



Yaratıcı Öz / Creative Self

Şenol DURAN^a

^a Milli Eğitim Bakanlığı, ORCID: 0000-0002-7293-6196

Makale Bilgi/Article Info

Tarihçe/History:
Received/Alındı
20/04/2020
Revised/Düzeltildi
23/05/2020
Accepted/Kabul edildi
24/06/2020

Anahtar kelimeler:

Yaratıcı Öz, Yaratıcı Biliş,
Yaratıcı Öz-Yeterlik

Keywords:

Creative Self, Creative Cognition,
Creative Self-Efficacy

ÖZ

Bu araştırma ile yaratıcılığın karmaşık yapısının daha fazla aydınlatılması amaçlanmaktadır. Araştırma örneklemini oluşturmak için 4 farklı liseden veriler toplanmıştır. Araştırma örneklemini 12. sınıfta öğrenim gören 451 lise öğrencisinden [270'i kız (%60) 181'i erkek (%40)] oluşmaktadır. Verilerin analizinde kanonik korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Kanonik korelasyon çok değişkenli regresyon analizini kullanarak iki değişken kümesi arasında ilişkiyi incelemektir. Bu nedenle araştırmada 2 veri seti oluşturulmuştur. Yaratıcılığın Öncülleri (Motivasyon Kararlılık ve Merak-Keşfetme) 1. veri setini ve Yaratıcı Öz (Yaratıcı Biliş, Yaratıcı Öz-Yeterlilik ve Yaratıcı Kimlik)' de 2. veri setini oluşturmuştur. Araştırmada veri setleri arasında 1 kanonik fonksiyon elde edilmiştir. Araştırma bulgularına göre Yaratıcı Biliş (.92) Yaratıcı Öz'ü açıklamada en fazla etkiye sahiptir. Yaratıcı Öz-Yeterlilik (.74) ise, Yaratıcı Kişilik' ten (.49) daha fazla etkilere sahiptir. Ayrıca Yaratıcılığın Öncülleri ve Yaratıcı Öz veri setleri arasında paylaşılan ortak varyans %32,2 olarak bulunmuştur. Bu bulgu da Yaratıcı Öz kavramının ortaya konmasına yardımcı olmuştur. Yaratıcı Öz kavramının daha fazla aydınlatılması gereklidir. Böylece araştırmacılar, eğitimciler, çalışma kuruluşları ve farklı alanlar için yararlı sonuçlar üretilebilir.

ABSTRACT

This research aims to further explain the complex nature of creativity. Data were collected from 4 different high schools to form the research sample. The research sample consisted of 451 high school students studying at 12th grade [270 females (%60) 181 males (%40)]. It was used to analyze the data from canonical correlation analysis. Canonical correlation use multivariate regression analysis to study the relationship between two variables set. Two data sets were consisted in the study. In the research, 1 canonical function was obtained between the data sets. According to the research findings, Creative Cognition (.92) has the most effect on explaining creativity. Creative Self-Efficacy (.74) has more influence than the Creative Personality (.49). In addition, the shared variance between Predictors of Creativity Self and Creative Self was found to be %32,2. This research has helped to discover the Creative Self. Different researches are supported in this research findings. More research is required to explain the Creative Self. Thus, useful results can be produced for field researchers, educators, working organizations and different fields.

*Sorumlu yazar: senolduranpdr@gmail.com

1. Giriş

Birçok kurum ve alan (devletler, şirketler, araştırma merkezleri, üniversiteler ve okullar) yaratıcı ve yenilikçi araştırmalara önem vermektedir. Bu nedenle yaratıcılık ve yenilikle ilgili iş, mühendislik, psikoloji ve eğitim gibi farklı disiplinlerde araştırma makaleleri bulunmaktadır (Rogelio, 2016). Yaratıcılık olağanın davranış dışında düşünme veya iyi bir hayal gücü (Kaufman, Plucker ve Baer, 2008) veya özgün, değerli ve uygulanabilir bir fikir veya ürün olarak tanımlanabilir (Csikszentmihalyi, 2014). Yaratıcı davranışı etkileyen faktörler sosyal, bilişsel, motivasyonel ve duygusal boyutlara ayrılabilir. Bu nedenle çoğu karmaşık yapı gibi yaratıcılık içinde disiplinler arası çalışma gerektirebilir (Feist, 1998).

Teorik ve mantıksal birçok problem nedeniyle yaratıcılığın genel veya özel içeriğe ilişkin araştırma sonuçları yanıltıcı olabilmektedir. Özellikle yaratıcılık alanında geliştirilen psikometrik araçlar ile eğitim araçlarının kalitesi bunlardan etkilenmektedir (Plucker, 1998). Yaratıcılığı ölçmeye çalışan testlerin daha fazla özellik içermesi daha iyi sonuçlar vermesini sağlayabilir. Sadece kişilik özellikleri ile yaratıcılığın ilişkisini araştıran çalışmalar genel birtakım özellikleri vurgulamakta ve yaratıcı performansı ortaya koymakta yetersiz kalmaktadır (Kaufman, Plucker & Baer, 2008). Bu nedenle yaratıcılığa ait mekanizmanın daha çok açıklanması gerekmektedir (Chen vd., 2006). Yaratıcılığın birçok bileşenden oluştuğunu düşünülmektedir (Conti, Coon & Amabile, 1996). Yaratıcılıkla ilgili beceri kategorisi oldukça geniştir. Bilişsel yapı, kişilik gibi birçok faktörü içermektedir (Schoen, 2015). Yaratıcılıkla ilgilenen araştırmacılar daha önceki çalışmalarında yaratıcılıkla ilişkilendirilen bireysel özellikleri ve kişisel eğilimleri (örneğin, zekâ, bilişsel yapı, kişilik özellikleri) araştırmaktaydılar (Choi, 2004). Yaratıcı insanın kişilik özelliklerinin (yeni deneyimlere açık, geleneksel olmayan ve kurallara takılmayan, kendine güvenen, kendini kabul eden, kendini yönlendirebilen, hırslı, baskın, karşıt görüş geliştiren ve dürtüsel) belirlenmesi için çabalamaktaydılar (Feist, 1998). Son zamanlarda araştırmacılar yaratıcılığa etki eden bu özelliklerin mekanizmalarını daha yakından ele almaya başlamaktadır. Bu durum “Kara Kutuyu (Black Box)” açmaya benzetilmektedir (Mathisen ve Bronnick, 2009). Yaratıcılığın aydınlatılması gereken birçok alanı bulunmaktadır (Karwowski ve Kaufman, 2017). Yaratıcılık karmaşık bir yapıdır ve yaratıcılığı oluşturan temel yapılar ve arasındaki ilişkilerin daha çok açıklanması gerekmektedir.

Hümanistik ve Sosyal-bilişsel yaklaşım yaratıcılığa ait kişisel inançların kavramsallaştırmasında yararlı olabilir (Karwowski ve Kaufman, 2017). Son on yılda yaratıcı inançlar literatürde ilgi görmektedir. Yaratıcılığa etki eden bu inançlar Yaratıcı Öz-yeterlik (görevi yaratıcı bir şekilde yerine getirmede algılanan güven), Yaratıcı Metabiliz (yaratıcılıkta kişisel ve ilgili bilgilere dayanan inançlar) ve Yaratıcı Öz-Yapı (yaratıcı yeteneklerle ilgili genel inançlar) olarak değerlendirilmektedir. Bu inançların yaratıcı performansa katılıp katılmamada, çabayı devam ettirmede, performans düzeyini belirlemede rol oynadıkları tespit edilmektedir. Bununla birlikte, bu yapıların birbirleriyle etkileşime girme ve birbirleriyle ilişki kurma biçimleri henüz tam olarak anlaşılmıştır (Beghetto ve Karwowski, 2017).

