



ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN YARATICILIK DÜZEYLERİ VE MOTİVASYONLARI ARASINDAKİ İLİŞKİYİ İNCELEMAYA YÖNELİK ARAŞTIRMA

*The Study on Investigation of Relationship Between Creativity Levels and Motivations of
the University Students*

Cem AYDEN*

Seda İŞGÜZAR**

ÖZET

Değişimi değerlendirip yönlendirebilecek ve yeni toplum düzenine katkıda bulunma cesaretini gösterecek yenilikçi ve girişimci bireylerde bulunması gereken belki de en önemli özellik yaratıcılıktır. Çünkü sürekli değişimin ve rekabetin egemen olduğu bir dünyada yaşamını sürdürmek zorunda olan günümüz insanının, karşılaştığı sorunlara alternatif çözüm yolları bulabilmesinin, yeni ve farklı düşünceler ortaya koyabilmesinin, yaratıcı düşünce ile mümkün olduğuna inanılmaktadır. Yaratıcılık ve motivasyon arasındaki ilişki önemlidir. Yaratıcı bireylerin nasıl motive olduğunun bilinmesi, onların yaratıcılıklarını arttıracak iyi bir eğitim ya da çalışma ortamı sunabilmek açısından oldukça önemlidir. Bu çalışma ile Fırat Üniversitesi son sınıfında okuyan öğrencilerin, yaratıcılık düzeylerini ölçmek ve yaratıcılığın motivasyon ile olan ilişkisi ortaya konmak istenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcılık, motivasyon, yaratıcı birey, üniversite öğrencisi

SUMMARY

Creativity may be the most important feature of the innovative and entrepreneurial individuals who evaluate and direct the change and have courage to change the new social order. Because, modern man who has to live in a world that dominated by continuous change and competitiveness, try to find alternative solutions to problems faced and to bring and forth new thoughts only be possible by creative thinking. Relationship between creativity and motivation is important. Knowing how to motivate creative people are also important in increasing their creativity by providing them better educational and working environment. In this study, we want to measure the level of creativity of the students who study in final year in Firat University and try to find out the relationship between creativity and motivation.

Key Words: Creativity, motivation, creative individual, university student

Giriş

Sürekli değişim ortamında örgütlerin varlıklarını sürdürebilmeleri rekabetçi ve değişime uyumlu olmalarına ve kendilerine rekabet üstünlüğü kazandıracak farklılıkların peşinden koşmalarına bağlıdır. Bunları gerçekleştirmenin yolu da yenilikten geçmektedir.

Yenilik, girişimci bireylerce yeni bir fikrin ticarileştirilmesi sürecidir ve yaratıcı bir fikir ile başlar. Yeni ve farklı fikirlerin üretilmesi içinse yaratıcı düşünmeye ihtiyaç vardır. Bu bağlamda değişimi değerlendirip yönlendirebilecek ve yeni toplum düzenine katkıda bulunma cesaretini gösterecek yenilikçi ve girişimci bireylerde bulunması gereken belki de en önemli özellik yaratıcılıktır. Çünkü sürekli değişimin ve rekabetin egemen olduğu bir dünyada yaşamını sürdürmek zorunda olan günümüz insanının, karşılaştığı sorunlara alternatif çözüm yolları bulabilmesinin, yeni ve farklı düşünceler ortaya koyabilmesinin, yaratıcı düşünce ile mümkün olduğuna inanılmaktadır (Davaslıgil, 1991). Yani yaratıcılık, günümüzde ihtiyaç duyulan insan gücü profilinde olması istenen ve değeri fark edilen bir olgudur.

Yaratıcılık ve motivasyon arasındaki ilişki önemlidir. Bugün bir örgüt, bünyesindeki yaratıcı bireyler sayesinde, onun gelişip büyümesine imkân verecek yeni fikir, hizmet ve ürünler ortaya

* Yrd.Doç.Dr., Fırat Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, ELAZIĞ cemayden@gmail.com

** Öğretmen, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tek. ve Bilgi Yönetimi ABD Doktora Öğrencisi ELAZIĞ

koyar; rekabet gücünü artırır (Akgündüz, 2013). Bunun için bu bireylerin, bir amaç için üst düzeyde çaba harcamaya istekli olması yani motive olması gerekmektedir. Yaratıcı bireylerin nasıl motive olduğunun bilinmesi, onların yaratıcılıklarını arttıracak iyi bir eğitim ya da çalışma ortamı sunabilmek açısından oldukça önemlidir.

Bu çalışma ile Fırat Üniversitesi son sınıfında okuyan öğrencilerin, yaratıcılık düzeylerini ölçmek ve yaratıcılığın motivasyon ile olan ilişkisi ortaya konmak istenmektedir.

1. Yaratıcılığın Kapsam ve Tanımı

İngilizce’de “creativity” sözcüğü ile ifade edilen yaratıcılık, Latince’de “yapmak, doğurmak, meydana getirmek, üretmek” anlamına gelen “creare” kökünden gelir. Yaratıcılık üzerine sistematik olarak bilimsel araştırma yürütme çabaları, İtalyan Psikiyatrist Cesare Lombroso ve İngiliz Bilim Adamı Francis Galton gibi araştırmacıların bireysel katkılarıyla 19. yüzyılın ortalarında başlamışsa da, bu konuya olan ilgi ve çalışmaların yoğunluğu 1950 ve 1960’larda Kaliforniyalı psikolog J. P. Guilford’un yaratıcılığa dikkat çekmesiyle artmıştır. Guilford’un “*Toplumun evrimine bu denli katkısı olan bu zihinsel yetinin, psikolojinin ihtisas alanı içinde temel bir alan olması gerekir.*” diyerek yaptığı bu çağrı, yankı bulmuş ve takip eden yıllar boyunca yaratıcılığın doğasını anlamaya yönelik iyi tasarlanmış araştırmalar yürütülmeye, çeşitli yöntem ve araçlar geliştirilmeye başlanmıştır. (Andreasen, 2013:30). Ancak, bu konuyla ilgili çalışmaların artması, yaratıcılığın doğası ve tanımı hakkında birçok yaklaşım ve tanımın ortaya çıkmasını sağlamasına rağmen, bizi üstünde herkesçe uzlaşılan, genel geçer bir tarife götürmemiştir. Çünkü yaratıcılık, “tanımlanması güç”, “karmaşık” bir olgudur (Yavuzer, 1989) ve “halen psikolojinin üvey evladıdır.” (May, 2013:61).

Literatüre bakıldığında yaratıcılığın sadece sanatçılara ya da sosyal bilimcilere bahsedilmiş bir yetenek olduğu algısı sıkça görülür (Andreasen, 2013:21). Oysa “niçin, ne, nerede, nasıl, kim, ne zaman vb. sorularının hemen her alanda sorulmaya başlamasıyla” birlikte akla gelen (Üstündağ 2002:1) yaratıcılık, günümüzde teknolojiden siyasete, mühendislikten ekonomiye, edebiyattan yönetim bilimlerine kadar birçok alan için önemli ve gerekli bir yetenektir. Öyle ki bu durumu ünlü yönetim bilimci Taylor’un şu ifadelerinde daha net olarak görmek mümkündür:

“Zamanımızda insanlık bilişsel bir rekabetin içindedir. Bu rekabetin sonuçlarını belirleyecek en önemli bilişsel faktörlerden biri yaratıcılıktır. Yaratıcı davranışlar sadece bilimdeki ilerlemeleri değil, bütün bir toplumu büyük ölçüde etkilemektedir. Kendi insanları arasında yaratıcı potansiyeli olan insanları seçmesini, geliştirmesini ve desteklemesini en iyi bilen milletler, diğerleri arasında çok daha avantajlı duruma sahip olabilirler.” (Taylor, 1964:2).

Kimi araştırmacılar, yaratıcılığı, “kişisel ve doğal bir insan yeteneği” olarak betimlemiş ve “yaratıcı birey ve onun özellikleriyle” alâkadar olmuşlardır. Kimileri “yaratma süreci” üzerinde dururken kimileri de “yaratma süreci sonunda oluşan ürün ve onun değeriyle” ilgilenmişlerdir. (Binbaşıoğlu, 1992:168). Yani yaratıcılık kavramının deneye dayalı ve teorik literatürde belli bir ürüne, özel bir sürece ya da kişisel bir özelliğe denk düştüğü belirtilebilir (Rouquette, 2007:14). Elbette yaratıcılığı ürün, bireysel yetenek ya da süreç açısından değerlendirmeyip “yaratıcılığın ortaya çıktığı durumu atmosfer ve yer açısından ele alarak yaratıcılığın ortaya çıkışını uyaran, kolaylaştıran ya da engelleyen çevresel koşullarla” ilgilenen, asıl önemli noktanın yaratıcılığın ortaya çıkarılması olduğunu düşünen araştırmacılar da vardır (Binbaşıoğlu, 1992:168).

