternatif olarak kullanılmaktadır (Ferreira, Li, Reis ve Serra, 2014). Bibliyometrik analiz daha çok ülke, kurum veya kişilerin bilimsel performansını atıf alma, önemli dergilerde yayın, çapraz başvurular üzerinden yapmaktadırlar. Ama bunun yanında Silveira vd.'nin (2017) örneğinde olduğu gibi bibliyometrik teknik kullanılarak kavram benzeşmesine yönelik azda olsa araştırmalar mevcuttur.

Liderlikle ilgili birçok bibliyometrik analizler çalışmalarına rastlanılmaktadır. Bunların bazıları liderlik teorilerinin yöneliminin saptanması (Tal ve Gordon, 2016) için bu analizi kullanırken bazı çalışmalarda ise liderlikle ilgili kavramların ne sıklıkla kullanıldığının (liderlik ile karmaşıklık örneği için bakınız de Almeida Cunha, Günther, Gramkow, Zoucas, 2015) tespitidir. Ayrıca geçmişten günümüze bazı liderlik kavramlarının ne sıklıkla kullanıldığına yönelik bibliyometrik analizi kullanan çalışmalara (Roeschke, 2016); Marques, Reis ve Gomes, 2018; Tal ve Gordon, 2018) da rastlanılmaktadır.

Türkiye'de de liderlik başlığına bibliyometrik analiz kullanılarak bakan çalışmalar mevcuttur. Alparslan ve Ekşili'nin (2016) Journal of Organizational Behavior'da ele alınan liderlik konularını içelerken Alparslan ve Oktar (2015) ise Türkiye özelinde Lider-üye etkileşimi teorisini işleyen makalelerin analizini yapmışlardır. Hotamışlı ve Efe'nin (2015) çalışmasında ise duygusal zeka ile liderlik ilişkisini inceleyen çalışmaları bibliyometrik analiz ile incelemişlerdir. Scopus Veri Tabanı temel alınarak liderlik ilgili çalışmaların ülkelerarası kıyaslamasını yapan Yıldız ve Aykanat (2016) Türkiye'yi 23. sırada bulmuşlardır.

Belirtilen amaca üç aşamada ulaşılmaya çalışılmıştır. Öncelikle estetik liderliğin hangi kavram ve kelimelerle anıldığının belirlenmesi gerekmektedir. Bu nedenle birinci aşamada bu tespite yönelik olarak estetik liderlikle ilgili akademik yazında geçen özellikler bir veya iki kelime şeklinde betimlenmiştir. Bu betimlemede Katz-Buonincontro'nun (2011) sınıflaması, içerik analizinin temaları olarak kullanılmıştır. Temalarda yer alacak kodlar için İngilizce ve Türkçesi temel alınmıştır. Bu tema ve kodlar Tablo 1'de görülebilir.

Tablo 1. *Birinci aşamadaki estetik liderlik boyutları ve alt kavramlar*

empati ve duygusal farkındalık / emotional awareness and empathy	**duygusal ve fiziksel nezaket / sensory and somatic attentiveness**
➢ empati, diğerkamlık / empathy ➢ farkındalık / awareness ➢ olumlu ilişki, pozitif ilişki / positively engage ➢ olumlu psikoloji, pozitif psikoloji, olumlu duygu / positive emotion, positive psychology ➢ duygu / emotion ➢ his / feelings ➢ duyu / sense, sensation, sensory ➢ takdir, anlayış / understanding, apprehension, admiration, appreciation ➢ algı / perception ➢ duyarlılık / sensitivity	➢ bedensel, fiziksel nezaket / somatic attentiveness ➢ fiziksel / physical ➢ görünüm / appearance ➢ anlam / meaning ➢ deneyim / experiences ➢ sinyal / signal ➢ işaret / signpost ➢ sezgi / intuition ➢ nazik / kibar, ince kind, polite, courteous, gentle, fair ➢ sakin, sabırlı, serinkanlı, calm ➢ sağlam, dayanıklı, metanetli, güçlü, kuvvetli sturdy ➢ ritim, düzen, rhythm ➢ romantik, romantic
örgütsel estetiğe ilgi / interest in organizational beauty	**ahlaki amaçları öne çıkarma / promotion of moral purpose**