Yaratıcılığın karmaşık yapısını açıklamada bu kavramlar sınırlı sayıda olsa da araştırmacıların dikkatini çekmeye başlamaktadır. Yaratıcılık ile öz-yeterliliğin potansiyel bağlantısına rağmen, gerekli ilgiyi görmemektedir (Tierney ve Farmer, 2002). Yaratıcı Öz-yeterlilik olarak adlandırılan bu öz yargılar (self-judgments) Bandura'nın öz-yeterlik kavramının önemli bir olarak görülmektedir (Bandura, 1997). Yaratıcı Öz-yeterliliğin yaratıcı düşünce ve performansla ilgili bir dizi yapı arasındaki ilişkiye aracılık ettiği tespit edilmiştir. Örneğin, Yaratıcı Öz-yeterliliğin, yaratıcı potansiyel ve performans arasındaki ilişkiye aracılık ettiği düşünülmektedir (Karwowski, 2016). Öz-yeterlilik ile yaratıcılık ilişkisi açıklamaya yönelik başka çalışmalarda bulunmaktadır (Ozkal, 2014; Çayırdığı, 2016). Yaratıcı Öz-yeterlilik yaratıcı davranış ve performansın önemli bir parçası olduğu söylenebilmektedir (Mathisen ve Bronnick, 2009). Yaratıcı Metabiliz çalışanların yaratıcı yetkinliklerini izlemelerine ve geliştirmelerine yardımcı olan özel bir biliş biçimidir. Yaratıcı Metabiliz kavramsal bilgi (ne zaman, nerede, nasıl ve niçin yaratıcı olacağını bilme) ve yaratıcı öz ait bilginin (yaratıcılığın güçlü ve zayıf yanalarının bilmesi) birleşimidir (Kaufman ve Beghetto, 2013). Yaratıcı Metabiliz' te yaratıcılık ve metabiliz arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bazı araştırmalar bu ilişkiyi değinse de tam olarak metabiliz adıyla karşımıza çıkmamaktadır (Kaufman, Beghetto ve Watson 2015). Literatür incelendiğinde Yaratıcı Biliş, Yaratıcı Metabiliz ve Yaratıcı Düşünce gibi kavramların birbirleri yerine kullanılabilen kavramlar olduğu görülecektir. Feldhusen (1995), yaratıcı düşüncüyü yaratıcılığın temel bileşeni olarak kabul etmektedir. Bir başka kavram olan Öz yapı' ya (self-concept) ilgi artmakta olsa da yaratıcılık ile ilişkisi bilimsel çalışmalara değer görmeyip literatürde yer bulamamaktadır (Jauss, Randel & Dionne, 2007). Bunun yerine yaratıcılık ve kişilik yapısı arasında ilişki açıklanmaya çalışılmaktadır. Yaratıcı Kişiliğe sahip kişi yaratıcı olduğunu doğrulayan bilgileri elde etmeye çabalayacaktır (Tierney ve Farmer, 2011). Farmer, Tierney ve Kung-McIntyre (2003)

çalışmasında Yaratıcı Kimliğin çalışma arkaşlarının beklentilerini ve kendinlik algılarını etkilediğini tespit etmiştir. Başka bir çalışmada ise, Ivcevic ve Mayer (2006) kişilik tiplerinin yaratıcılık gelişimine etkisini açıklamaya çalışmıştır. Bu nedenle Yaratıcı Öz-yeterlilik, Yaratıcı Biliş ve Yaratıcı Kişilik' in yaratıcılığı belirlemedeki etkileri merak konusu haline gelmektedir.

Yaratıcılığın Öncülleri

Yaratıcılığı ortaya koymada bir değişken olarak daha çok içsel/dışsal motivasyon (Rayn ve Deci, 2000) kullanılmaktadır. Bunların başında Amabile (1985) 'nin motivasyon ve yaratıcılık arasındaki ilişkiyi incelemesi bulunmaktadır. İçsel motivasyonun yaratıcılık üzerinde etkili aracılık rolü vardır (Tan, vd., 2016). Bilişsel yapıyı ele alan araştırmacılar çevresel etkilere ek olarak, içsel motivasyonun yaratıcı süreçleri etkileyen kritik bir faktör olduğunu da varsaymaktadır (Yuan vd., 2017). Motivasyon ve yaratıcılık arasındaki bu ilişkiyi açıklamaya yönelik birçok araştırma örneği bulunmaktadır (Amabile, 1985; Amabile, 1993; Choi, 2004; Forgeard ve Mecklenburg, 2013; Stanko-Kaczmarek, 2012; Auger ve Woodman, 2016; Zhang, Fan ve Zhang, 2015; Ceci ve Kumar, 2016; Ghasemi vd., 2011). Bazı araştırmalar da yaratıcı öz yeterlilik ve motivasyon (Choi, 2004; Putwain, Kearsley ve Symes, 2012; Prabhu, Sutton ve Sauser, 2008; Zhou, Hirst ve Shipton, 2012; Gu, He ve Liu, 2015; Beghetto, 2006); yaratıcı kişilik ve motivasyon (Hong, Peng ve O'Neil, 2014; Prabhu vd., 2008) ve yaratıcı düşünce ve motivasyon (Liu vd., 2013) arasındaki ilişkileri açıklamaya çalışmaktadırlar. Motivasyon yaratıcılığı ayrı bir güç olarak etkilememektedir. Motivasyon yaratıcı performansı belirleyen diğer faktörlerle etkileşime girmektedir (Agnoli vd., 2018). Bu nedenle belirli bir amaca ulaşmada çaba ve kararlılığın motivasyonda önemli bir bileşen olduğunu kabul edilerek, motivasyonel kararlık modeli Constantin, Holman ve Maria (2011) tarafından ortaya çıkarılmıştır. Bu araştırmada motivasyonel kararlılığın yaratıcılık için güçlü bir öncül olduğu varsayılmaktadır.

İnsan davranışını motive etmek için merakın gücünü inkâr edilmeyeceği vurgulanmıştır (Hardy, Ness ve Mecca, 2017). Bireyin bilişsel işleyişinde ve entelektüel aktivitelerindeki temel rolü nedeniyle merak pozitif psikoloji, eğitim, sağlık ve ebeveynlik gibi çeşitli alanlarda araştırılmıştır (Changa ve Shih, 2018) Merak ve yaratıcılığın önemine ve aralarındaki ilişkiye rağmen, iki yapı nadiren eş zamanlı olarak araştırmaların odağı olmuştur (Hagtvedt vd., 2018). Merak uzun zamandan beri bireyin yaratıcılığın önemli bir öncülü olarak kabul edilmektedir (Hardy, Ness ve Mecca, 2017). Merak diğer birçok psikolojik yapıya benzerlik göstermektedir. Merak çevresel uyaranlar veya yeni durumlara kişinin doğrudan dikkatini yöneltmesi, düzenlemesi ile ilgilidir (Kashdan vd., 2009). Merak ve yaratıcılık ilişkisini daha detaylı anlamak için, aralarında ilişki de dahil olmak üzere insanın gelişimindeki süreçlerin de bilgiler edinilmesi gerekmektedir (Hagtvedt vd., 2018). Merak ve yaratıcılık arasındaki ilişkileri açıklamaya çalışan araştırmalar sınırlı da olsa bulunmaktadır (Hagtvedt, vd., 2018, Chang ve Shih 2018; Hardy vd., 2017; Kashdan ve Fincham, 2002; Karwowski, 2012).