Yaratıcılığı “birey odaklı” ele alan yaklaşımlar, yaratıcılığı bireysel yeteneklerin karmaşık bir bütünü olarak tanımlar (Aktrn. Potur, 2007:47). Buna göre yaratıcılık, kendini göstermek için uygun koşulları bekleyen, her bireyde düzeyleri farklı ve konulara göre de değişiklik gösteren bireylerin taşıdıkları bir özelliktir (Roquette, 1973:15). Yaratıcılık bütün bireylerde bulunur; ancak çeşitli değişkenlere göre derecesi ve boyutu farklılaşır, her insan aynı alanda yaratıcı olamayacağı gibi, aynı oranda da yaratıcı olamaz. Kirişoğlu, bu konuda şu ifadeleri kullanır:

“Yaratıcılık çok boyutlu düşünen bir usun ürünüdür. Tıpkı yetenek gibi, zekâ gibi, yöneldiği alanlar ve yoğunluk bakımından kişiden kişiye değişir. Yaratıcılık, değişik alanlarda ve değişik yoğunlukta, her insanda var olan bir özelliktir. Bu sebeple, kesin bir dille, bazı insanlar yaratıcıdır, bazıları değildir denemez. Her insan az ya da çok yaratıcı davranış sergileyebilir. Kişilerdeki bu yaratıcı davranış farklılıkları, kalıtıma, kültür ortamına, eğitim ve öğretime bağlı olup yaratıcı düşünce ve davranışlardaki yoğunluk bu faktörlere göre değişir.” (Kırıçoğlu, 1991)

Yaratıcılığı “süreç” yönüyle ele alan yaklaşımlar ise, “düşünme, muhakeme etme, analiz - sentez, problem çözme, enformasyon işleme” gibi eylemlere dayanan yaratıcılığın zihinsel ve bilişsel bir süreç olduğu teması üzerinde yoğunlaşmaktadır (Aktrn. Potur, 2007:47). Yaratıcı fikirlerin “bir anda değil” belli aşamalardan geçerek ortaya çıktığı ve yaratıcı süreç anlaşıldığı takdirde birinin yaratıcı yeteneğe sahip olup olmadığını keşfedebileceği düşünülür. Koestler (1964:119) bu bağlamda yaratıcılığın “bir yaratı ya da kavrayış ortaya çıkarmak üzere daha önce aralarında ilişki kurulmamış, ilgisiz düşünce matrislerinin incelikli bir çaba sonunda birleştirilmesini içeren bir süreç” olduğunu söyler. Binbaşoğlu’na göre de (1992) “*yaratıcılık, bir süreçtir*”. Bu sürecin sonunda, genellikle “sözel ya da sözel olmayan, somut ya da soyut, yeni ve değişik bir nesne ya da düşün” ortaya çıktığını söyler. Ayrıca yaratılan yalnızca “düşün” gibi soyut şeyler değildir; bunlarla ilişkili olarak, “araç ve gereç” gibi somut şeyler de yaratılabilir. İnsanlık tarihi bir tür “yaratma” tarihidir (Binbaşoğlu, 1992).

Son zamanlardaysa yaratıcılık tanımlarının “süreç” veya “birey” den çok ortaya çıkarılan “ürün” e odaklanarak yapıldığı görülür. Buna göre yaratıcılık; “İnsanın sosyal, manevi, bilimsel ve teknolojik değeri olduğu kabul edilen yeni fikirleri, görüşleri, buluşları üretme kapasitesidir”. Vernon, yaratma sonucu elde edilen fikir ya da ürünlerin bir değer olması gerektiğini vurgular. Ancak “yaratıcı ürün ortaya koyanların, illa “dahi/ deha” olmaları lazım değildir. Bu insanların yaratıcı olarak değerlendirilmeleri için üretimlerinin; tanınmalarını, takdir görmelerini sağlayabilecek ölçüde bir orijinallik içermesi yeterlidir.” diyerek yaratıcı bir ürünün ne kadar değerli olduğunun ölçümü yapılırken de katı bir tutuma gerek olmadığını altını çizer (Vernon ve diğerleri,1977’den aktaran Yıldırım, 1998). Yaratıcılığı ürün boyutuyla ele alan Stein (1953: 322) de Vernon ile benzer görüşleri paylaşır ve yaratılan ürünün bulunulan zaman dilimi ve kültürel unsurlar çerçevesinde yeni, tatmin edici, yararlı ya da uygun olması gerektiğini savunur.

Farklı boyutlarla ele alınıp açıklanmaya çalışılan yaratıcılık için bu durumda ortak bir tanım bulmak, ne kadar zorsa; bu boyutlar arasında kesin bir ayrımın olduğunu söylemek de o kadar zordur. Yaratıcılığa ister birey, ister süreç, ister ürün, ister çevre odaklı bakılsın her araştırmada bu unsurların birbirleriyle ilgili olduğu görülür. Çünkü yaratıcılık *bireyle* başlar. Daha sonra bu birey yaratıcı bilişsel bir *süreç* boyunca bir sorunu ele alır ya da iyi bir soru sorar veya yeni bir görüş ve kavramsallaştırma yolu arar. Süreç tamamlandıdaysa ortada bir *ürün* vardır (Andreason, 2013:22). Rhodels’in yaratıcılığın kendisinin “*Yaratıcılığın dört P’si*” adını verdiği, “*baskı (press), kişi (person), işlem (process), ürünün (product)*” birbiriyle kaynaşmasından meydana geldiğinden; böylece “*yaratıcılığın, kişinin ürüne adını verdiği yeni kavramlarla ilişkide olması sonucu ortaya çıkmış bir terim*” olduğundan bahseden görüşleri de, tek bir noktaya odaklanarak yaratıcılığın açıklanamayacağını savunur. (Ömeroğlu, 1990: 5). Yani yaratıcılığın “bir kişi, bir süreç veya bir ürün/ hizmette bulunduğuna yönelik fikir birliği yoktur”; ancak “yaratıcı işin hem yeni, hem de değerli olduğuna dair bir uzlaşma vardır” (Petrowski, 2000:305).

Elbette yaratıcılığa sunulan bakış açıları ve tanımlar bu kadarla sınırlı değildir.

Yaratıcılığın değerlendirilmesi için literatüre, psikometrik testlerle sunduğu katkıyla bilinen Torrance (1965) yaratıcılığı, “sorunlara, bilgi eksikliğine, kayıp öğelere, uyumsuzluğa karşı duyarlı olma; güçlüğü tanımlama, buna karşı varsayım geliştirme, tahminlerde bulunma ya da eksikliklere ilişkin denenceler geliştirme, bu denenceleri değiştirme ve yeniden sınama, daha sonra da sonucu başkalarına iletme” olarak tanımlar. Yine Torrance’ın (1974) yaptığı bir tanımda “yaratıcılık, kayıp

bilgi ve elemanlara karşı duyarlı olma; zorlukları tanıma, çözümler arama, kayıp durumlar üzerine hipotezler kurma, bunları deneme, değiştirme yeniden deneme ve sonuçlar elde etme durumu” olarak açıklanır.

Guilford, “yaratıcılığın akıcılık, esneklik ve özgünlük içeren zihinsel bir süreç” olduğunu ve “insanın mevcut bilgilerinin ıraksak parçalarıyla yeni ve yararlı bileşimler oluşturma yeteneğinden” kaynaklandığını söyler. Guilford insan zihninde “buluş, bellek, yakınsak düşünme, ıraksak düşünme ve değerlendirme” olmak üzere beş işleme biçimi bulunduğunu ve yaratıcı düşünmede bunların hepsinin belli oranda içerildiğini; ancak ıraksak ve yakınsak düşüncenin çok önemli olduğunu ifade etmektedir (Aktrn. Torrance, 1965).

Bartlett (1958) , yaratıcılığı açıklarken, " ana yoldan ayrılma, kalıpların dışına çıkma deneyime açık olma ve bir şeyin diğer bir şeye rehberlik etmesine onu yönlendirmesine izin verme" ifadelerini kullanır (Aktrn. Torrance, 1965).

“*Yaratma, olmayan bir şeyi yapma ona varlık kazandırma hareketidir, sorgusuz yaratıcılıktır ve boşlukları doldurma ile ilgilidir. Beethoven, boş bir sayfaya baktıktan sonra, en önemli eseri olan beşinci senfonisini bestelemiştir. Wright kardeşlerin, boş gökyüzünü uçaklarla doldurmaları da yaratmanın sonucudur.*” diyerek yaratıcılığın yoktan var etmeyle ilgili olduğunu söyleyen Anderson (1993: 117) gibi araştırmacıların aksine Rouquette ve Bessis gibi bazılarıysa yaratmak kavramını, “bulmak” kavramının daha geniş bir ifadesi şeklinde düşünmüşlerdir. Onlara göre “yaratıcılık, sadece yoktan var etmek değildir, daha önce yaratılmış olanı bulmaktır. Çünkü “yaratıcılık kişileri yeni fikirlere götürür ve yeni fikirler, çoğu zaman ya eski bir düşüncenin farklı bir şekle sokulmuş hali ya da önceden bilinip sahip olunan düşüncelerin birleşimidir.” Buna göre “yaratıcılık; önceki düşüncelerden yeni sentezler yapma ve önceki düşüncelere yeni kimlikler verme” olarak tanımlanabilir (Bessis, 1973).

Yaratıcılığa ilişkin “bir kişinin aklını ve zekasını özgün ve üretime dönük olarak kullanması” şeklinde yapılan tanımlamaysa, Aslan (2001) gibi yaratıcılığa mantıklı ve bilişsel bir olgu olarak yaklaşan araştırmacıların bakış açısına aittir. Bu yaklaşımda “yaratıcılık; bir düşünme, neden bulma, çağrışım yapma ve problem çözme faaliyeti” olarak görülmektedir (Aslan, 2001: 16).

Iowa Üniversitesi Psikiyatri Profesörü Nancy Andreasen ise, Yaratıcı Beyin (2013) adlı kitabında yaratıcılığı, “yaşama yepyeni bir gözle bakabilme ve bunu kullanarak işe yarayan veya güzel şeyler ortaya çıkarabilme yeteneği” olarak tanımlar.

Landou (1974) “daha önce kurulmamış ilişkiler arasındaki ilişkileri kurabilme, böylece yeni bir düşünce şeması içinde yeni yaşantılar, deneyimler, fikirler ve yeni ürünler ortaya koyabilme yetisi, yaratıcılıktır” (Aktaran Çoban, 1999) der. Isbell ve Raines (2003) de benzer bir tarif yapar ve yaratıcılığın “önceki bilgi birikimi ve deneyimler ışığında yeni fikirler, çözümler ve/veya ürünler üretme becerisi” olduğunu söyler. Mayesky (2006) yaptığı tanımın da bunlardan pek farklı olduğu görülmez. Ona göre yaratıcılık “davranma şekli ya da birey için özgün olan ve diğerleri tarafından değerli kılınan bir şey yapma yeteneğidir.” (Keple ve Nissenber 2000).