- güzellik, estetik beautiful, aesthetics
- hoş, zevk, haz, hedonizm, pleasing, pleasure, enjoyment, hedonism
- uyum, tutarlılık harmony, harmonious, coherence
- görsel güzellik visual beauty
- hoşgörü, düşkünlük, anlayış gösterme, indulgence
- narsizm, narcissism
- hayranlık, adoration
- sanat art
- cazibe charm
- ilgi affinity
- dizayn, tasarım design
- fiziksel yapıtlar, eser (artifact)
- sembol, symbol
- zanaatkarlık, crafting
- yaratıcı, creativity
- atmosfer, spheres
- yenilikçi, innovative
- ustalık, mastery
- ortak bir amaç common purpouse
- ahlak, ahlaklılık, etik, moral, doing good, morality, ethic
- asil, noble
- iyi olma, well being
- erdem, fazilet, virtue, merit
- hakikat truth
- değerler values
- doğruluk, dürüstlük justness, honesty
- maneviyat, neşe spirit

İkinci aşamada ise, Türk akademik yazınında liderlikle ilgili makaleler toplanmıştır. Bu amaçla amaçlı örneklem seçimi için, EBSCOhost, JSTOR, SSCI, ULAKBİM Ulusal Sosyal Bilimler, ScienceDirect indeks ve veri tabanları kullanılmış ve burada "başlık" taraması 2018 yılı Temmuz ayında yapılmıştır. Başlık taraması yerine anahtar kelime taraması (Özkan, 2016, s. 619) yapılmamasının nedeni makale başlığının içeriği yansıtacağı ama anahtar kelimenin yansıtamayabileceği düşüncesinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca Türkiye menşeli olması için Turkey / Turk kelimeleri arama kriterlerine eklenmiştir (Tablo 2). Toplamda 1070 makale elde edilmiş olsa da liderlikle ilgili olmayan makaleler ayıklandığında 781 makaleye düşmüştür. Aynı olan (154 adet), formatı bozuk (bir adet) veya yalnızca özeti olan (bir adet) makaleler ayıklandıktan sonra araştırma örneklemi olarak 625 makale üzerinden analiz yapılmıştır.

Tablo 2. *İkinci aşamada verilerin alındığı indeks veya veri tabanları bilgileri*

İndeks veya veri Tabanı	Dönem	Tarama kıstasları	Sonuç	Konuyla ilgili olanlar
EBSCOhost	1887-günümüz	Academic Search Coplete, TI=leadership or leader; AB=Turkey or Turkish, tam metin, hakemli dergiler, english and turkish	205	113
JSTOR	16. Yüzyıl-günümüz	article, title= leadreeship or leader; abstract=turkey or turkish	12	8
ScienceDirect	1823-günümüz	Sosyal Bilimler Veri Tabanı 1992-2018; Anahtar Kelime: leadership, leader, Turkey, Turkish	69	66
Web of Science	1975-günümüz	TI=leader* AND TS=Turk*	298	171
ULAKBİM Ulusal Sosyal Bilimler	2002-bugüne	Başlık= liderlik or lider or leadership or leader	486	423

Üçüncü aşamada ise doküman incelemesi kapsamılnda içerik analizi yapılmıştır. Birinci aşamada belirlenen kavram ve kelimeler ilgili makaleler içinde taranarak bir frekans dağılımı elde edilmiştir. Bu tarama işleminde Adobe Acrobat'ın aynı anda birden fazla makalede arama yapılmasını sağlayan özellik kullanılmıştır Türkiye'de liderlik konulu makalelerde liderlik çeşitli sıfatlarla tanımlanmıştır (Özkan, 2016). Elde edilen frekanslar, makalenin ele aldığı liderlik sıfatlarıyla örtüşmesi çerçevesinde yorumlanmıştır. Hem İngilizce hem de Türkçe olarak basılan makalelerde Türkçe sürümü temel alınmıştır.