Bu araştırmayla yaratıcı özü oluşturan temel yapıların (Yaratıcı Biliş, Yaratıcı Öz-Yeterlik ve Yaratıcı Kişilik) yaratıcılığa olan ortak etkileri ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır. Ayrıca yaratıcılık ile motivasyon ve merak arasında ilişki ortaya koyulacaktır. Sonuç olarak bu araştırmayla yaratıcılığın karmaşık yapısının daha fazla aydınlatılması amaçlanmaktadır.

2. Yöntem

2.1. Örneklem

Araştırmanın örneklemini 12. sınıf lise öğrencileridir. Araştırma örneklemini oluşturmak için 4 farklı liseden veriler toplanmıştır. Araştırmaya dahil edilen 451 lise öğrencisininin 270 kız (%60) 181 erkek (%40) öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırmaya gönüllü olarak katılmak isteyen öğrencilerin kişisel e-posta adresleri ve cep telefonu uygulamaları ile okulun internet sayfası veri toplamada kullanılmıştır (191 kişi). Ayrıca verileri toplamak için öğrencilere ölçekler basılı olarak da verilmiştir (260 kişi).

2.2. Değerlendirme Araçları

Araştırmada Merak ve Keşfetme Ölçeği II (MKÖ-II), Motivasyonel Kararlılık Ölçeği (MKÖ), Yaratıcı Biliş Ölçeği (YBÖ), Yaratıcı Öz-Yeterlilik Ölçeği (YÖYÖ), Yaratıcı Kişilik Özellikleri Ölçeği (YKÖÖ) kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçekler araştırmanın örneklem grubu için geçerli ve güvenilir araçlardır.

Merak ve Keşfetme Ölçeği-II (MKÖ-II)

Kashdan ve arkadaşlarının (2009) geliştirdiği ölçek 10 maddedir ve 2 alt boyutludur (esneklik ve belirsizliği kabul etme). Doğrulayıcı Faktör Analiziyle (DFA) alt boyutların yüksek düzeyde ilişkili olduğunu gösterilmiştir ($r = .85$). Ölçeğin Türkçe uyarlaması Acun, Kapıkıran ve Kabasakal (2013) tarafından uyarlanmıştır. Ölçekte esneklik (6 madde) ile belirsizliği kabul etme (4 madde) alt boyutları olmak üzere iki faktörlü bir yapı belirlenmiştir. DFA ölçüm değerleriyle ($\chi^2/Sd = 2.04$, RMSEA = .05, SRMR = .04, CFI = .98, NNFI = .97) ile iyi ve mükemmellik düzeyinde uyum değerleri tespit edilmiştir. RMSEA değişimleri kabul edilebilir sınır aralığında tespit edilmiştir.

Motivasyonel Kararlılık Ölçeği (MKÖ)

Motivasyonel Kararlılık Ölçeği 13 madde ve 3 alt boyuttan oluşmaktadır (Constantin, Holman ve Maria, 2011) Ölçeğin Türkçeye uyarlanması Sarıçam ve arkadaşları (2013) tarafından yapılmıştır. Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi yapılan ölçek Türkçe uyarlanmasında da 13 maddeden ve üç boyuttan oluşmuştur ($\chi^2/Sd = 2.36$, RMSEA = .058, CFI = .85). Motivasyonel kararlılık ile umut arasında pozitif ($r = .34$) ilişki ölçeğin uyum geçerliliğinin de iyi olduğu göstermektedir.

Yaratıcı Biliş Ölçeği (YBÖ)

Yaratıcı Biliş Ölçeği (Rogaten ve Moneta, 2015) Arslan ve Ünal (2016) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. AFA ve DFA analizleri sonucunda ölçeğin 5. Maddesinin güvenilirlik analizi sonucu düşük çıktığı için, ölçek maddesini anlaşılır olmadığı gerekçesiyle çıkarılmıştır. 4 maddeden oluşan tek faktörlü yapı ölçek elde edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizinden elde edilen değerler ($\chi^2/Sd = 2.332$, RMSEA = 0.096, CFI = .94, IFI = .95, SRMR = .09) olarak bulunmuştur. Ölçek, 5'li Likert derecelendirmeye göre 1-5 arasındaki rakamlardan biri işaretlenerek yanıtlanmaktadır.

Yaratıcı Öz Yeterlilik Ölçeği (YÖYÖ)

Yaratıcı Öz Yeterlilik Ölçeği Tierney and Farmer (2002) tarafından geliştirilmiştir. Açımlayıcı faktör analizi sonuçlarına göre, 13 maddelik ölçek 3 maddeye düşürülmüştür. 3 maddeli bu ölçek için Cronbach alfa iç tutarlık katsayısı .83 bulunmuştur. Ölçek, 5'li Likert derecelendirmeye göre oluşturulmuştur. Ölçek Türkçe'ye Çayırdağ (2017) tarafından uyarlanmıştır. Açımlayıcı faktör analiziyle elde edilen sonuçlara göre toplam varyansın %86,14' ü açıklanmıştır. Üç maddeden oluşan ölçeğin alfa katsayısı değeri .95'tir ($M = 9.35$, $SD = 3.87$). Doğrulayıcı faktör analizi yapılmamıştır.

Yaratıcı Kişilik Özellikleri Ölçeği (YKÖÖ)

Yaratıcı Kişilik Özellikleri Ölçeği Şahin ve Danışman (2017) tarafından geliştirmiştir. Açımlayıcı Faktör Analiziyle 17 maddeli ve 4 faktörlü bir yapı bulunmuştur. Doğrulayıcı Faktör analizi sonucu ortaya çıkarılan model doğrulanmıştır ($\chi^2/Sd = 2.33$, RMSEA = .04, SRMR = .04, CFI = .95). Ölçeğin alt faktörleri için Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı .60- .65 arasında hesaplanmıştır. Ölçeğin geneli için .67 değeri elde edilmiştir. Ölçek, 5'li Likert tipi derecelendirme ölçeğidir. Ölçeğin tersten puanlanan maddeleri (1,2,3,4,5 ve 10,11,12,13 maddeler) bulunmaktadır.

2.3. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde kanonik korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Kanonik korelasyon çok değişkenli regresyon analizini kullanarak iki değişken kümesi arasında ilişkiyi incelemektir. Kanonik korelasyon iki değişken seti için ilişkiyi aramanın başka bir yoludur ve iki set arasında var olan karşılıklı bağımsız ilişkilerin sayısını ve niteliğini tanımlanmaya uygundur. Bu, ilişkisiz olan doğrusal

kombinasyon çiftlerinin kullanılmasıyla gerçekleştirilir (Pituch ve Stevens, 2016). Verilerin analizinde Spss 24 istatistik programı kullanılmıştır.