Bir başka yaratıcılık tanımıysa Wakefield (1992)’e aittir. Onun bakış açısıyla “yaratıcılık; bireyin kendi düşüncesi ve yetenekleri ile problemin tanımlanmasını ve çözülmesini gerektiren herhangi bir durum için anlamlı cevaplar üretmesidir.”

Heye (2006), daha öz bir tarifile karşımıza çıkar ve “yaratıcılık; yeniliğin ana unsuru olup, genellikle yeni fikirlerin üretilmesi veya eski fikirlerin yeni yollarla kombinasyonudur” der (Heye, 2006: 253). May ise, yaratıcılığı “yeni bir şeye varlık kazandırma süreci” olarak ifade etmiştir. (May, 2007: 63). Amabile tarafından yapılan yaratıcılık tanımı ise en kabul gören tanımlarından biridir ve yaratıcılığın her alanda yeni ve yararlı fikirlerin üretilmesi olduğunu söyler (Amabile, 1996: 1154).

Yaratıcılığın kapsamı ve tanımlarıyla ilgili buraya kadar ele aldığımız konular bize, San’ın da belirttiği gibi “*yaşamın ve insanlık evriminin tüm yönlerinde yer alan yaratıcılığın, öyle pek yalın tanımlamalara sığmayan karmaşık bir süreç olduğunu*” göstermiştir. Kuramlara, disiplinlere,

ekollere göre çeşitlenen yaratıcılık tanımları, bizi genel bir kabule götürmese de, birçok konuda aynı noktada birleştirdiği görülmektedir. Çoğu araştırmacı, yaratıcılığın, farklı düşünme, özgün olma, kalıpların dışına çıkma, sorunlara alışılmadık dışarıda çözüm bulma, bu sayede “yeni ve faydalı” fikir üretme becerisi olduğu konusunda hemfikirdir.

Ayrıca çoğu araştırmacı, “yaratıcılığın ihtiyaç duyan herkesin başvurabileceği, her insanda az veya çok bulunabilecek bir özellik olduğunu ve uygun eğitim ortamları ve koşullarında rahatlıkla geliştirilebileceğini söyleyen” Yavuzer (1989) ile aynı görüşte olduğu da açıktır. Günlük hayatta bütün insanların faydalandığı, birçok bilimsel buluşun, ekonomik yeniliğin kaynağı olan yaratıcılık, bugün “boya fırçasını kullanan kişiye gerekli olduğu kadar, mahkemelerde veya yönetimde görev alan kişiye de gereklidir.” (Macgregor, 1997) Yaratıcılığın üzerinde bu kadar durmamıza neden olan gerekliliği Aslan şu şekilde net olarak ortaya koyar:

“Yaratıcı düşünen, yaratıcılık yeteneklerini keşfederek kullanan bireylerin yaşadığı toplum ve çalıştığı kurumlarda verimliliği, üretkenliği ve performansı arttırmada ne kadar etkili oldukları artık bilinen bir gerçektir. Hiç durmaksızın değişen dünyamızda her alanda ortaya çıkan yeni ihtiyaçlar, karşılaşılan türlü problemler insanı yaratıcılığa zorlayarak yeni çözümler üretmeye, alternatifler geliştirmeye sevk etmektedir. Bu açıdan yaratıcı davranış biçimini benimsemiş insanlara toplumsal yaşantının her alanında büyük bir ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır.” (Aslan, Aktan ve Kamaraj, 1997: 37).

Bunlardan yola çıkılarak çalışmamızın muhtevasına uygun, kısa bir yaratıcılık tanımı yapacak olursak yaratıcılık, zihinde var olan bilgiler arasında herkesten farklı ilişkiler kurarak yeni, orijinal ve faydalı bir fikir/ürün üretebilme, mevcut kalıpların dışına çıkarak problemlere farklı bakış açısı sunabilme becerisidir diyebiliriz.

2. Yaratıcılığın Aşamaları

Yaratıcılık tanımları ve kuramlarda sıkça sözü edilen “yaratıcı süreç”in hangi aşamalardan geçerek oluştuğunu bilmek bireydeki yaratıcılığı açığa çıkarma açısından önem teşkil etmektedir. Wallas, yaratıcı süreç için hazırlık, kuluçka, aydınlanma, doğrulama olmak üzere dört aşamalı bir model sunar (Gülel, 2006). Bu çalışmada ise yaratıcı süreç şu altı aşamada değerlendirilmiştir: (Yılmaz, İraz, 2013)

- **Sorun tanımlama;** sorun, gereksinim ya da gerçekleştirilmek istenen şey saptanır, tanımlanır (San ve Güler, 2004: 27). Rastlantısal düşünceler sık sık yararlı olabilir, ancak yaratıcı düşünce, sorunun açık olarak belirlenmesiyle geliştirilebilir (Yılmaz, İraz 2013).

- **Bilgi toplama;** konuya ilişkin bakış açısı edinme ve konunun detaylarını öğrenme aşamasıdır.

- **Aktif düşünme;** sorun tespit edildikten ve bilgi toplandıktan sonra, sorunun çözümüyle ilgili yeni yöntemler araştırılır. Bu araştırma, birçok yöntemin uygulandığı güç bir zihinsel çalışmayı gerektirir.

- **Kuluçka;** “bir anlamda toplanan bilginin hazmedilmesi ve/veya bilinçaltının aktive edilmesi aşamasıdır”. (Yılmaz, İraz 2013) Bu dönem biz farklı işlerle uğraşırken ya da farklı problemler üzerine düşünürken. Çözümünmesi gereken sorunun zihnimizin derinliklerinde duran ve bilinçli olarak onunla uğraşmadığımız zaman dilimini ifade eder (Rawlinson, 1995:35) .

- **Fikir veya keşif;** yeni veya yaratıcı bir fikrin ya da çözümün bulunduğu aşamadır. Farklı modellerde aydınlanma aşaması olarak ifade edilir. Kişinin aklında bir şimşek çakması şeklinde betimlenir. Sorun çözümünde kullanılacak fikir şuuraltından şuur üstüne aniden belirerek çıkar. “Buldum!” sözcüğü en çok bu aşamada kullanılır (Rawlinson, 1995:35).

• **Değerlendirme ve gerçekleştirme;** yeni veya yaratıcı fikrin uygulanabilirliğinin tartışıldığı ve bu fikrin uygulandığı aşamadır.

3. Yaratıcılığın Temel Boyutları

Araştırmacılar yaratıcı düşünmenin “dört temel boyutu” olduğunu belirtmektedirler (Fisher, 1995; akt. Doğanay, 2002, 178-179).

Bunlar;

• **Akıcılık:** “Zihnimize sakladığımız bilgilerin ihtiyaç anında hızlı ve akıcı bir şekilde kullanılmasıdır.” Bu, bir anlamda, “günlük yaşamda karşılaştığımız çabuk çözüm üretme işidir.” Örneğin, isminizin harflerini kullanarak değişik sözcükler üretiniz gibi bir soru bu boyutu açıklayabilir.

• **Esneklik:** Bir sorunu çözerken, “zihindeki kalıpları yıkıp, özgür düşünebilmeyi ifade etmektedir.” Örneğin “9 noktayı kalemi kaldırmadan 3 düz çizgi kullanarak birleştiriniz” gibi bir soru alışılmadık dışında düşünmeyi gerektirir ve esneklik boyutuna işaret eder.

• **Özgünlük:** “Bir soruna alışılmadık ya da farklı çözümler üretebilmek” olarak açıklanır. “Daha önce birilerinin bulduğu çözümleri kullanmak, o çözümler içinde bulunduğumuz çevrede bilinmese bile, yaratıcı bir çalışma olarak görülemez, önemli olan, yaratıcı olan kişinin kendi çabasıyla özgün bir ürün ortaya koymasısıdır.”

• **Ayrıntılama:** “Verilen basit bir uyarıcıyı eklemeler yaparak geliştirme işidir. Bu, kurallı olabileceği gibi, kuralsız da olabilir. Eklemelerin sonucu olarak ortaya çıkan yeni ürün ya da durum, gerçekte bir anlam ifade etmelidir.” Örneğin, kağıda bir çember çizip bunu olabildiğince farklı formlarda kullanınız diyerek sorulan bir soru ayrıntılamayı ifade eder.

4. Yaratıcılık ve Motivasyon İlişkisi

Y Amaible, (1998: 14-16), yaratıcılığın üç bileşeni olarak alan bilgisi (uzmanlık), yaratıcı düşünce ve içsel motivasyondan bahseder ve bunlardan birinin eksik oluşunun yaratıcılığı engelleyeceğini söyler. Özellikle motivasyon üzerinde durarak yaratıcı düşünceyi ve uzmanlığı harekete geçiren öğenin motivasyon olduğundan bahsederek önemine vurgu yapar.

İnsanı, “bireyin yaratıcı yeteneğini uyararak, ona ilham veren, esin kaynağı olan” her şey motivasyon denebilir. Yaratıcı birey, “başkalarının önemsemediği şeyler üzerinde yoğunlaşarak, yeni şeyler arayıp bulmaya isteklidir ve bu ancak motivasyon ile sağlanabilir”. (Akgemci, Çelik ve Şimşek,2001, s.259). Motivasyon “uzun dönemli ve yaratıcı insanlarda bulunan oldukça özel bir kişilik özelliğidir”. Onlar ellerini attıkları işin ne olduğuna bakmaksızın motive olurlar (Alder, 2004, s.150).

Yaratıcılık doğası gereği “bilişsel süreçlerle” ilgilidir. Bu nedenle “bireyin iç dünyası ve dış dünyaya karşı algısının” yaratıcılığı dışsal motivasyondan daha çok etkilediği düşünülmektedir. Ayrıca yaratıcı bireyin sahip olduğu en önemli özelliklerden biri “meraklı” olmaktır. Meraklı ve bilmeye istekli olmayan kimselerin yaratıcılıklarını açığa çıkarması da beklenemez. Yani yaratıcılıkta güdülenme temelde merak ile yani içsel bir faktör ile ilgilidir.