Tablo 3. *Makalelerin özellikleri*

Yıllar	1993-2004	2005-2009	2010-2014	2015-2018	Toplam
	21	110	247	247	625
Makalenin türü		**Derginin menşei**		İlk yazarın alanı	
Nicel	523 (% 83,7)	Türk	459 (% 73,4)	İşletme	264 (% 42,2)
Nitel	53 (% 8,5)	Yabancı	166 (% 26,6)	Eğitim	229 (% 36,6)
Değerlendirme	40 (% 40)	**Makalenin Dili**		Kamu, Siyaset, Uluslararası ilişkiler	34 (% 5,4)
Nitel ve nicel	6 (% 1)	Türkçe	407 (% 65,1)	Turizm	38 (% 6,1)
Örnek olay	3 (% 0,5)	İngilizce	218 (% 34,9)	Diğer	60 (% 9,6)

Çalışmanın geçerli ve güvenilir sonuçlar üretilmesine yönelik çeşitli önlemler alınmıştır. Bunlardan iç tutarlılığının sağlanması için tekrarların önlenmesine yönelik aynı ama farklı eklemelerle yer alan kelimelerin bir tanesi sayılmıştır. Ayrıca iç geçerliliğinin sağlanmasına yönelik iki ayrı araştırmacının ortak karar kılınan kavramlar ve kelimeler temel alınmıştır. Makale metinleriyle ilgisi olmayan ve kodlama frekansını şişirebileceği düşüncesiyle makalelerin kaynakçaları hariç tutulmuştur. Ayrıca bazı makalelerde liderlikle birlikte araştırılan kavramların açıklanmasında yer alan kelimeler de hariç tutulmuştur (örn. emotional burnout). İncelenen makalelerin listesi yazarlardan e-posta ile istenebilir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Makalelerin özellikleri incelendiğinde yaklaşık dörtte biri yabancı menşeli dergilerde yayımlanmıştır. Bununla birlikte % 35'i İngilizce, diğerleri Türkçe yazılmış (Türkçe yazılanlarda genişletilmiş İngilizce metin de dâhildir). Yazar sayısı medyanı 2'dir. 45 (% 7,2) makalede en az bir yabancı bulunmaktadır. Makalelerin büyük çoğunluğu (% 83,52) nicel araştırma türünü kullanmışlardır. Makalelerdeki ilk yazarların çalışma alanlarına bakıldığında işletme (264) ve eğitim (229) en büyük ağırlığı (% 78,8) oluşturmakla birlikte kamu yönetimi, siyaset ve uluslararası ilişkiler (34), turizm (38) alanlarından vardır (Tablo 3). Özkan'ın (2016, ss. 621-622) çalışmasında da eğitim ve işletme (% 82) ağırlıkta olup, nicel yöntemler (% 76,1) daha fazla kullanılmıştır.

Tablo 4. *Makalelerin ele aldığı liderlik biçimleri frekansları*

Liderlik Kavramı	Frekans	Liderlik Kavramı	Frekans	Liderlik Kavramı	Frekans
Dönüştürücü	137	Demokratik	21	Otantik	13
İşlemsel	71	Katılımcı	21	Değişim odaklı	12
Etik	60	Karizma	20	Destekleyici	12
Lider-üye etkileşimi	58	İnsan odaklı	18	Vizyoner	12
Serbest bırakan	42	Öğretim odaklı	17	Politik	11
Otokratik	36	Görev odaklı	16	Ruhsal	11
Paternalist	27	Dağıtımcı	13	Diğerleri	37
Hizmetkar	26			**Toplam**	**691**

Aynı anlamda olup farklı yazımlar birleştirildiğinde Türk akademik yazınında 30'u aşan liderlik biçiminin ele alındığı görülmüştür (Tablo 4). Özkan 2016 yılında yayınlamış olduğu çalışmasında ULAKBİM'de liderlik konulu makalelerde liderlik kavramı 53 sıfatla alındığını belirtmiş olmasına karşın aynı liderlik sıfatlarının farklı eklerle yeniden sayıldığı görülmüştür (örneğin dönüştürücü, dönüşümcü gibi). Ama Özkan'ın (2016) sonuçlarına benzer olarak bu çalışmada da dönüştürücü liderlik en

fazla ele alınan liderlik biçimi olurken bunu sırasıyla işlemsel, etik, lider-üye etkileşimi, serbest bırakan, otokratik gelmektedir.