3. Bulgular

Bu araştırmada kanonik korelasyon analiziyle elde edilen bulgular ele alınmıştır. Öncelikle kanonik korelasyon analizi için kullanılan modelin anlamlılığı çok değişkenli anlamlılık testleriyle değerlendirilmiştir (Sherry ve Henson, 2005).

Tablo 1. Çok Değişkenli Anlamlılık Testleri

Testin Adı	Değer	F	Hipotez sd	Hata sd	F'nin Anlamlılık Değeri
Pillai's Trace	1.949	1.426	636.00	489.00	.000
Wilks' Lambda	.041	1.439	636.00	483.96	.000
Hotelling's Trace	5.788	1.453	636.00	479.00	.000
Roy's Largest Root	2.600	1.999	212.00	163.00	.000

Tablo 1'deki bulgular değerlendirildiğinde; kanonik korelasyonda kullanılacak olan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna varılmaktadır (Wilks Testi = .041, $F_{(636,483)} = 1.439$, $p < .001$). Kanonik korelasyon analizi için anlamlı olan istatistiksel modelin; kanonik fonksiyonları için kanonik korelasyon analizi sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 2. Kanonik Korelasyon ve Öz Değer

Kanonik Kök	Öz Değer	Kanonik Korelasyon	Kanonik Korelasyonun Karesi
1	.730	.650	.4225
2	.000	.018	.000324

Tablo 2'deki bulgularla 1. kanonik fonksiyonun İstatistiksel olarak anlamlı olduğu kanonik korelasyonu .650' dur. 2. Kanonik fonksiyonun öz değeri (.000) kanonik korelasyon (.018) değerlerinden istatistiksel olarak anlamlı olmadığı anlaşılmaktadır. Kanonik fonksiyonların istatistiksel olarak anlamlı olanların yorumlanması gerekmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2007).

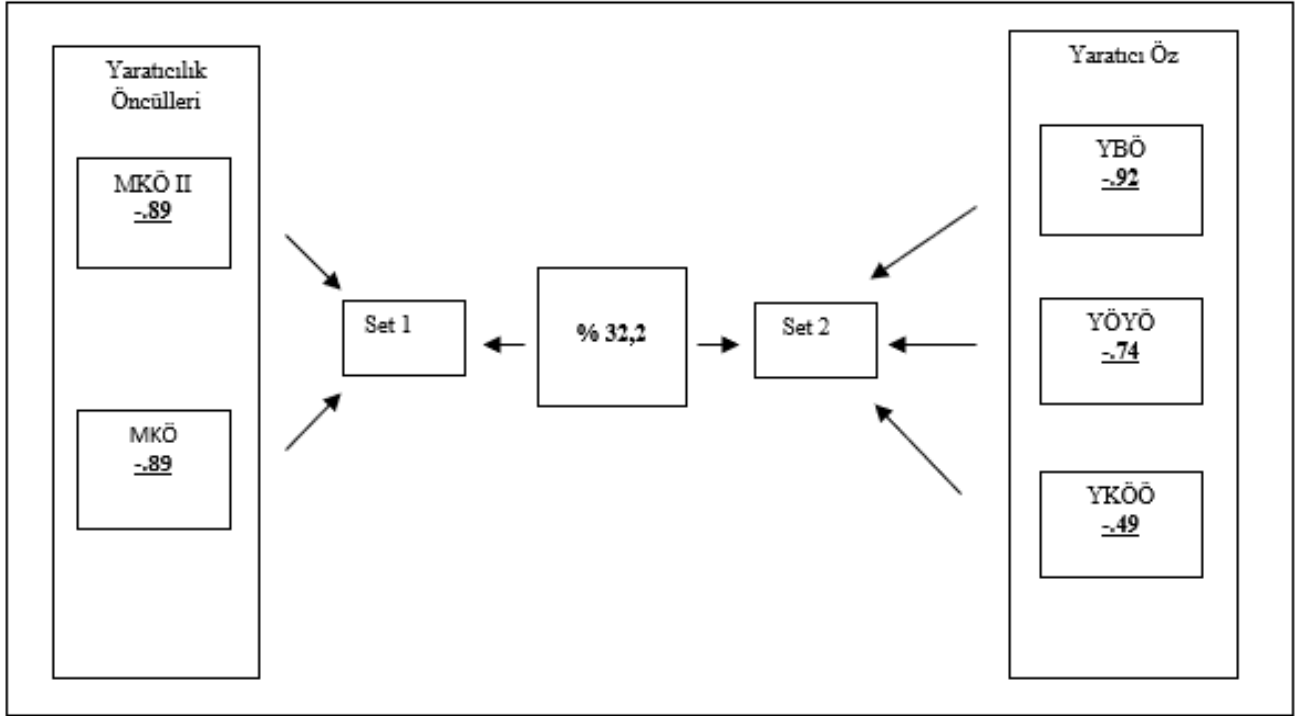
Kanonik korelasyon analizinde sonraki adım veri setlerindeki değişkenlerin kanonik fonksiyonlarına ait standardize edilmiş katsayılarını ve yapısal katsayılarını belirlemektir (İlhan, vd., 2013). Buna göre 1. Kanonik fonksiyona ait kanonik verileri aşağıda Tablo 3'te gösterilmektedir. Ayrıca Tablo 3'te .45'ten büyük yapı katsayıları altı çizili olarak (birçok faktör analizinde yapılan değerlendirmeye bağlı kalarak) gösterilmiştir (Sherry ve Henson, 2005).

Tablo 3. Yaratıcılık Öncülleri ile Yaratıcı Öz Arasındaki İlişkiye Ait 1. Kanonik Fonksiyon İçin Kanonik Analiz Sonuçları

Veri Seti	Değişken	1. Kanonik Fonksiyon			h ² (%)
		Sek	r _s	r _s ² (%)	
Yaratıcılık Öncülleri	MKÖ-II	-.565	<u>-.89</u>	.79	<u>.79</u>
	MKÖ	-.560	<u>-.89</u>	.79	<u>.79</u>
		R^{s2}	32.2		
Yaratıcı Öz	YBÖ	-.706	<u>-.93</u>	.86	<u>.86</u>
	YÖYÖ	-.378	<u>-.74</u>	.54	<u>.54</u>
	YKÖÖ	-.131	<u>-.49</u>	.24	<u>.24</u>

|.45|'den büyük r_s ve h² değerleri altı çizili gösterilmiştir.