Yaratıcı kişileri en fazla içsel motivasyon etkiler (Rıza, 1999:61). Literatürde bu görüşü destekleyen birçok çalışma da mevcuttur. Burleson (2005) “bireysel farkındalık ve içsel motivasyonun” yaratıcılık için temel oluşturduğunu ifade ederken, Amabile (2005)’nin aktardığı bir çalışmada negatif ve pozitif duygulanımların yaratıcılık üzerinde etkisi olduğu belirtilir (Amabile, vd., 2005).

Bununla birlikte Alder (2004:153)’e göre, “içsellik skalasında yüksek puan alan insanlar, dışsal faktörlerde yüksek puan alanlara göre tutarlı olarak daha yüksek derecede yaratıcı olarak değerlendirilen işler yaparlar ve genellikle de ‘yaratıcılık gerektirir’ şeklinde tanımlanan meslek

kollarındaki bireyler (sanatçılar, araştırmacı bilim adamları, vb...) içsel motivasyon karakteristikleri üzerinde yüksek puan alma eğilimindedirler.”

Yaratıcılık üzerinde içsel motivasyonun dışsal motivasyondan daha etkili olduğu görülmektedir. Ancak dışsal motivasyonun da yaratıcılığı olumlu yönde etkilediğine dair bulgular mevcuttur. Wong & Ladkin (2008) “örgütlerde içsel motivasyonun, yüksek düzeyde öğrenme ve yaratıcılık ile sonuçlanacağını” ifade etmiş; Eisenberger & Rhoades (2001) yaptığı bir çalışmada “dışsal bir motivasyon aracı olarak verilecek ödüllerin çalışanların yaratıcılığını olumlu olarak etkileyeceğini” ortaya koymuştur. Csikszentmihalyi (1990) de teşviklerin içsel motivasyonu ve yaratıcılığı arttırdığını belirtmiştir.

Hem içsel hem de dışsal motivasyon araçları ile yaratıcılık arasında pozitif bir ilişki olduğu açıktır (Putwain, Kearsley & Symes, 2012). Bunun yanı sıra bireydeki motivasyon eksikliğinin ise, onu yaratıcılıktan alıkoyacağı söylenebilir. Çünkü her işte başarılı olan insanlar kendilerini en iyi motive edebilenlerdir ve motive olmadıkça birey, elinden gelenin en iyisini yapamayacaktır (Helmstetter, 1998, 149-150).

Dayatma ve talimatlar, baskılama gibi bireylerin motivasyonu düşürerek yaratıcı potansiyelini açığa çıkarmalarını engelleyen tutumlardan uzak durmak gerekir. “İster bireysel, isterse takım halinde olsun yaratıcılık çalışmalarında insanlara özel olduklarını hissettirmek, moral vermek, zaman zaman kaytarmalara izin vermek, oyunu teşvik etmek, kuralları gevşetmek, plansız molalar vermek, alan gezileri yapmak, sergi ziyaretlerine katılmak, iç görüşleri paylaşmak için yemekli toplantılar yapmak, çok sayıda hediye ve ödül vermek, öz güven aşılacak; başarıma güdüsünü tetiklemek” ise heyecanı ve yaratıcılıkta motivasyonu artırır. Eğitim ve yönetimde bu bilinçle hareket etmek, yaratıcı öğrenci ve çalışanlara sahip olma yolunda büyük önem taşımaktadır.

5. Yöntem

Araştırma, öğrencilerin motivasyon biçimleri ve yaratıcılık algıları arasındaki ilişkiyi sorgulamaktadır.

Çalışmamız, T.C. Fırat Üniversitesi son sınıf öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Araştırma yapılmadan önce Fırat Üniversitesi Etik Kurulu’ndan ve Fırat Üniversitesi Rektörlüğünden izin alınmıştır.

Son sınıf öğrencilerinin seçilmesinin sebebi, bu öğrencilerin bir sene sonra iş hayatına atılacak olmalarıdır. Öğrencilerin, yaratıcılık düzeyleri ve nasıl motive oldukları konusunda edinilecek bilgi, onların nasıl bir yönetim anlayışıyla yönetilmesi gerektiği ya da üretebilmeleri için hangi şartlara ihtiyaç duydukları konusunda çıkarımlar yapılmasına olanak verecektir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yönteminden yararlanılmıştır. Karagüven (2012) tarafından uyarlanan Akademik Motivasyon Ölçeği, öğrencilerin motive olma biçimleriyle alakalı veri toplamak için, Krikton (1999) tarafından geliştirilen yaratıcılık envanteri ise bireylerin yaratıcılık düzeyleri hakkında veri toplamak için kullanılmıştır.

Anketin ilk bölümünde demografik bilgiler sorgulanmıştır. İkinci bölümünde, Karagüven (2012) tarafından uyarlanan Akademik Motivasyon Ölçeği” ile örneklemin nasıl motive olduğu ölçümlenmiş son bölümde ise, Krikton (1999) tarafından geliştirilen yaratıcılık envanteri ile örneklemin yaratıcılık özellikleri ve düzeyleri belirlenmek istenmiştir. Anketler 5’li likert yöntemi ile hazırlanmıştır.

Motivasyon ölçeğinde öğrencilerin yanıtlarını hiç uyuşmuyor (1), biraz uyuşuyor (2), orta derecede uyuşuyor (3), oldukça uyuşuyor (4), tam olarak uyuşuyor (5) şeklinde vermeleri istenmiştir. Yaratıcılık ölçeğindeyse kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), kararsızım (3), katılıyorum (4), tamamen katılıyorum (5) şeklinde cevaplamaları istenmiştir.

Araştırma sonuçlarının veri girişinde ve elde edilen sonuçların değerlendirilmesinde SPSS 22.0 İstatistik paket programı kullanılmıştır. Anketlerin değerlendirilmesinde cevapların genel dağılımını

yansıtmak amacıyla genel istatistik işlemleri olan aritmetik ortalama, standart sapma ve frekans dağılımlarından yararlanılmıştır. Çok sayıda değişken sayısını azaltmak ve değişken setleri içindeki karşılıklı ilişkileri belirleyebilmek için faktör analizinden yararlanılmıştır. Faktör analizinin asıl amacı, veri setini küçülterek daha kolay açıklanabilir hale getirmektir. SPSS’te faktörlerin ortaya çıkarılmasında Pricipal Components tekniği, faktörlerin rotasyonunda da Varimax (varyansların maksimumu) metodu kullanılmıştır. Hipotezlerin test edilmesi ise regresyon analizi yoluyla gerçekleştirilmiştir. Faktör analizi sonucu elde edilen değerler regresyon analizinde kullanılmak için kaydedilmiş, basit regresyon modeliyle analize tabi tutulmuş ve aralarındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. Regresyon analizi bilinen bulgulardan, bilinmeyen gelecekteki olaylarla ilgili tahminler yapılmasına imkan verir.

Araştırmamızın hipotezi ve analiz yöntemi Tablo 1’de gösterildiği gibi şu şekildedir:

Tablo 1 Hipotez ve Analiz Yöntemi

	Hipotez	Analiz Yöntemi
H ₁	Yaratıcılık ve motivasyon arasında ilişki vardır.	Regresyon

6. Bulguların Değerlendirmesi

Çalışmanın bu bölümünde alan araştırmasının sonuçları bulunmaktadır. Bu alan araştırmasının temel amacı yaratıcılık ve motivasyon arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır.

6.1. Araştırma Ölçeğinin Güvenirliği

Bir ölçümün hatadan bağımsız kalma derecesini ifade eden bir kavram olarak güvenilirlik, bir değişken içindeki sorular arasındaki ortalama ilişkiyi dikkate alarak ölçümün kendi içindeki tutarlılığını ortaya koymaktadır. Ölçeğin tutarlı, dengeli ve tekrarlanabilir olması güvenilirliğinin göstergeleridir (Erdoğan,1998;118). Bu çalışmada, ölçeklerin güvenilirliğinin saptanmasında literatürdeki benzer çalışmalar da göz önünde bulundurularak Cronbach Alpha Katsayısı kullanılmıştır. Cronbach Alpha Katsayısı, ölçekte yer alan n tane sorunun varyansları toplamının genel varyansa oranlanması ile bulunan bir ağırlıklı standart değişim ortalamasıdır (Özdamar, 1999;513).

Akademik motivasyon ve yaratıcılık ölçeğinin güvenilirlik analizi Cronbach Alpha değerinin hesaplanmasıyla test edilmiştir. Motivasyon ölçeğinin güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alpha) değeri 0,884, yaratıcılık ölçeğinin güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alpha) değeri ise 0,830 çıkmıştır. Bulunan Cronbach Alpha değerleri 1’e çok yakın ve kabul edilebilir düzeydedir.

6.2. Demografik Bulgular

Ankete katılan öğrencilerin dağılımlarını yansıtan 1. bölümdeki sorular frekans tabloları halinde düzenlenmiştir.

Tablo 2 Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Kişi Sayısı (N)	Geçerli Yüzde (%)
Kadın	205	58,7
Erkek	144	41,3
Toplam	349	%100

Tablo 2’de görüldüğü gibi çalışmaya 205 kız 144 erkek öğrenci katılmıştır. Ankete katılan öğrencilerden 4 kişi ise cinsiyet sorusunu yanıtlamamıştır. Kız öğrenciler örneklemin %58,7’sini, erkek öğrenciler %41,3’ünü oluşturmaktadır.