Tablo 5. *Estetik liderlik ile diğer liderlik kavramları eşleşmeleri*

	Empati ve duygusal farkındalık	**Duygusal ve fiziksel nezaket**	Örgütsel estetiğe ilgi	**Ahlaki amaçları öne çıkarma**
Dönüştürücü	48	28	5	42
Karizmatik	15	4	1	14
Otantik	2	6	6	5
Etik	3	5	0	60
Lider-üye etkileşimi odaklı	5	4	1	54
Serbest bırakan	7	7	0	11

Tablo 5'teki sonuçlara bakıldığında estetik liderliğin dönüşümcü, karizmatik ve otantik liderlik gibi hali hazırdaki liderlik biçimlerinin bazı özelliklerini yansıttığı görülmüştür. Tal ve Gordon'nın (2016) liderlik araştırmalarının gidişatı üzerine yaptıkları bibliyometrik analizde dönüşümcü liderlik teorisinin son zamanlarda popülerleştiği ile ilgili bulgusu bu çalışma ile örtüşmektedir. Alparslan ve Ekşili'nin (2016) çalışmasında da benzer olarak sırasıyla dönüşümcü, lider-üye etkileşimi, otantik, etik liderlik konularının işlendiğini bulmuşlardır. Tal ve Gordon'nın (2016) çalışmasında liderlik konusundaki mevcut yaklaşımların iki kategoriye ayrıldığını bulmuşlardır: 20'nci yüzyılın ortalarından beri ortaya çıkan ve liderliği istikrarlı bir çerçevede hiyerarşik bir sistem olarak ele alanlar ve daha sonraları ise daha karmaşık, esnek ve değişen bir çerçeveye odaklanan daha yeni yaklaşımlardır. Dönüşümcü, karizmatik, etkileşimci, etik liderlik biçimleri işte bu dönüşümün yansımalarıdır. Estetik liderlikte bu dönüşümün son halkasıdır. Bu araştırma sonuçlarına bakıldığında, her ne kadar estetik liderlik, önceki liderlik biçimlerinin bir sentezi gibi görünse de, bir liderin başarısını artırmak için ona yeni anlamlar kazandırdığı söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Estetik liderlik, liderlikteki sosyal etki süreçlerinin estetik yönleriyle ilgilidir. Estetik bilgi, insan vücudunda ve içinde yaşayan duyusal deneyimler (görme, duyma, koklama, tatma ve dokunma) anlamına gelmektedir. Odak noktası, etkileşim sonucu üretilen estetik bilgi ve iletişimdir. Bugüne kadar, liderlik çalışmaları etkileşimsel değil bireysel ve bilişsel konulara odaklanmıştır. Liderde yer alan özellikler, davranışlar ve stiller incelenmiştir. İzleyicilerin liderlik sürecine dahil olması ve sosyal etki gibi liderler ve izleyenler arasındaki ortaklaşa inşa edilen niteliklere de bakılması gerekmektedir.

Estetik liderlik daha çok nitel araştırma gerektirmektedir. Liderlik alanındaki niteliksel çalışmalardaki artışın, estetiğin girmesi için bir yol açtığını söylenebilir. Alternatif yöntemlerin kullanımı, özellikle liderlik süreçlerinin doğası hakkında kuramsallaştırma konusunda, liderlik araştırmalarındaki eksikliklerin giderilebileceği düşünülebilir. Niteliksel araştırma, liderlerin anlamı nasıl yönettikleri konusundaki anlayışımızda olumlu bir etki yaratmıştır. Bu anlamda kavram yeni olmakla birlikte daha önce yer alan kavramlar içinde gömülüdür.

Bu çalışma Türk akademik yazınında yer alan makalelerde estetik kavram ve kelimelerinin diğer liderlik biçimlerinde kullanıldığını göstermektedir. Bu kavramın özellikle İngiliz yazınında da bu sonuçları yansıtıp yansıtmadığına ilişkin yeni araştırma önerilebilir. Bu çalışmada tekil kavramların diğer liderlikle ilgili yalnızca frekans eşleşmelerine bakılmıştır. Ancak kavramlar arası ilişki için daha derin, yorumsamacı (hermönetik) çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü bu çalışmada estetikle ilgili kavram ve kelimelerin ilgili makalelerde geçtiği yerler liderlikle ilişkili diğer kavramlar içinde de geçmekte olup liderlik kavramını tam olarak yansıttığı söylenemez.

Türkiye'de estetik liderlik ölçeği (Polat ve Öztoprak-Kavak, 2011) çalışılmış olsa da yalnızca öğretmenler üzerinde yapılmış olması daha kapsayıcı ölçek geliştirmeye açık olduğunu göstermektedir. Önerilen yeni çalışmalar estetik liderliğin nicel olarak ölçülmesine zemin hazırlayacaktır. Böylelikle diğer kavramlarla olan nedensellik ilişkileri daha kolay analiz edilebilecektir.