Tablo 3' de verilen bulgulara göre Yaratıcılık Öncülleri ile Yaratıcı Öz veri setlerine değişkenlerin kanonik yüklemelerin tamamı .45 değerinin üzerindedir. Her bir kanonik fonksiyonun ayrı incelenmesi kanonik fonksiyonun güçsüz olduğunu ortaya çıkarabilir ve bu yüzden fonksiyonlar ayrı ayrı yorumlanmaz. Fonksiyonlar kendi içinde zayıf olsa da kümülatif toplamda istatistiki olarak anlamlı ve değerli olabilir. Bu gibi durumlarda, her bir fonksiyonun ayrı ayrı yorumlanması eleştirilebilir (Sherry ve Henson, 2005). Ancak araştırmada bir kanonik fonksiyon elde edildiğinden, 1. Kanonik fonksiyonun kanonik katsayıları kendi içinde açıklanabilir ve yorumlanabilir. Yaratıcılık Öncülleri veri setine MKÖ-II ve MKÖ değişkenleri etkileri eşittir (-.89). Yaratıcı Öz veri setine YBÖ (-.93), YÖYÖ (-.74) ve YKÖÖ (-.49) olarak yükleme değerleri sıralanmıştır. Ayrıca .45 üzerindeki etkilerin işaretlerine bakıldığında hepsinin aynı yönde (-) olduğu gözükmemektedir. Buda gösteriyor ki; Yaratıcılık Öncülleri ile Yaratıcı Öz veri setlerine değişkenlerin tamamı aynı yönlü ilişki içindedir. Bu sonuç Yaratıcılık Öncülleri veri setlerindeki MKÖ-II ve MKÖ değişkenlerinin değeri arttıkça; Yaratıcı Öz veri setindeki YBÖ, YÖYÖ ve YKÖÖ değişkenleri değerleri de artmaktadır. Yaratıcılık Öncülleri ile Yaratıcı Öz veri seti değişkenleri arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Yaratıcılık Öncülleri ile Yaratıcı Öz veri seti değişkenleri arasındaki kanonik yüklemeler **Şekil 1'** de gösterilmiştir.

Şekil 1 Yaratıcılık Öncülleri ile Yaratıcı Öz Arasındaki İlişkiye Ait 1. Kanonik Fonksiyona Ait Değerler

Şekil 1' de Yaratıcılık Öncülleri ile Yaratıcı Öz Arasındaki İlişkiye Ait 1. Kanonik Fonksiyonun R_s^2 32,2 olarak hesaplanmıştır. Bu değer Yaratıcılık Öncülleri ile Yaratıcı Öz veri setleri arasındaki paylaşılan ortak varyansın %32,2 olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

4. Tartışma ve Sonuç

Bu araştırmayla Yaratıcılık Öncülleri (Merak-Keşfetme, Motivasyon-Kararlılık) ile Yaratıcı Öz (Yaratıcı Biliş, Yaratıcı Öz Yeterlik, Yaratıcı Kişilik) arasındaki ilişki kanonik korelasyon ile incelenmeye çalışılmıştır. Analiz sonucunda Yaratıcılık Öncülleri ile Yaratıcı Öz arasında kurulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yaratıcılık Öncülleri ile Yaratıcı Öz arasında kanonik korelasyon analizi ile 2 kanonik fonksiyon elde edilmiştir. Bu kanonik fonksiyonlardan 1. kanonik fonksiyonun istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve 2. Kanonik fonksiyonun ise, istatistiksel olarak anlamlı olmadığı sonucuna varılmıştır. Kanonik fonksiyonla yapılan değerlendirmeler sonucu; Yaratıcılık Öncülleri ile Yaratıcı Öz arasında paylaşılan ortak varyansın %32,2 olduğu bulunmuştur. Ayrıca Yaratıcılık Öncülleri (MKÖ-II, MKÖ) ile Yaratıcı Öz (YBÖ, YÖYÖ, YKÖÖ) arasında tüm değişkenler için güçlü aynı yönlü ilişkiler elde edilmiştir. Yaratıcılık ile hem motivasyon hem de merak arasındaki ilişkileri açıklamaya çalışan araştırmalar (ör: Ceci ve Kumar, 2016; Hagtvedta, vd., 2018) araştırmanın veri setleri arasında kurulan ilişkiyi desteklemektedir.

Bazı araştırmalarda bu ilişkiyi Yaratıcı Biliş, Yaratıcı Öz Yeterlik veya Yaratıcı Kişilik arasında açıklamaya çalışmıştır. Bu araştırmanın bulgularını açıklamada ise; Yaratıcı Öz' ün oluşturan temel yapıları arasındaki ilişkiyi tek tek ele almak yerine, bu temel yapıların birbirleri ile olan ilişkilerini ve ortak etkilerini ortaya koyacak araştırma bulgularına ihtiyaç duyulmuştur. Araştırma verilerini destekleyen benzer bir araştırma Karwowski (2012) tarafından yapılmıştır. Karwowski (2012) araştırmasında, bu araştırmada kullanılan MKÖ-II ölçeğini kullanılmıştır. Ayrıca bağımlı değişken olarak da Yaratıcı Öz-Yeterlilik ve Yaratıcı Kimliği ele alındığı bir araştırma modeli oluşturulmuştur. Karwowski (2012) araştırmasında merak duygusu ile Yaratıcı Öz-Yeterlilik ve Yaratıcı Kimlik arasında güçlü ilişki olduğunu ve merakın yaratıcılığı artırdığını ortaya koymaktadır. Bu araştırmada da merak yaratıcılık için güçlü bir değişken olarak bulunmuştur. Başka bir çalışma da yine bu araştırmanın bulgularını destekler niteliktedir. Yaratıcı Öz-Yeterliliğin Yaratıcı Düşünce Setleri ve yaratıcı performansta önemli bir aracı rolü olduğu ortaya koyulmaktadır (Royston & Reiter-Palmon, 2017). Ayrıca Karwowski (2014) çalışmasında, esnek düşünce setleri ile Yaratıcı Öz-Yeterlilik ve Yaratıcı Kimlik arasında güçlü pozitif yönlü ilişkiler tespit edilmiştir.

Daha önceki bu araştırma bulguları araştırmanın bulgularını desteklemektedir. Bu çalışmada Yaratıcı Biliş, Yaratıcı Öz-Yeterlilik ve Yaratıcı Kişilik Özellikleri ile motivasyon ve merak duygusu arasında güçlü pozitif ilişkiler tespit edilmiştir. Ayrıca bu çalışmayla Yaratıcı Biliş, Yaratıcı Öz Yeterlilik ve Yaratıcı Kişilik yapıları arasındaki ilişki de açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırma bulgularına göre Yaratıcı Öz' ü oluşturan bu yapılardan Yaratıcı Biliş' in (.92) yaratıcılık öncüllerine en güçlü etkiyi sağladığı tespit edilmiştir. Yaratıcı Öz Yeterlilik' in (.74) Yaratıcı Kişilik' den (.49) daha güçlü etkilere sahip olduğu söylenebilir. Bu da Yaratıcı Biliş ve Yaratıcı Öz Yeterlilik'in yaratıcılığı belirlemede Yaratıcı Kimlik'ten daha etkili olduğuna işaret etmektedir. Başka bir çalışma araştırmanın bu bulgularını destekler niteliktedir. Karwowski (2016) araştırmasında, Yaratıcı Öz-yeterliliğin Yaratıcı Kimliğin tersine yaratıcılığı belirlemede daha etkili olduğu sonucuna varmaktadır. Yaratıcı Kimliğin Yaratıcı Öz-Yeterliliğe göre iş yerindeki yaratıcılığı belirlemede daha etkili olduğuna dair tersi bulgulara da rastlanmıştır (Jaussi, Randel ve Dionne, 2007). Ayrıca Yaratıcı Düşünce Setleri' nin (Yaratıcı Biliş) Yaratıcı-Öz Yeterliliğe ve Yaratıcı Kimliğe olumlu etkisi olduğu başka bir araştırma bulgularıyla desteklenmektedir (Hass, Katz-Buonincontro ve Reiter-Palmon, 2016). Bu bulguda araştırmanın Yaratıcı Biliş, Yaratıcı Öz-yeterlilik ve Yaratıcı Kimliğin kendi aralarındaki ilişkiyi ve yaratıcılığa olan ortak etkilerini desteklemektedir.