Tablo 3 Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Yaş Dağılımı

Süre	Kişi Sayısı (N)	Geçerli Yüzde (%)
20	6	1,7
21	49	14,2
22	95	27,6
23	100	29,1
24	46	13,4
25	18	5,2
26	14	4,1
27	2	,6
28	4	1,2
29	2	,6
30	3	,9
31	1	,3
32	1	,3
35	2	,6
38	1	,3
Toplam	344	%100

Tablo 3’de görüldüğü gibi araştırma örneklemini oluşturan Fırat Üniversitesi 4. sınıf öğrencilerinin yaş dağılımı 20 – 38 yaş aralığında değişmektedir. Yaş grupları birbirine yakın olduğundan bölümlene yapılmamıştır. Örneklemdaki en yoğun yaş grubu %29.1 ile 23, %27.6 ile 22’dir. Çalışmaya yaş değişkenini eklememizin sebebi, yaratıcılığın yaş ilerledikçe toplumsal normlara uyum sağlama, risk almama, kalıp yargılar oluşturma gibi etkilerin de aynı oran da artmasıdır. Yani daha büyük yaş gruplarından beklenen yaratıcılık daha küçük yaş gruplarından beklenen yaratıcılıktan daha azdır.

Tablo 4 Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Bölümlere İsteyerek Gelip Gelmediklerine Göre Dağılımı

İsteyerek Mi Geldi	Kişi Sayısı (N)	Geçerli Yüzde (%)
Evet	268	79,8
Hayır	68	20,2
Toplam	353	%100

Tablo 4’te görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin %79,8’i şu an okudukları bölümlere isteyerek geldiklerini, %20,2’si ise bölümüne istemeyerek geldiğini söylemiştir. Bir işi severek-isteyerek yapmanın motivasyonu arttırdığı bilinmektedir. Bu nedenle örnekleme %79,8’inin akademik motivasyonunun daha fazla olabileceği söylenebilir.

6.3. Faktör Analizi Sonuçları

Öğrencilerin motivasyonlarını ve yaratıcılıklarını belirlemeye yönelik hazırlanan ölçeklerin faktör analizi sonuçları ve tablolara yansıtılmış halleri aşağıda sunulmuştur.

6.3.1. Motivasyon Ölçeği Faktör Çözümlemesi

Motivasyona yönelik faktör çözümlemesi Tablo 5’de belirtilmiştir. Faktör analizi toplam 353 örnekleme uygulanmış olup, KMO ölçütü 0,897, Barlett Testi sonucu 3295,428 ve anlamlılık düzeyi 0,000 çıkmıştır. Eigen değeri 1’in altındaki faktörler değerlendirmeye alınmamıştır. Analiz sonucunda değişime bağlılığa ilişkin temel 5 faktör oluşumu gözlemlenmektedir.

Tablo 5 Motivasyon Ölçeği Faktör Çözümlemesi

	Faktör Ağırlıkları	Açıklanan Varyans (%)	Eigen Değeri
Faktör-1: Belirlenmiş Dışsal Motivasyon		%28,859	8,081
Yeni bir şeyler öğrenirken zevk alıyorum ve tatmin oluyorum.	,546		
Üniversite eğitiminin, seçtiğim alana daha iyi hazırlanmamda yardımcı olacağını düşünüyorum.	,537		
İleride daha itibarlı bir iş sahibi olabilmek için.	,747		
Aslında, istediğim iyi bir iş alanına girebilmemi sağlayacak.	,729		
Şu da bir gerçek ki, okulda başarılı olduğum zaman kendimi önemli hissediyorum.	,504		
İleride “iyi bir hayat” yaşamak istiyorum.	,707		
Meslek edinme açısından daha iyi seçim yapmamı sağlayacak.	,615		
İleride daha iyi ücret alabilmek için.	,500		
İnanıyorum ki, birkaç yıl daha aldığım bu eğitim çalışma hayatı için gereken yeteneklerimi geliştirecek	,546		
Faktör-2: Uyum Yaşamaya Yönelik İçsel Motivasyon		%10,399	2,912
Daha önce hiç görmediğim şeyleri keşfederken zevk aldığım için.	,504		
Bana ait düşünceleri başkalarıyla paylaşırken çok yoğun duygular yaşıyorum.	,506		
İlginç yazılar okumaktan zevk aldığım için.	,728		
Önemli yazarların yazdıklarına tamamen kendimi kaptırdığımda hissettiğim mutluluktan dolayı.	,727		
Zor olan akademik çalışmalarda zorlandığımı hissetmekten zevk aldığım için.	,514		
Birbirinden farklı ve ilginç konuları okurken hissettiğim büyük hazdan dolayı.	,708		
Faktör-3: Motivasyonsuzluk		%8,223	2,302
Dürüst olmak gerekirse, bilmiyorum, aslında okulda boşa zaman harcıyordum gibi geliyor.	,761		
Önceden okula gitmek için iyi nedenlerim vardı; ama şimdi devam edip etmeme konusunda kararsızım.	,754		
Neden okula gittiğimi bilemiyorum, açıkçası pek de umurumda değil.	,730		
Bilmiyorum, zaten okulda ne yaptığımı bir türlü anlayamadım.	,825		
Faktör-4: İçe Yansıyan Dışsal Motivasyon		%4,967	1,391
Üniversiteyi bitirebileceğimi kendi kendime kanıtlamak için.	,701		
Kendi kendime zeki olduğumu göstermek için.	,820		
Üniversitedeki çalışmalarımda mükemmel olmaya çalışmak, bireysel tatmin yaşamamı sağlıyor.	,561		
Kendi kendime, derslerde başarılı olabileceğimi göstermek istiyorum.	,645		
Faktör-5: Başarıya Yönelik İçsel Motivasyon		%3,650	1,022
Derslerimde kendimi aşarken zevk aldığım için.	,695		
İlgimi çeken konular hakkında bilgilerimi artırırken duyduğum mutluluktan dolayı.	,576		
Kişisel hedeflerimden birine ulaşmak için kendimi aşarken yaşadığım mutluluktan dolayı.	,561		
N : 353			
KMO Ölçütü: 0,897			
Barlett Testi: 3295,428			
Toplam Açıklanan Varyans: 56,098			
Anlamlılık Düzeyi: 0,000			

6.3.2. Yaratıcılık Ölçeği Faktör Çözümlemesi

Yaratıcılığı çözümlenmeye yönelik faktör çözümlenmesi Tablo 6’da belirtilmiştir. Faktör analizi toplam 353 örnekleme uygulanmış olup, KMO ölçütü 0,875, Barlett Testi sonucu 3334,421247 ve anlamlılık düzeyi 0,000 çıkmıştır. Eigen değeri 1’in altındaki faktörler değerlendirmeye alınmamıştır. Analiz sonucunda yaratıcılığa ilişkin temel 8 faktör oluşumu gözlemlenmektedir. Bu 8 faktör toplam varyansın %58,354’ünü açıklamaktadır.

Tablo 6 Yaratıcılık Ölçeği Faktör Çözümlemesi

	Faktör Ağırlıkları	Açıklanan Varyans(%)	Eigen Değeri
Faktör-1:Kendine özgünlük ve etkileme gücü		% 26,584	8,773
Aynı zamanda birkaç yeni düşünceyle ve problemle uğraşabilirim	,584		
Tutarlı bir insanım	,614		
Bir fikir ayrılığı olduğu zaman arkadaşlarıma veya üstlerime karşı kendi fikrimi tek başına savunabilirim	,685		
Çevresindekileri motive eden bir insanım	,763		
Okulda arkadaşlarıma kolaylıkla uyum sağlayabilirim	,663		
Kendine özgü fikirleri olan bir insanım	,716		
Faktör-2:Metodik ve sistematik olma		%7,919	2,613
Metodik ve sistematik olan bir insanım	,675		
Ne yapacağı tahmin edilebilen bir insanım	,492		
Yerleşik toplum yargıları ile ilgili konularda tedbirli davranırım	,482		
Okul hayatımın ve üstlerimin tutarlı olmasından hoşlanırım	,403		
Faktör-3:Detaylılık ve yeni bir şey yaratma becerisi		%5,543	1,829
Detaylı çalışma gerektiren işlerden hoşlanırım	,744		
Olani geliştirmekten çok yeni bir şey yaratmayı tercih ederim	,620		
Zahmetli bir işi sonuna kadar kararlılıkla ve düzenli bir şekilde yürütebilirim	,574		
Değişikliklerin adım adım olmasını isterim	,426		
Faktör-4: Yenilikçilik		%4,378	1,445
Eski problemler üzerinde yeni yaklaşımları olan bir insanım	,593		
Yeni fikirleri yayan bir insanım	,596		
Problemler üzerinde ayrı ayrı çalışmayı severim	,538		
Genellikle alışlagelmişin dışında çözümleri deneyerek, bunun getirebileceği riski göze alabilirim	,692		
Bir işin bütün detaylarını öğrenerek uzmanlaşan biriyim	,461		
Faktör-5: Sisteme uyumluluk		%4,056	1,339
Var olan sisteme kolaylıkla uyabilen bir insanım	,651		
Var olan düzeni sarsmayan, arkadaşlarıma yeğlerim	,732		
Belirlenen çalışma biçiminin dışına çıkamam	,485		
Hiçbir zaman kuralları esnetmeye çalışmam	,446		
Faktör-6: Sabırlılık		%3,493	1,153
Sabırlı bir insanım	,539		
Hiçbir zaman gerekli yetkiye sahip olmadan harekete geçmem	,552		
Gerekmedikçe düşüncelerimi ortaya çıkarmam	,677		
Uyumlu bir insanım	,471		
Faktör-7: Kuralcılık		%3,284	1,084
Kendi kontrolüm içindeki konularda, kesin kurallar uygulamam	,710		
Kesin kuralları korumayı severim	,723		
Faktör-8: Alternatif yollar bulma becerisi		%3,098	1,022
Mükemmel bir insanım	,616		
Devam eden bir olayı son anda değiştirmekten hoşlanırım	,712		
Başım sıkışınca hemen bir çıkış yolu bulabilirim	,380		
N: 353			
KMO Ölçütü: 0,875			
Barlett Testi: 3334,421247			
Toplam Açıklanan Varyans: %58,354			
Anlamlılık Düzeyi: 0,000			

6.4. Hipotezin Test Edilmesi

Çalışmanın bu bölümünde motivasyon ve yaratıcılık arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya yönelik basit, doğrusal regresyon alan analizleri kullanılacaktır. Hipotezlerin test edilmesinde elde ettiğimiz faktör skorları regresyon analizi için kaydedilmiş, Regresyon analizinde bağımlı ve bağımsız değişken olarak faktör skorları kullanılmıştır.