KAYNAKÇA

Alparslan, A.M. ve Ekşili, N. (2016). Gündemdeki liderlik konuları: Journal of Organizational Behavior Dergisinde Bibliyometrik Bir Analiz (2010-2015). *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8*(16), 274-291.

Alparslan, A.M. ve Oktar, Ö.F. (2015). Türkiye'de lider-üye etkileşim kuramına dair makale kapsamındaki araştırmalar: Bibliyometrik bir içerik analizi. İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 6(1), 107-123.

Avolio, B.J. ve Gardner, W.L. (2005). Authentic leadership development: Getting to the root of positive forms of leadership. *Leadership Quarterly, 16*, 315−338.

Avolio, B.J., Gardner, W.L., Walumbwa, F.O., Luthans, F. ve May, D.R. (2004). Unlocking the mask: A look at the process by which authentic leaders impact follower attitudes and behaviors. *The Leadership Quarterly*, *15*, 801−823.

Bass, B.M. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*. New York: Free Press.

Bass, B.M., Waldman, D.A., Avolio, B.J. ve Bebb, M., (1987). Transformational leadership and the falling dominoes effect. *Group & Organization Studies, 12*(1), 73-87.

Broadus, R. (1987). Toward a definition of "bibliometrics". *Scientometrics, 12*(5/6), 373-379.

Brown, M.E., Treviño, L.K. ve Harrison, D.A. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 97*, 117–134.

Bryman, A. (2004). Qualitative research on leadership: A critical but appreciative view. *The Leadership Quarterly, 15*(6), 729−769.

de Almeida Cunha, C.J.C, Günther, H.F., Gramkow, F.B. ve Zoucas, A.C. (2015). Leadership and complexity: A bibliometric study. *Business Management Review, VII*(12), 578-590.

Duke, D.L. (1986). The aesthetics of leadership. *Educational Administration Quarterly, 22*, 7-27.

Ferreira, M.P., Li, D., Reis, N.R. ve Serra, F.R. (2014). Culture in international business research: A bibliometric study in four top IB journals. *Management Research, 12*(1), 68-91.

Gardner, W.L. ve Avolio, B.J. (1998). The charismatic relationship: A dramaturgical perspective. *Academy of Management Review*, *23*, 32−58.

Gardner, W.L., Avolio, B.J., Luthans, F., May, D.R. ve Walumbwa, F.O. (2005). 'Can you see the real me?' A self-based model of authentic leader and follower development. *The Leadership Quarterly, 16*, 343−359.

Güven, E. ve Polat, S. (2016). Aesthetic leadership perceptions of high school students regarding their teachers. *Journal of Education and Training Studies, 4*(11), 109-118.

Hansen, H. Ropo ve A. Sauer, E. (2007). Aesthetic leadership. *The Leadership Quarterly*, *18*, 544-560.

Harter, S. (2002). Authenticity. İçinde C.R. Snyder ve S. Lopez (Eds.), *Handbook of positive psychology* (ss. 382–394). Oxford, UK: Oxford University Press.

Hotamışlı, M. ve Efe, D. (2015) Duygusal zekâ ve liderlik ilişkisi bağlamındaki çalışmaların bibliyometrik analiz ile incelenmesi. Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi, 19(1). 101-121.

House, R.J. (1977). A theory of charismatic leadership. İçinde J.G. Hunt ve L.L. Larson (Eds.), *Leadership, the cutting edge* (ss. 189−207). Carbondale, IL: Southern Illinois University Press.

Hujala, A. Ve Rissanen, S. (2011). Organization aesthetics in nursing homes. *Journal of Nursing Management, 19*, 439-448.

Hunt, J.G. (1999). Transformational/charismatic leadership's transformation of the field: An historical essay. *The Leadership Quarterly, 10*, 129−144.

Katz-Buonincontro, J. (2011). How might aesthetic knowing relate to leadership? A review of the literature. *International Journal of Education & the Arts*, *12*(special issue 1.3), 1-17.

Kernis, M.H. (2003). Toward a conceptualization of optimal self-esteem. *Psychological Inquiry*, *14*, 1 – 26.

Ladkin, D. (2008). Leading beautifully: How mastery, congruence and purpose create the aesthetic of embodied leadership practice. *The Leadership Quarterly, 19*, 31-41.

Linstead, S. ve Höpfl, H. (Eds.). (2000). *The aesthetics of organizations*. London: Sage.