Bu çalışmayla Yaratıcı Öz' ü oluşturulan temel yapılar ve ilişkileri ortaya konulmuştur. Ayrıca Yaratıcı Öz ile Yaratıcılık Öncülleri arasındaki açıklanan varyans (%32,2) Yaratıcı Öz kavramının keşfedilmesine yardımcı olmuştur. Bu araştırma yaratıcılığı daha fazla açıklamayı amaç edinmiş gelecek araştırmalar için yaratıcılığın karmaşık yapısı hakkında fikirler verebilir. Yaratıcı Öz' ü oluşturan bu temel yapılar arasındaki ilişkileri anlamaya ve açıklamaya daha çok ihtiyaç duyulmaktadır. Yaratıcılığın karışık yapısını ve bu yapıların birbirleri ile olan ilişkilerini ortaya koymada Yaratıcı Öz' ün önemli bir kavram olduğu da gözükmektedir. Başka araştırmalarla farklı örneklem, değişkenler veya ölçme araçlarıyla Yaratıcı Öz' ün daha fazla aydınlatılması gereklidir. Böylece araştırmacılar, eğitimciler, çalışma kuruluşları ve farklı alanlar için yararlı sonuçlar üretilebilecektir. Ayrıca kapsamlı ve güvenilir ölçme araçları ile kaliteli eğitim programları geliştirebilmesine katkıları sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Acun N., Kapıkıran Ş. ve Kabasakal N. (2013). Merak ve Keşfetme Ölçeği II: Açıklayıcı ve Doğrulamalı Faktör Analizleri ve Güvenirlik Çalışması, *Türk Psikoloji Yazıları*, Haziran 2013, 16 (31), 74-85.
- Agnoli S., Runco M. A., Kirsch C. & Corazza G.E. (2018). The role of motivation in the prediction of creative achievement inside and outside of school environment, *Thinking Skills and Creativity*, 28 ,167–176.
- Arslan, S. ve Ünal, D. (24-25 November 2016). Üstün/Özel Yetenekli Öğrencilerin Eğitiminde Yaratıcı Biliş Sürecinin Değerlendirilmesi. *International Conference on Quality in Higher Education (ICQH)*, ICQH 2016 Proc. Book, 992-995.
- Amabile, T. M. (1985). Motivation and creativity: Effects of motivational orientation on creative writers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48(2), 393-399.
- Amabile, T. M. (1993). Motivational synergy: Toward new conceptualizations of intrinsic and extrinsic motivation in the workplace. *Human Resource Management Review*, 3(3), 185–201.
- Auger P., Woodman R. W. (2016). Creativity and Intrinsic Motivation: Exploring a Complex Relationship, *The Journal of Applied Behavioral Science*, July 1-25.
- Bandura, A. (1977). Self-Efficacy: Toward A Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84 (2), 191–215.
- Beghetto, R. A. (2006). Creative self-efficacy: Correlates in middle and secondary students. *Creativity Research Journal*, 18,447-457.
- Beghetto R. A., Karwowski M. (2017). Toward Untangling Creative Self-Beliefs, *In M. Karwowski, J. C. Kaufman (Eds.), The Creative Self, Effect of Beliefs, Self- Efficacy, Mindset, and Identit (1-22)*, London: Elsevier Inc.
- Cayirdag, N. (2017). Creativity fostering teaching: Impact of creative self-efficacy and teacher efficacy. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 17 (6), 1959–1975.
- Ceci M. W., Kumar V. K. (2016). A Correlational Study of Creativity, Happiness, Motivation, and Stress from Creative Pursuits, *J Happiness Stud.*, 17:609–626.

- Chen, C., Himsel, A., Kasof, J., Greenberger, E. & Dmitreiva, J. (2006). Boundless creativity: Evidence for Domain Generality of Individual Differences in Creativity. *Journal of Creative Behavior*, 40, 179–199.
- Changa Y. Y., Shih H. Y. (2018). Work Curiosity: A New Lens for Understanding Employee Creativity, *Human Resource Management Review*, Vol. 0, 1–11.
- Choi J. N. (2004). Individual and Contextual Predictors of Creative Performance: The Mediating Role of Psychological Processes, *Creativity Research Journal*, Vol. 16 (3), 187–199.
- Conti, R., Coon, H. & Amabile, T. M. (1996). Evidence to support the componential model of creativity: Secondary analyses of three studies. *Creativity Research Journal*, 9, 385– 389.
- Constantin, T., Holman, A., Maria M.A. (2011). Development and validation of a Motivational Persistence Scale. *Psihologija*, 45(2), 99-120.
- Csikszentmihalyi M. (2014). *The Systems Model of Creativity*, Springer Science + Business Media Dordrecht, New York London.
- Farmer, S. M., Tierney, P., & Kung-McIntyre, K. (2003). Employee creativity in Taiwan: An application of role identity theory. *Academy of Management Journal*, 46, 618–630.
- Feist, G. J. (1998). A meta-analysis of personality in scientific and artistic creativity. *Personality and Social Psychology Review*, 1998, 290–309.
- Feldhusen, J. F. (1995). Creativity: A knowledge base, metacognitive skills, and personality factors. *Journal of Creative Behaviour*, 29, 255–268.
- Forgeard M. J. C. and Mecklenburg A. C. (2013). The Two Dimensions of Motivation and a Reciprocal Model of the Creative Process. *American Psychological Association*, 17(3), 255–266.
- Ghasemi F., Rastegar A., Jahromi R. G., Marvdashti R. R. (2011). The relationship between creativity and achievement motivation with high school students' entrepreneurship, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 30, 1291 – 1296.
- Gu J., He C. and Liu H. (2015). Supervisory styles and graduate student creativity: the mediating roles of creative self-efficacy and intrinsic motivation, *Studies in Higher Education*, September 1-22.
- Hagtvedt L. P., Dossinger K., Harrison S. H. and Huang L. (2018). Curiosity made the cat more creative: Specific curiosity as a driver of creativity, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 150, 1–13.
- Hardy, J. H., Ness, A. M., & Mecca, J. (2017). Outside the box: Epistemic curiosity as a predictor of creative problem solving and creative performance. *Personality and Individual Differences*, 104, 230–237.
- Hass, R.W., Katz-Buonincontro, J., & Reiter-Palmon, R. (2016). Disentangling creative mindsets from creative self-efficacy and creative identity: Do people hold fixed and growth theories of creativity? *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 10, 436–446.
- Hong E., Peng Y. & O'Neil H. F. (2014). Activities and Accomplishments in Various Domains: Relationships with Creative Personality and Creative Motivation in Adolescence. *Roepers Review*, 36(2), 92-103.
- Ivcevic Z., Mayer J. D. (2006). Creative Types and Personality, Imagination, *Cognition And Personality*, Vol. 26(1-2) 65-86.
- Jaussi, K. S., Randel, A. E., & Dionne, S. D. (2007). I am, I think I can, and I do: The role of personal identity, self-efficacy, and cross-application of experiences in creativity at work. *Creativity Research Journal*, 19, 247–258.
- Kashdan, T. B., Gallagher, M. W., Silvia, P. J., Winterstein, B. P., Breen, W. E., Terhar, D.T. ve Steger, M. F. (2009). The curiosity and exploration inventory-II: Development, factor structure, and psychometrics. *Journal of Research in Personality*, 43, 987-998.
- Kashdan, T. B., & Fincham, F. D. (2002). Facilitating creativity by regulating curiosity. *The American Psychologist*, 57(5), 373.
- Kaufman J. C. & Beghetto R. A. (2013). In Praise of Clark Kent: Creative Metacognition and the Importance of Teaching Kids When (Not) to Be Creative, *Roepers Review*, 35:155–165.