6.4.1. Motivasyon ve Yaratıcılık İlişisini Sorgulamaya Yönelik Regresyon Analizleri

Regrasyon analizi sonucu oluşan değerler ve açıklamaları aşağıdaki bölümde sunulmaktadır. Anlamlılık düzeyi 0,05 ve altındaki değerler anlamlı kabul edilmiştir.

1- Yaratıcılık1 bağımlı değişkeni, bağımsız 5 değişkenle analize tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda 1 değişkenle anlamlı ilişkiler olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu değer; Motivasyon1 (beta değeri 0,284),

Analiz sonuçlarına göre Yaratıcılık1 bağımlı Motivasyon1 bağımsız değişkeni ile doğru yönlü istatistiksel olarak anlamlı ilişkiye sahiptir.

Yaratıcılık1, belirlenmiş dışsal motivasyonla pozitif yönde güçlü bir ilişkiye sahiptir.

Tablo 7 Yaratıcılık1 Bağımlı Değişkenine İlişkin Regresyon Analizi

Alan		B	Stand. Hata	Beta	t	Anlamlılık
Motivasyon1	Yaratıcılık1	,279	,061	,284	4,594	,000
Motivasyon2	Yaratıcılık1	-,124	,063	-,122	-1,974	,050
Motivasyon3	Yaratıcılık1	-,030	,063	-,029	-,475	,635
Motivasyon4	Yaratıcılık1	-,100	,063	-,098	-1,589	,113
Motivasyon5	Yaratıcılık1	,087	,065	,083	1,347	,179

*Bağımlı Değişken: (Yaratıcılık1)

2- Yaratıcılık2 bağımlı değişkeni, bağımsız 5 değişkenle analize tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda 2 değişkenle anlamlı ilişkiler olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu değer; Motivasyon1 (beta değeri 0,283), Motivasyon2 (beta değeri 0,289), değişkenleridir.

Analiz sonuçları Tablo 8'de sunulmuştur. Analiz sonuçlarına göre Yaratıcılık2 bağımlı Motivasyon1 ve Motivasyon2 bağımsız değişkenleri ile doğru yönlü istatistiksel olarak anlamlı ilişkiye sahiptir.

Yaratıcılık2, belirlenmiş dışsal motivasyon ve uyarım yaşamaya yönelik içsel motivasyonla pozitif yönde güçlü bir ilişkiye sahiptir.

Tablo 8 Yaratıcılık2 Bağımlı Değişkenine İlişkin Regresyon Analizi

Alan		B	Stand. Hata	Beta	t	Anlamlılık
Motivasyon1	Yaratıcılık2	,268	,057	,283	4,736	,000
Motivasyon2	Yaratıcılık2	,282	,058	,289	4,833	,000
Motivasyon3	Yaratıcılık2	-,052	,058	-,053	-,889	,375
Motivasyon4	Yaratıcılık2	,076	,059	,077	1,294	,197
Motivasyon5	Yaratıcılık2	-,008	,060	-,008	-,126	,900

*Bağımlı Değişken: (Yaratıcılık2)

3- Yaratıcılık3 bağımlı değişkeni, bağımsız 5 değişkenle analize tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda 1 değişkenle anlamlı ilişkiler olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu değer; Motivasyon1 (beta değeri 0,177) değişkenleridir.

Analiz sonuçları 9'da sunulmuştur. Analiz sonuçlarına göre Yaratıcılık3 bağımlı değişkeni Motivasyon1 bağımsız değişkeni ile doğru yönlü istatistiksel olarak anlamlı ilişkiye sahiptir.

Yaratıcılık3, belirlenmiş dışsal motivasyon ile pozitif yönde bir ilişkiye sahiptir.

Tablo 9 Yaratıcılık3 Bağımlı Değişkenine İlişkin Regresyon Analizi

Alan		B	Stand. Hata	Beta	t	Anlamlılık
Motivasyon1	Yaratıcılık3	,166	,058	,177	2,862	,005
Motivasyon2	Yaratıcılık3	,164	,060	,169	2,740	,007
Motivasyon3	Yaratıcılık3	-,165	,060	-,170	-2,752	,006
Motivasyon4	Yaratıcılık3	-,066	,060	-,068	-1,104	,271
Motivasyon5	Yaratıcılık3	,132	,062	,132	2,135	,034

*Bağımlı Değişken: (Yaratıcılık3)

4- Yaratıcılık4 bağımlı değişkeni, bağımsız 5 değişkenle analize tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda herhangi bir değişkenle anlamlı bir ilişki ortaya çıkmamıştır. Analize ilişkin veriler Tablo 10'da sunulmuştur.

Tablo 10. Yaratıcılık4 Bağımlı Değişkenine İlişkin Regresyon Analizi

Alan		B	Stand. Hata	Beta	t	Anlamlılık
Motivasyon1	Yaratıcılık4	,093	,063	,094	1,463	,145
Motivasyon2	Yaratıcılık4	,058	,065	,057	,887	,376
Motivasyon3	Yaratıcılık4	,013	,065	,013	,194	,846
Motivasyon4	Yaratıcılık4	-,127	,066	-,125	-1,932	,055
Motivasyon5	Yaratıcılık4	,017	,068	,016	,252	,801

*Bağımlı Değişken: (Yaratıcılık4)

5- Yaratıcılık5 bağımlı değişkeni, bağımsız 5 değişkenle analize tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda 1 değişkenle anlamlı ilişkiler olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu değer; Motivasyon5 (beta değeri 0,198) değişkenidir.

Analiz sonuçları Tablo 11'de sunulmuştur. Analiz sonuçlarına göre Yaratıcılık5 bağımlı değişkeni Motivasyon5 bağımsız değişkeni ile doğru yönlü istatistiksel olarak anlamlı ilişkiye sahiptir.

Yaratıcılık5, başarıya yönelik içsel motivasyonla pozitif yönde bir ilişkiye sahiptir.

Tablo 11 Yaratıcılık5 Bağımlı Değişkenine İlişkin Regresyon Analizi

Alan		B	Stand. Hata	Beta	t	Anlamlılık
Motivasyon1	Yaratıcılık5	-,005	,061	-,005	-,080	,936
Motivasyon2	Yaratıcılık5	,040	,063	,040	,627	,531
Motivasyon3	Yaratıcılık5	-,008	,063	-,008	-,129	,898
Motivasyon4	Yaratıcılık5	,119	,063	,119	1,874	,062
Motivasyon5	Yaratıcılık5	,202	,065	,198	3,095	,002

*Bağımlı Değişken: (Yaratıcılık5)

6- Yaratıcılık6 bağımlı değişkeni, bağımsız 5 değişkenle analize tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda herhangi bir değişkenle anlamlı bir ilişki ortaya çıkmamıştır. Analize ilişkin veriler Tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12 Yaratıcılık6 Bağımlı Değişkenine İlişkin Regresyon Analizi

Alan		B	Stand. Hata	Beta	t	Anlamlılık
Motivasyon1	Yaratıcılık6	,000	,063	,000	,004	,996
Motivasyon2	Yaratıcılık6	,074	,065	,074	1,133	,258
Motivasyon3	Yaratıcılık6	,001	,065	,002	,023	,982
Motivasyon4	Yaratıcılık6	,030	,065	,030	,458	,648
Motivasyon5	Yaratıcılık6	,025	,067	,025	,375	,708

*Bağımlı Değişken: (Yaratıcılık6)

7- Yaratıcılık7 bağımlı değişkeni, bağımsız 5 değişkenle analize tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda herhangi bir değişkenle anlamlı bir ilişki ortaya çıkmamıştır. Analize ilişkin veriler Tablo 13'de sunulmuştur.

Tablo 13. Yaratıcılık7 Bağımlı Değişkenine İlişkin Regresyon Analizi

Alan		B	Stand. Hata	Beta	t	Anlamlılık
Motivasyon1	Yaratıcılık7	,112	,060	,119	1,848	,066
Motivasyon2	Yaratıcılık7	,057	,062	,059	,912	,363
Motivasyon3	Yaratıcılık7	-,014	,062	-,014	-,225	,822
Motivasyon4	Yaratıcılık7	,101	,063	,104	1,617	,107
Motivasyon5	Yaratıcılık7	,089	,064	,089	1,377	,170

*Bağımlı Değişken: (Yaratıcılık7)

8- Yaratıcılık8 bağımlı değişkeni, bağımsız 5 değişkenle analize tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda herhangi bir değişkenle anlamlı bir ilişki ortaya çıkmamıştır. Analize ilişkin veriler Tablo 14’de sunulmuştur.

Tablo 14 Yaratıcılık8 Bağımlı Değişkenine İlişkin Regresyon Analizi

Alan		B	Stand. Hata	Beta	t	Anlamlılık
Motivasyon1	Yaratıcılık8	-,056	,063	-,058	-,901	,369
Motivasyon2	Yaratıcılık8	-,056	,064	-,056	-,869	,386
Motivasyon3	Yaratıcılık8	,074	,064	,074	1,147	,253
Motivasyon4	Yaratıcılık8	,150	,065	,149	2,315	,021
Motivasyon5	Yaratıcılık8	-,024	,067	-,023	-,363	,717

*Bağımlı Değişken: (Yaratıcılık8)

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma ile Fırat Üniversitesi’nin dört yıllık lisans eğitimi sunan bölümlerinin 4. sınıfında okuyan öğrencilerin yaratıcılık algıları ve motivasyonları arasındaki ilişki incelenmiştir.

Çalışmaya toplam 353 öğrenci katılmıştır. Öğrencilerin 205’i kız 144’ü erkektir. Ankete katılan öğrencilerden 4’ü ise cinsiyet sorusunu yanıtlamamıştır. Kız öğrenciler örneklemin %58,7’sini, erkek öğrenciler %41,3’ünü oluşturmaktadır.