Lord, R. G. ve Maher, K. J. (1991). *Leadership and information processing: Linking perception and performance*. Boston: Unwin Hyman.

Lowe, K.B., Kroeck, K.G., Sivasubramaniam, N. (1996) Effectiveness correlates of transformational and transactional leadership: a meta-analytic review of the MLQ literatüre. *Leadership Quarterly, 7*(3), 385-425.

Luthans, F. ve Avolio, B.J. (2003). Authentic leadership: A positive development approach. Içinde K.S. Cameron, J.E. Dutton ve R.E. Quinn (Eds.), *Positive organizational scholarship* (ss. 241−261), San Francisco: Barrett-Koehler.

Marques, T., Reis, N. ve Gomes, J.F.S. (2018). Responsible leadership research: A bibliometric review. *Brazilian Administration Review, 15*(1), 1-25.

Meindl, J.R. (1990). On leadership: An alternative to he conventional wisdom. İçinde B.M. Staw ve L.L. Cummings (Eds.), *Research in Organizational Behavior* (ss. 159−203). Greenwich, CT: JAI Press.

Meindl, J.R. (1995). The romance of leadership as a follower-centric theory: A social constructionist approach*. The Leadership Quarterly, 6*, 329−341.

Merritt, S. ve DeGraff, J. (1996). The revisionary visionary: Leadership and the aesthetics of adaptability. *The Journal of Aesthetic Education*, *30*(4), 69-85.

Özkan, M. (2016). Liderlik hangi sıfatları, nasıl alıyor? Liderlik konulu makalelerin incelenmesi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15*(2), 615-639.

Polat, S. ve Öztoprak-Kaya, Z. (2011). Aesthetic leadership (AL): Development and implementation of aesthetic leadership scale (ALS) of the school directors. *Educational Research and Reviews, 6*(1), 50-61.

Ramírez, R. (2005). The aesthetics of cooperation. *European Management Review, 2*(1), 28−35.

Roeschke, A. (2016). Entrepreneurial leadership: A bibliometric analysis. *Academy of Management Proceedings, 2016*(1). Çevrimiçi yayın tarihi: 30 Nov 2017 https://doi.org/10.5465/ambpp.2016.17614abstract (Erişim Tarihi: 01.10.2018)

Shamir, B., House, R.J. ve Arthur, M.B. (1993). The motivational effects of charismatic leadership: A self-concept based theory. *Organization Science, 4*(4), 577−594.

Silveira, A., Ferreira, C.C., Silvente, G.A. ve Cunha, J.A.C.D. (2017). Factors and approaches of entrepreneurial intention. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, *6*(2), 263-290.

Smith, R.A. (1996). Leadership as aesthetic process. *Journal of Aesthetic Education, 30*(4), 39-53.

Smith, R.A. (2008). Educational aesthetics and policy. *Arts Education Policy Review, 109*(6), 3-12.

Sternberg, R.J. ve Horvath, J.A. (1999). *Tacit knowledge in professional practice*. Mahwah, NJ: Erlbaum.

Strati, A. (1992). Aesthetic understanding of organizational life. *Academy of Management Review*, *17*(3), 568-581.

Strati, A. (2000). The aesthetic approach to organization studies. Içinde Höpfl, H. (Ed.), *The Aesthet-ics of Organization* (ss. 13-34). London: Sage.

Tal, D. ve Gordon, A. (2016). Leadership of the present, current theories of multiple involvements: A bibliometric analysis. *Scientometrics, 107*(1), 259-269.

Tal, D. ve Gordon, A. (2016). Women as political laders: A bibliometric analysis of the literature. *Society, 55*(3), 256-261.

Taylor S.S. (2002) Overcoming aesthetic muteness: Researching organizational members' aesthetic experience. *Human Relations, 55*(7), 821–840

Taylor, S. ve Hansen, H. (2005). Finding form: Looking at the field of organizational aesthetics. *Journal of Management Studies, 42*(6), 1211−1231.

Teixeira, M.L.M., Iwamoto, H.M. ve Medeiros, A.L. (2013). Bibliometric studies (?) in administration: Discussing the transposition of purpose. *Administração: Ensino e Pesquisa*, *14*(3), 423-452.

Walumbwa, F.O., Mayer, D.M., Wang, P., Wang, H., Workman, K. ve Christensen, A.L. (2011). Linking ethical leadership to employee performance: The roles of leader–member exchange, self-efficacy, and organizational identification. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *115*(2), 204-213.