- Kaufman J. C., Beghetto R. A., Watson C. (2015) Creative metacognition and self-ratings of creative performance: A 4-C perspective, *Learning and Individual Differences*, Vol. 0, 1–11.
- Kaufman J. C., Plucker J.A., Baer J. (2008). *Essentials of Creativity Assessment*, John Wiley & Sons Inc., Hoboken, New Jersey.
- Karwowski M. (2012). Did Curiosity Kill the Cat? Relationship Between Trait Curiosity, Creative Self-Efficacy and Creative Personal Identity. *Europe's Journal of Psychology*, 8(4), 547–558.
- Karwowski M. (2014). Creative Mindsets: Measurement, Correlates, Consequences *Psychology of Aesthetics, Creativity and the Arts*, Vol. 8, No. 1, 62–70.
- Karwowski, M. (2016). The Dynamics of Creative Self Concept: Changes and Reciprocal Relations Between Creative Self-Efficacy and Creative Personal Identity. *Creativity Research Journal*, 28, 99–104.
- Karwowski M., Kaufman J. C. (2017). The Nuances and Complexities of Who We Are When We Create: An Introduction to Creativity and the Self, *In M. Karwowski M., J. C. Kaufman (Edt). The Creative Self, Effect of Beliefs, Self- Efficacy, Mindset, and Identity (p 9-15)* London: Elsevier Inc.
- Liu G., Zhang S., Zhang j., Lee C., Wang Y. and Brownell M. (2013). Autonomous Motivation and Chinese Adolescents' Creative Thinking: The Moderating Role of Parental Involvement. *Creativity Research Journal*, 25(4), 446–456.
- Moneta, GB. & Rogaten, J. (2015). Development and validation of the short use of creative cognition scale in studying. *Educational psychology*, 35 (3), 294-314.
- Mathisen G. E., Bronnick K. S. (2009). Creative Self-Efficacy: An Intervention Study *International Journal of Educational Research*, 48, 21–29.
- Ozkal, N. (2014) Relationships Between Teachers' Creativity Fostering Behaviors and Their Self-Efficacy Beliefs, *Educational Research and Reviews* 9(18), Pp. 724-733.
- Pituch K. A., Stevens J. P. (2016). *Applied Multivariate Statistics For the Social Sciences Analyses with Sas And Ibm 's Spss*, Taylor& Francis, New York, 618 p.
- Prabhu, V., Sutton, C., & Sauser, W. (2008). Creativity and certain personality traits: Understanding the mediating effect of intrinsic motivation. *Creativity Research Journal*, 20(1), 53–66.
- Plucker, J. A. (1998). Beware of simple conclusions: The case for the content generality of creativity. *Creativity Research Journal*, 11, 179–182.
- Putwain D.W., Kearsley R., Symes W. (2012). Do creativity self-beliefs predict literacy achievement and motivation? *Learning and Individual Differences*, 22, 370–374.
- Ryan R. M., Deci E. L. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being, *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- Rogelio P.D. (2016). Creative Self-Efficacy: An Exploration of Its Antecedents, Consequences, And Applied Implications, *The Journal of Psychology*, 2016, Vol. 150, No. 2, 175–195.
- Royston R., Reiter-Palmon R. (2017). Creative self-efficacy as mediator between creative mindsets and creative problem-solving, *The Journal of Creative Behavior*, 1–10.
- Sarıçam H., Akın A., Akın Ü. ve İlbay A.B. (2013). Motivasyonel Kararlılık Ölçeğinin Türkçe Formu: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması, *Turkish Journal of Education*, 3 (1), 60-69.
- Schoen J. L. (2015). Effects of implicit achievement motivation, expected evaluations, and domain knowledge on creative performance. *Journal of Organizational Behavior*, 36, 319-338.
- Sherry, A. & Henson, R.K. (2005). Conducting and interpreting canonical correlation analysis in personality research: A user-friendly primer. *Journal of Personality Assessment*, 84 (1), 37-48.
- Stanko-Kaczmarek, M. (2012). The Effect of Intrinsic Motivation on the Affect and Evaluation of the Creative Process Among Fine Arts Students, *Creativity Research Journal*, 24 (4), 304–310.
- Şahin F., Danışman Ş. (2017). Yaratıcı Kişilik Özellikleri Ölçeği: Güvenilirlik ve Geçerlik Çalışması, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (2), 750-763.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics*. Pearson Education Inc. Boston.
- Tan C. S., Lau X. S., Kung Y. T. and Kailsan R. (2016). Openness to Experience Enhances Creativity: The Mediating Role of Intrinsic Motivation and the Creative Process Engagement, *The Journal of Creative Behavior*, Vol. 0, 1–11.
- Tierney, P., Farmer, S. M. (2002). Creative Self-Efficacy: Its Potential Antecedents and Relationship to Creative Performance. *Academy of Management Journal*, 45, 1137–1148.

- Tierney, P., Farmer, S. M. (2011). Creative self-efficacy development and creative performance over time. *Journal of Applied Psychology*, 96, 277–293.
- Yuan Y. H., Wu M. H., Hu M. L. and Lin I. C. (2017). Teacher's Encouragement on Creativity, Intrinsic Motivation, and Creativity: The Mediating Role of Creative Process Engagement, *The Journal of Creative Behavior*, Vol. 0, Iss. 0, 1–13
- Zhang J., Fan Y. and Zhang X. (2015). The Role of Power Motivation In Creativity: A Moderated Mediation Model, *Social Behavior and Personality*, 43 (4), 613-628
- Zhou, Q., Hirst, G., & Shipton, H. (2012). Promoting creativity at work: the role of problem solving demand. *Applied Psychology: An International Review*, 61, 56–80.

Creative Self: If You Can A Dream It, You Can Do It. -Walt Disney

Governments, companies, research centers, universities and schools spend a lot of time researching how to be more creative and innovative (Rogelio, 2016). However, there are still holes in our knowledge and understanding of creativity (Karwowski & Kaufman, 2017). Therefore, it is not surprising to find research articles on creativity and innovation in different disciplines such as work, engineering, psychology and education (Rogelio, 2016).

Creativity can be defined as an original, valuable and viable idea or product (Csikszentmihalyi, 2014). The category of skills related to creativity is quite broad and includes cognitive structure, personality and other factors (Schoen, 2015). Scientists interested in creativity have long explored personal tendencies and other individual traits associated with creativity such as intelligence, cognitive structure, personality traits. (Choi, 2004). Recently, researchers have started to address more closely the mechanisms through which these factors promote creativity, and by doing so, try to open the “black box” (Mathisen & Bronnick, 2009). Creativity is a complex structure and the basic elements of it and the relations between these elements should be examined.