Çalışmaya katılan öğrencilerinin yaş dağılımı 20 – 38 yaş aralığında değişmektedir. Örneklemdaki en yoğun yaş grubu %29.1 ile 23, %27.6 ile 22’dir.

Araştırmada yer alan öğrencilerin buldukları bölümde ne kadar mutlu olduklarına dair verilere öğrencilerin %79,8’inin şu an okudukları bölümlerde severek buldukları, %20,2’sinin de bu bölümde olmak istemediği görülmektedir.

Katılımcıların değişkenlere verdikleri cevapları incelediğimizde, motivasyon ile ilgili olarak öne çıkan ortalamalar: 4,44 ortalamayla “ileride iyi bir hayat yaşamak istiyorum.” seçeneği, 4,17 ortalamayla, “yeni bir şeyler öğrenirken zevk alıyorum ve tatmin oluyorum.” seçeneği ve 4,03 ortalamayla “ileride daha itibarlı bir iş sahibi olabilmek için.” seçeneği olmuştur. Bu değişkenlerden 4. sınıf öğrencilerinin içsel ve dışsal motivasyona sahip oldukları; ancak daha çok dışsal motivasyon araçlarıyla güdülendikleri yorumunu çıkarabiliriz. İçsel motivasyona sahip öğrencilerin, bilmeye yönelik içsel motivasyon ile harekete geçtikleri de görülmektedir. Bu durum öğrencilerin “bilmekten zevk alma, öğrenmeyi sevmek” özelliklerine sahip olduklarını ve yaratıcılıklarının da aynı düzeyde açığa çıkmaya elverişli olduğunu da gösterebilir.

Motivasyonla ilgili en düşük ortalamaları incelediğimizde de “neden okula gittiğimi bilemiyorum, açıkçası pek de umurumda değil.” Seçeneğini 1,82; “önceden okula gitmek için iyi nedenlerim vardı; ama şimdi devam edip etmeme konusunda kararsızım.” seçeneğinin 2,03; “dürüst olmak gerekirse, bilmiyorum, aslında okulda boşa zaman harcıyordum gibi geliyor.” 2,28 ortalamaya sahip olduğu görülür. Bu maddeler motivasyonsuzluğa işaret eder ve öğrencilerin en az bu seçenekleri işaretlemiş olması büyük bir bölümünün motivasyon oranının yüksek olduğunu gösterir. Bu maddeleri seçen öğrencilerin anketimizde yer alan “bölümünüze isteyerek mi geldiniz?” sorusuna “hayır” cevabını vermiş olması da muhtemeldir. Çünkü kişinin mutlu olduğu işi yapması da önemli bir motivasyon kaynağıdır.

Yaratıcılık anketine verilen cevaplar incelendiğinde, “Kendine özgü fikirleri olan bir insanım” maddesinin 4,20; “Uyumlu bir insanım” maddesinin 4,06 ve “Okulda arkadaşlarıma kolaylıkla uyum sağlayabilirim” maddesinin 4,05 ortalamayla öne çıktığı görülür. Grubun büyük bir çoğunluğu “özgün fikirlere sahip olduklarını ifade eden seçeneği işaretlemiştir. Bu durum yaratıcılığın yüksek olması anlamını taşıyabilir; çünkü yaratıcılık temelde herkesten farklı özgün, yeni ve faydalı fikirler üretilmesini sağlayan bir yetenektir. “uyumlu bir insan olmak” “okulda arkadaşlarıma kolaylıkla uyum sağlarım” maddelerinin “özgün fikirlere sahip olma” seçeneğinden sonra en çok işaretlenen madde olması ise düşündürücüdür. Çünkü yaratıcı bireylerde asilik, özerk hareket etme ve toplumsal

normlara kurallara, dayatmalara karşı olma gibi özellikler bulunur. Yani “uyum göstermedikleri için doğabilecek hiçbir belirsizlik huzursuzluk onları korkutmaz. Bu nedenle bu maddeyi işaretleyen kişilerin yaratıcılık düzeyinin yüksek olmadığı gibi bir yorum yapmak yanlış olursa da risk alma konusunda temkinli olan, düzenden ayrılamayan kişiler oldukları bunlarınsa yaratıcılıklarını söndürebileceği söylenebilir. Çünkü “uyum gücü” zihnindeki kalıpların artmasına ve düşünme alışkanlıklarının sıradanlaşmasına sebebiyet verdiği için yaratıcılığa ket vurma özelliğine de sahiptir. Bu maddeyi en çok cevaplanan seçenekle birlikte değerlendirdiğimizde, “yaratıcılık potansiyeli bulunan kişilerin yalnız kalma, dışlanma, uyumsuzluktan doğabilecek huzursuzluklara tahammül edememe, yabancılaşma vb. etkenler korkusuyla var olanı kabul etme ve bunun dışına çıkmama eğilimi gösterdikleri; bu nedenle zamanla yaratıcı becerilerinin törpülenebileceği” yorumunu yapabiliriz.

Yaratıcılık anketinde en az işaretlenen cevaplara bakıldığında; “Belirlenen çalışma biçiminin dışına çıkamam” maddesinin 2,85 ortalamaya; “Hiçbir zaman kuralları esnetmeye çalışmam” maddesinin 3,12; “Devam eden bir olayı son anda değiştirmekten hoşlanırım” maddesinin 3,19 ortalamaya sahip olduğu görülür. En düşük ortalamaya sahip cevaplar arasında “belirlenen çalışma biçiminin dışına çıkmama ve kuralları esnetmeye çalışmama” maddelerinin oluşu bireylerin yaratıcılıkları açısından olumludur. Çünkü yaratıcılık potansiyeli yüksek olan bireyleri alışılmışın dışında yollar denerler, esnekler, kuralların onlar için bir bağlayıcılığı yoktur. Kalıpların dışına çıkmamayı işaret eden bu maddelerin düşük ortalamaya sahip olmasından öğrencilerin yaratıcı potansiyele sahip oldukları yorumu çıkarılabilir.

Araştırmamızın hipotezleri ve sonuçlar şu şekildedir:

H₁: Yaratıcılık ve motivasyon arasında ilişki vardır.

Tablo 15 Hipotez Sonuçları

İleri Sürülen Hipotezler	Kabul Veya Red Durumu
H ₁ : Yaratıcılık ve motivasyon arasında ilişki vardır.	Kabul

Regresyon analizleri sonucunda motivasyon ve yaratıcılık arasında çeşitli boyutlarda ilişki olduğu saptanmıştır. Belirtilen hipotezlerin doğrulandığı boyutlar şu şekildedir;

Yaratıcılık 1’de yer alan ve yaratıcı bireylerde bulunan “çok yönlülük” “özgüven” “ikna kabiliyeti” “özgünlük” özelliklerine işaret eden maddeler ile belirlenmiş dışsal motivasyon arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur. Motivasyon artışının yaratıcılığı arttıracığı açıktır.

Yaratıcılık 2’de yer alan ve beynin sol lobunu ilgilendiren metodik ve sistematik olma ile belirlenmiş dışsal motivasyon ve uyarıma yönelik içsel motivasyon arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur. Daha önceki bölümlerde anlatıldığı gibi yaratıcı bireylerin “imajiner düşünme” becerisi, görselleştirme yetisi yüksektir, ayrıca hayal gücü de fazladır. Yani yaratıcı düşünceye ait olan bu etkinlikler beynin sağ yarım küresini ilgilendiren etkinliklerle yakından ilgilidir. Elbette “gerçek yaratıcılık, sol ve sağ beyinin belli bir uyum içerisinde çalışması sonucunda sonuç verir. (Alder, 2004: 44 Alder, 2000:101). Yaratıcı bireylerin metodik ve sistematik olmaya ihtiyaç duymadığı, karmaşanın onları rahatsız etmediği, birbiriyle ilişkisi olmayan olgular arasında bağlantı kurma becerilerinin yüksek olduğu düşünüldüğünde böyle bir ilişkinin ortaya çıkması garipsenebilir. Ancak yaratıcı fikirlerin sistematik ya da rastlantısal olarak ortaya çıkabileceği, gerçek yaratıcılığın beynin somut ve soyut işlem alanlarının uyumuyla çalışmasında ortaya çıktığı düşünüldüğünde içsel ve dışsal motivasyonun metodik ve sistematik düşünme becerisini arttırmasının yaratıcılığı da arttırabileceği söylenebilir.

Yaratıcılık 3 belirlenmiş dışsal motivasyon yaratıcılığı işaret eden “esneklik”, çalışkanlık, ısrarcılık gibi özelliklere işaret eden maddeler ile dışsal motivasyon arasında pozitif bir yönde ilişki bulunmuştur.

Yaratıcılık 5 başarıya yönelik içsel motivasyon ile “çevreye uyum gücü” arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur. Bir şeyleri başarmaktan haz duyduğu için harekete geçen bireylerin çevresine ve arkadaşlarına uyumunun yüksek olması arasındaki ilişkinin pozitif olması yaratıcılık açısından düşündürücü bir konudur. Çünkü yaratıcı bireyleri en çok içsel motivasyon harekete geçirir. Bir şeyi başarmaktan duyduğu hazdan dolayı harekete geçen bireylerin, toplumsal normlar, engellemeler, kurallar, yönetmelikler, dışlanma korkusu vb. endişeleri taşımadığı bilinmektedir. Oysa uyum bunlarla çelişen bir durumdur.

Analizlerden yola çıkarak özetle şunları söylemek mümkündür. Motivasyon ve yaratıcılık arasında bir ilişkinin olduğu açıktır. Eğitimde, iş ortamında içsel ve dışsal motivasyon araçlarıyla desteklenmesi, bireylerin yaratıcı potansiyellerini açığa çıkararak, buldukları sistem içerisinde üretken olmalarına imkân verecektir ve günümüz dünyasında en çok ihtiyaç duyulan insan kaynağı budur.