Weber, M. (1947). *The theory of social and economic organization*. Glencoe, IL: Free Press.

Weggeman M., Lammers I. ve Akkemans H. (2007) Aestheticsfrom a design perspective. *Journal of Organizational ChangeManagement, 20*(3), 346–358.

White, D. A. (1996). "It's working beautifully!" Philosophical reflections on aesthetics and organization theory. Organization, 3, 195−208.

Yıldız, T. ve Aykanat, Z. (2016). Yönetim ve organizasyon alanındaki liderlik çalışmalarının gelişiminin bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmesi. *Eurasian Business & Economics Journal*, *2016* (1), 120-130.

Zhang, H. Cone, M.H. Everett, A. M. Elkin, G. (2011), Aesthetic Leadership in Chinese Business: A Philosophical Perspective, Journal of Business Ethics, 101: 475-491.

1. Basım

MUHASEBE, FİNANS VE İKTİSAT ARAŞTIRMA ÖRNEKLERİ

Editör
Prof. Dr. Ali ACARAVCI

nobel

MUHASEBE, FİNANS VE İKTİSAT ARAŞTIRMA ÖRNEKLERİ
Editör: Prof. Dr. Ali ACARAVCI

Yayın No. : 2117
İktisat No. : 142
ISBN : 978-605-7928-26-9
Basım Sayısı : 1. Basım, Ekim 2018

© Copyright 2018, NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK EĞİTİM DANIŞMANLIK TİC. LTD. ŞTİ. SERTİFİKA NO.: 40340
Bu baskının bütün hakları Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.ne aittir. Yayınevinin yazılı izni olmaksızın, kitabın tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik ya da fotokopi yoluyla basımı, yayımı, çoğaltımı ve dağıtımı yapılamaz.
Bu kitap çeşitli bölümlerden oluşmaktadır. Bölümlerin içeriğinden yazarlar sorumludur. Yayınevi veya editör sorumlu tutulamaz.

Genel Yayın Yönetmeni : Nevzat Argun -nargun@nobelyayin.com-
Yayın Koordinatörü : Gülfem Dursun -gulfem@nobelyayin.com-

Redaksiyon : Samet Tekin -samet@nobelyayin.com-
Sayfa Tasarım : Tarkan Kara -erdal@nobelyayin.com-
Kapak Tasarım : Mehtap Yürümez -mehtap@nobelyayin.com-
Baskı ve Cilt : Peron Basım Yayın Sanayi ve Ti. Ltd. Tşi. Sertifika No.: 40159
Meşrutiyet Mah. Konur Sok. No.:32/1 Çankaya/Ankara

Kütüphane Bilgi Kartı

Acaravcı, Ali.
MUHASEBE, FİNANS VE İKTİSAT ARAŞTIRMA ÖRNEKLERİ */ Editör: Prof. Dr. Ali ACARAVCI*
1. Basım. X + 978 s. 16x23,5 cm. Kaynakça var, dizin yok.
ISBN: 978-605-7928-26-9
1. Beşeri ve İdari Bilimler, 2. Muhasebe Araştırmaları, 3. Finans Araştırmaları, 4. İktisat Araştırmaları

Genel Dağıtım

ATLAS AKADEMİK BASIM YAYIN DAĞITIM TİC. LTD. ŞTİ.
Adres: Bahçekapı mh. 2465 sk. Oto Sanayi Sitesi No:7 Bodrum Kat Şaşmaz-ANKARA - siparis@nobelyayin.com-
Telefon: +90 312 278 50 77 - **Faks:** 0 312 278 21 65
E-Satış: www.nobelkitap.com - www.atlaskitap.com - **Bilgi:** esatis@nobelkitap.com - info@atlaskitap.com
Dağıtım ve Satış Noktaları: Alfa Basım Dağıtım, Ana Basım Dağıtım, Arasta, Arkadaş Kitabevi, Başarı Dağıtım, D&R mağazaları, Dost Dağıtım, Güneş Dağıtım, Kitapsan, Nezih Kitabevleri, Prefix, Remzi Kitabevleri, TveK Mağazaları

BÖLÜM 26 KAMU SERMAYELİ BANKALARIN ÖZEL SERMAYELİ BANKALAR İLE STRATEJİK NİYET VE TEMEL BECERİLER AÇISINDAN KARŞILAŞTIRILMASI 469
Kürşad Emrah YILDIRIM