Three key self-beliefs that researchers have focused on during the past several years include the following: creative self-efficacy (CSE, i.e., perceived confidence to creatively perform a particular task), creative metacognition (CMC, i.e., beliefs based on a combination of creative self-knowledge and contextual knowledge), and creative self-concept (CSC, i.e., general beliefs about one's creative abilities) (Karwowski & Kaufman, 2017). These beliefs play a role in influencing whether a person will engage with (or avoid) a particular performance opportunity (CSE, CMC), sustain effort (CSE, CMC), perform at a particular level of creative achievement (CSE, CMC), and ultimately judge themselves as creative in various performance domains (CSC) and as a creative person (CI) (Beghetto & Karwowski, 2017).

These self-judgments that as a called Creative Self Efficacy are important extension of Bandura's self-efficacy concept (Bandura, 1997). Creative Self-Efficacy is a noteworthy pioneer in creative behavior and performance (Mathisen & Bronnick, 2009).

Creative metacognition is a special form of cognition such as other metacognition knowledge types that helps employees monitor and develop their creative competences (Kaufman & Beghetto, 2013). Creative metacognition (not always explicitly given this label) has been studied along a few different lines of research (Kaufman, Beghetto, Watson; 2015). Feldhusen (1995) considered the creative cognition to be the main component of creativity.

Despite the increasing interest in the self-concept, the effect of self-concept on creativity in organization and the impact of the person's creative identity on the creativity in the workplace were not considered valuable. (Jaussi, Randel & Dionne, 2007). Farmer, Tierney, Kung-McIntyre (2003) explained that creative identity influences the creativity expectations and self-perception of creative behaviors. Therefore, we can evaluate Creative Cognition, Creative Self-Efficacy and Creative Personality as essential components of Creative Self.

Taken together, these three self-beliefs influence a person's creative identity (CI), general (or trait-like) assessments of creative abilities (CSC), self and task appraisals of the feasibility and appropriateness of creatively engaging with particular situations (CMC), and more specific (or state-like) confidence in creatively performing particular tasks, at particular times, in particular contexts (CSE) (Beghetto

& Karwowski, 2017) The way these constructs interact and relate to each other, however, has been understudied (Karwowski, Kaufman, 2017).

Predictors of Creative

Internal / external motivation (Rayn & Deci; 2000) was used as a variable to reveal creativity. Amabile (1985) examines the relationship between motivation and creativity. Motivation does not affect creativity as a separate force, it interacts with other factors that determine creative performance (Agnoli et al., 2018). The motivational persistence model, which is considered to be an important component of an effort to reach a goal by taking into account another factor that affects motivation, is described by researcher (Constantin, Holman & Maria, 2011). This research, motivational persistence considered as a stronger predictor in understanding creativity.

It is difficult to deny the power of curiosity to motivate human behavior (Hardy, Ness & Mecca, 2017). Despite the importance of curiosity and creativity and the promising link between them, the two structures have rarely been the focus of research simultaneously. (Hagtvedt et al., 2018). Curiosity has long been thought of as an important predictor of the individual's creativity (Hardy, Ness & Mecca, 2017). In order to better understand the relationship between curiosity and creativity (including the relationship between them) contributes to our knowledge not only of basic psychological processes in organizations but also the processes of human development. (Hagtvedt et al., 2018).

This research aimed to understand the relationship between the key components that compose Creative Self (Creative Cognition, Creative Self-Efficacy and Creative Personality) and bring to common effects to the creativity.

Method

Data were collected from 4 different high schools to form the research sample. The research sample consisted of 451 high school students studying at 12th grade [270 females (%60) 181 males (%40)]. It was used to analyze the data from the canonical correlation analysis. The Predictor of Creativity Self (Motivation Persistence and Curiosity-Exploration) formed to 1st data set and Creative Self (Creative Cognition, Creative Self-Efficacy and Creative Personality) formed to 2st data set. The data collection tools of the study were Curiosity and Exploration Scale-II (CES-II) and Motivational Persistence Scale (MPS) for 1st data set; Creative Cognition Scale (CCS), Creative Self-Efficacy Scale (CSES) and Creative Personality Trait Scale (CPCS) for 2st data set.

Results

In this section the findings were used to obtained from the canonical correlation analysis. Firstly, whether the model used in the canonical correlation analysis was significant was evaluated by multivariate significance test (Sherry, Henson; 2005). When the data was evaluated; It is seen that the model to be used in canonical correlation was statistically significant (Wilks' Testi = .041, $F_{(636,483)} = 1.439$, $p < .001$). The results of canonical correlation analysis were evaluated for canonical functions. 1st canonical function (canonical correlation .650) is statistically significant. It is understood that 2st canonical function is not statistically significant from the eigenvalue (.000) and canonical correlation (.018) values. The canonical functions should be interpreted as statistically significant (Tabachnick & Fidell, 2007). In addition, examination of each function reveals each of them to be weak and not interpretable in and of themselves. For example, each function may not contribute much to the total solution, but the cumulative total solution may be statistically significant and perhaps noteworthy. In such cases, interpretation of each function separately would be questionable (Sherry & Henson, 2005). However, since only one canonical function was obtained in the study, canonical coefficients of 1st canonical function can be explained in itself. Another question that should be answered in the canonical correlation analysis is how the variables in the data sets contribute to the relationship between the canonical variables. The standardized coefficients and structural coefficients of the canonical function are used to answer this question (İlhan, et al., 2013). All of the canonical loadings Predictors of Creativity Self and Creative Self data sets are above .45. It was evaluated by adhering to several factors' analysis assessment (Sherry & Henson, 2005). Canonical loadings of data in set 1 (Predictors of Creative) are equal [CEI-II .89 and MPS .89]. Canonical loadings of data in set 2 (Creative Self) are sorted CCS (.92), CSES (.74), CPTS (.49). In addition, relationship of canonical function between set 1 and set 2 is calculated (R_s^2 **32.2**) This value reveals that the shared variance between Predictors of Creativity Self and Creative Self is **%32,2**.

Discussion and Conclusions

Same studies which try to explain the relationships between creativity and motivation and curiosity support the relationship between the data sets of the research.

A similar study supporting research data was conducted by Karwowski (2012). In the research, the CEI-II inventory was used. Creative Self-Efficacy and Creative Identity were also considered as dependent variables. The results of research support one. In Another study also supports the findings of the research. It has revealed the mediator role of creative self-efficacy in creative mind set and creative performance (Royston & Reiter-Palmon, 2017). The research growth mindset and the creative self-concept (creative self-efficacy and creative personal identity) were found songly positively associated (Karwowski, 2014). According to this research findings, it has been found that the Creative Cognition (.92). provides the strongest effect from these structures that constitute the Creative Self and Creative Self-Efficacy (.74) can be said to have stronger effects than Creative Personality (.49). In Addition, Creative Identity, Creative Self-Efficacy was found to be a more effective determinant of creativity (Karwowski, 2016). On the contrary, there are other findings that the Creative Identity is better effective than the Creative Self-Efficacy (Jaussi, Randel & Dionne, 2007). In addition, the impact of the Creative Thinking Sets on Creative-Self-Efficacy and Creative Identity was supported by another research (Hass, Katz-Buonincontro and Reiter-Palmon, 2016). These findings support that variance of research between Creative Self and Predictors of Creativity (32.2%). This research has helped to discover the Creative Self. More research is required to explain the Creative Self. Thus, useful results can be produced for field researchers, educators, working organizations and different fields.