“Varlığını yaratarak ifade eden bireylerin” yetişmesine ve gelişmesine olanak sağlamak bütün insanlığın muhtaç ve sorumlu olduğu bir durumdur. Çünkü ancak bu yolla kişiler rekabetin çetin olduğu küresel dünya düzeninde varlıklarını sağlıklı şekilde yürütebilirler. Bu nedenle anne-babalardan öğretmenlere, yöneticilerden akademisyenlere kadar “iş insan yetiştirmek ve yönetmek olan” herkesin bütün etkinliklerini bu minvalde düzenlemesi gereklidir. Bu çalışma bağlamında sunabileceğimiz önerileri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Bireylerin çok yönlü olarak yetiştirilmesine özen gösterilmelidir. Çünkü farklı disiplinlerin birlikteliği yaratıcılığı geliştirmektedir.

- Bireylerin hobi edinmesine imkân tanınmalıdır. Eğitim-iş ortamlarında oluşturulacak hobi alanları motivasyonu dolayısıyla yaratıcılığı da arttıracaktır.

- Öğrencilerin eğitim ortamlarında, çalışanların iş ortamlarında bilgilerini açığa çıkarmalarını sağlayacak sınıf ve insan kaynakları yönetimi uygulanmalıdır. Çünkü yaratıcı bireyler baskılanmaktan, itaatkâr olmaya zorlanmaktan hoşlanmazlar. Özgür oldukları, esnek davranıldığı zaman bireylerin baskı altında olduğu zamandan daha yaratıcı olduklarını ortaya koyan çalışmalar mevcuttur.

- Yaratıcı bireylerin zıtlıkları bir arada yaşayan bireyler olduğu unutulmadan onları “tutarsız” olarak değerlendirmeden önce “acaba yaratıcı mı?” diye sorgulamak gerekmektedir ki yaratıcılık “doğaldır, yani herkeste az ya da çok bulunur.” Kişilere düşen bunu desteklemek ve geliştirmektir.

- Esnek çalışma saatleri, esnek tutumlar, katılımcı yönetim anlayışı yaratıcı bireylerin özgür hissetmesine dolayısıyla bu potansiyellerin ortaya koymalarına olanak verecektir.

- İçsel motivasyonu arttıracak uygulamalar çalışanların alternatif çözüm yolları üretmelerine, işlerine odaklanmalarına yaratıcı bir çalışma ortaya koymalarına imkân sağlayacaktır. Kişileri talep ettikleri, rutinden uzak kompleks işlerde çalıştırmak, öğrencilerin ilgi ve yetenekleri doğrultusunda kompleks problemler çözmeye yönlendirmek başarılı olabileceğini düşündüğümüz uygulamalardır.

KAYNAKLAR

Akgündüz, Y., “Çalışanların Yaratıcılığına Motivasyon Araçlarının Etkisi: Kuşadası’ndaki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma”, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 9, Sayı 20, 2013.

Alder, H., *Yaratıcı Zeka*, (Çev. M. Zaman, C. Avşar), Hayat Yayıncılık, İstanbul, 2004

Amabile, T.M., Barsade, S.G., Mueller, J.S., Staw, B.M., “Affect and Creativity at Work”, *Administrative Science Quarterly*, 2005, Vol:50, No.3, 367-403.

Amabile, T.M., Conti, R., Coon H., Lazenby J., and Herron M., “Assessing The Work Environment for Creativity”, *Academy of Management Journal*, cilt 39, sayı 5, 1996, s1154-1184

Amabile, Teresa M. “How to Kill Creativity”, *Harvard Business Review*, 1988, 76, 5.

- Amabile, Teresa M., "A Model of Creativity and Innovation in Organizations", Research in Organizational Behavior, Greenwich, cilt 10, 1988, 123-167
- Anderson, J.V., "Mind Mapping: A Tool for Creative Thinking", Business Horizons, January-February, s41-46 1993
- Andreasen, N. C., *Yaratıcı Beyin*, 5. Baskı, Arkadaş Yayınevi, Ankara, 2013.
- Aslan, A. E., Aktan, E., Kamaraj, I., "Okul Öncesi Eğitiminin Yaratıcılık Yeteneği ve Yaratıcı Problem Çözme Becerisi Üzerine Etkisi", M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, sayı 9, s37-48, 1997.
- Aslan, A. E., "Kavram Boyutunda Yaratıcılık", *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, Ankara, 2001, s16
- Besis, P. ve Jaqui, H., *Yaratıcılık nedir?* (çev. Süheyl Gürbaşkan), Reklam Yayınları, İstanbul, 1973
- Binbaşıoğlu, C., 1992, *Eğitim Psikolojisi*, Kadioğlu Matbaası, Ankara.
- Burleson, W., "Developing creativity, motivation, and self-actualization with learning systems", Int. J. Human-Computer Studies, 2005, 63, 436-451.
- Csikszentmihalyi, M., *Flow: the psychology of optimal experience*. NY: Harper Perennial, 1990.
- Çoban, S., *Yöneticilerin Yaratıcılık Düzeyleri İle Liderlik Tarzları Arasındaki İlişki*, (İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 1999
- Davashlıgil, Ü., "Üstün Olma Niteliğini Kazanma", *Eğitim ve Bilim Dergisi*, cilt 15 Sayı:82, Ankara, 1991.
- Eisenberger, R., & Rhoades, L., "Incremental effects of reward on creativity. *Journal of Personality and Social Psychology*", 81(4), 728-741, 2001.
- Erdoğan, İ., *Araştırma Dizaynı ve İstatistik Yöntemleri*, Emel Matbaası, Ankara, 1998
- Fisher, R. *Teaching Children to Think*, London, 1995
- Günel, G., *Sınıf Öğretmeni Adaylarının Yaratıcılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi (Pamukkale Üniversitesi Örneği)*, (Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi), 2006, s16.
- Helmstetter, S., *İçe Dönük Konuşmanın Gücü*, Sistem Yayıncılık, 1998.
- Heye, D., "Creativity and Innovation", Business Information Review, cilt 23, sayı 4, 2006, s.253
- Isbell, R.T, Raines, S.C, *Creativity and the Arts with Young Children*, Thomson/ Delmar Learning, Canada, 2003
- Karagüven, M. H., "Akademik Motivasyon Ölçeğinin Türkçeye Adaptasyonu", Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri, Educational Sciences: Theory & Practice, Güz/Autumn 2012, s2599-2620.
- Kemple, K.M. and Nissenberg, S.A., "Nurturing creativity in early childhood education: Families are part of it.", *Early Childhood Education Journal*, 2006, cilt 28, sayı 1, s67-71.
- Kirişoğlu, O., *Sanatta Eğitim (Görmek, Anlamak, Yaratmak)*, Eğitim Kitabevi, Ankara, 1991.
- Kriton M.J Manual: Kirton adaptation- inventory. 3rd. ed Hatfield, UK: 1999
- MacGregor, C., *Yaratıcı bir çocuk yetiştirme : genç beyinler için cazip etkinlikler ve oyunlar*, 2. Baskı, Papiürs Yayınevi, İstanbul, 1997
- May, R., *Yaratma Cesareti*, İlk Basım, Metis Yayıncılık, İstanbul, 2013.
- Ömeroğlu, E., *Ana Okuluna Giden Beş Altı Yaşındaki Çocukların Sözel Yaratıcılıklarının Gelişmesine Dramanın Etkisi*, (Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi), 1990.
- Özdamar, K., *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi*, Eskişehir, 2. Baskı, Kaan Kitabevi, 1999.
- Petrowski, M J, *Creativity Research: Implications For Teaching, Learning And Thinking*, Reference Services Review(RSR), cilt 28, sayı 4, 2000, s304-312.

- Potur, A. A., Mimarlık Eğitimi Başlangıcında Bireyin İlgi - Yetenek - Yaratıcılık Düzeyi İle Tasarım Performansı Arasındaki İlişkiler, (Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi), 2007, s47
- Putwain, D.W., Kearsley, R., & Symes, W., *Do creativity self-beliefs predict literacy achievement and motivation? Learning and Individual Differences*, 22, 370–374, 2012.
- Rawlinson, G., *Yaratıcı Düşünce ve Beyin Fırtınası*, Rota Yayıncılık, İstanbul, 1995.
- RIZA, E. T., *Yaratıcılığı Geliştirme Teknikleri*, İzmir, 1999.
- Rouquette, M. L., *Yaratıcılık*, İlk Basım, Dost Yayınevi, Ankara, 2007
- San, İ., Güteryüz H., *Yaratıcı Eğitim ve Çoklu Zeka Uygulamaları*, Alkım Yay., Ankara, 2004.
- Şimşek, Ş., Akgemici, T., Çelik, A., *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara: 1998, s.97
- Taylor C.W., *Creativity Progress and Potential*, New York, 1964.
- Torrance, E. P., *Revarding Creative Behavior: Experiments In Classroom Creativity*. Englewood Cliffs, NJ: PrenticeHall, 1965
- Üstündağ, T., *Yaratıcılığa Yolculuk*, PegemA Yayıncılık, Ankara, 2002.
- Wakefield, J. F., *Creative Thinking–Problem Solving Skill And The Arts Orientation*, Ablex Publishing Corporation Norwood, New Jersey, 1992
- Wong, S. C. & Ladkin, A., “*Exploring the relationship between employee creativity and job-related motivators in the Hong Kong hotel industry. International Journal of Hospitality Management*”, 27, 426–437, 2008.
- Yavuzer, H., *Yaratıcılık*, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 1989.
- Yıldırım, R., *Yaratıcılık ve Yenilik*, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1998.
- Yılmaz, A., İraz, R., “*Örgütsel Yaratıcılık Kültürü Bağlamında Çalışanların Yaratıcılık Yönetimine İlişkin Tutumlarının Değerlendirilmesi: Konya İli Devlet Ve Katılım Bankaları Örneği*”, *International Journal of Social Science*, cilt 6, sayı 5, 2013, s829-855.