BÖLÜM 27 TÜRK AKADEMİK YAZININDA ESTETİK LİDERLİK ANLAYIŞININ SAPTANMASINA YÖNELİK BİBLİYOMETRİK BİR ARAŞTIRMA..... 481
Özden AKIN - Metin REYHANOĞLU

BÖLÜM 28 TÜRKİYE'DE FUARCILIK SEKTÖRÜNÜN 5 YILLIK GENEL DEĞERLENDİRMESİ (2013-2017) 505
Sarp BAĞCAN

BÖLÜM 29 ARDAHAN VE IĞDIR İLLERİ İLE TÜRKİYE GİRDİ – ÇIKTI TEKNİK KATSAYILARININ KARŞILAŞTIRILMASI..527
Abdullah TOPCUOĞLU

BÖLÜM 30 YEMEN EKONOMİSİNDE İŞSİZLİĞİ BELİRLEYEN FAKTÖRLER (1991-2016) 543
Erdal ARSLAN - Basheer AL-ATHWARİ

BÖLÜM 31 KIRMIZI ET VE ET ÜRÜNLERİ SANAYİNİN PAZAR GÜCÜ: OLİGOPSON YAPISI 571
Kübra ÖNDER

BÖLÜM 32 MALİ YERELLEŞMENİN KAYIT DIŞI EKONOMİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ.....587
M. Fatih İLGÜN

BÖLÜM 33 EKONOMİK VERİLER ÇERÇEVESİNDE ÖZEL SAĞLIK SİGORTALARININ ANALİZİ.....605
Özgür AKPINAR

BÖLÜM 34 TÜRKİYE'DE ENFLASYON HEDEFLEMESİ 615
Nural YILDIZ

BÖLÜM 35 TÜRKİYE'DE YOKSULLAR LEHİNE SAĞLIK VE EĞİTİM POLİTİKALARI*.....629
Kemal ÇELİK

NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK
EĞİTİM DANIŞMANLIK TİC. LTD. ŞTİ.

Kültür Mah. Mithatpaşa Cad. No:74 B-01/02 Kızılay Ankara
Tel: +90 312 418 20 10 Faks: +90 312 418 30 20
www.nobelyayin.com nobel@nobelyayin.com

İLGİLİ MAKAMA

Nobel Yayın Grubu olarak 1984 yılından beri ulusal ve 2011 yılından beri uluslararası düzeyde düzenli olarak faaliyet yürütmekteyiz ve yayınladığımız kitaplar yükseköğretim kurumları kataloglarında yer almaktadır.

Bilgilerinize arz ederim.

Nobel Akademik Yayıncılık
Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.
Genel Yayın Yönetmeni
Nevzat ARGUN

Konu: Kitap bölümü yazarlığı daveti 31.08.2018

Sayın Özden AKIN - Metin REYHANOĞLU;

Nobel Yayınevi ve Saygın Bilim Derneği, Türkiye'deki bilimsel araştırmalara destek verme ve akademisyenlerin ortak çalışmalar yürütmesine öncülük etme gayesi ile Bilim, Eğitim ve Sanat Araştırmaları (BES2018) genel adı ile bir yayın projesi hazırlamışlardır. Bu yayın projesi kapsamında Ekim 2018'de Prof. Dr. Ali ACARAVCI editörlüğünde yayınlanacak olan "TÜRK AKADEMİK YAZININDA ESTETİK LİDERLİK ANLAYIŞININ SAPTANMASINA YÖNELİK BİBLİYOMETRİK BİR ARAŞTIRMA" başlıklı bir bölümü yazmanız uygun görülmüştür. Kitap bölümü çalışmanızı yazım kurallarımıza uygun olarak hazırlayıp en geç 15 Eylül 2018 tarihine kadar yayınevimize göndermenizi rica ederiz. Çalışmanız editör ve hakem incelemesinden geçtikten sonra yayınlanacaktır.

Bilginize sunar, iyi çalışmalar dileriz.

Dr. Öğretim Üyesi Sami BASKIN

BES2018 Koordinatörü

Kitapların Temini: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.: Kültür Mah. Mithatpaşa Cad. No : 74 B- 01/02 Kızılay / Çankaya / Ankara. Telefon: 0 (312) 418 20 10