

Metaphors of Psychology Students' Concept of Creativity

Psikoloji Bölümü Öğrencilerinin Yaratıcılık Kavramına İlişkin Metaforik Algıları

Fatime Yavuz Açıl¹ & Esra Kanlı²

Abstract

One cannot always express his/her opinion about creativity as they are, instead sometimes prefers to reflect them by using metaphors. The purpose of this research was to identify and analyze mental images that students of psychology had about the concept of creativity by using metaphors. The participants of this research were 226 students studying psychology at Medipol University and Istanbul Sehir University. The data of research was derived from responses of students to formulaic sentences "Creativity is like ... because ...". As a result of the research, it was found that 201 students whose responses were treated as valid, produced 127 different metaphors about creativity. These metaphors were categorized under 10 distinct conceptual categories according to their common characteristics. As a conclusion, it was found that students of psychology associated creativity mostly with originality, arts, and infinity/limitlessness.

Keywords: creativity, perception, metaphor, mental image, conceptual category

Öz

Yaratıcılıkla ilgili fikirlerimizi her zaman olduğu gibi dile getiremeyiz, kimi durumlarda onları metaforlar yoluyla aktarmayı tercih ederiz. Bu araştırmanın amacı, psikoloji bölümü öğrencilerinin yaratıcılık kavramına ilişkin sahip oldukları zihinsel imgeleri metaforlar yoluyla tespit etmek ve incelemektir. Araştırma 2016-2017 eğitim-öğretim yılında Medipol Üniversitesi ve İstanbul Şehir Üniversitesi psikoloji bölümünde öğrenim görmekte olan 226 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma verileri katılımcıların "Yaratıcılık gibidir, çünkü" cümlesine verdikleri cevaplardan elde edilmiştir. Araştırmada geçerli sayılan bulgular sonucunda 201 öğrencinin yaratıcılıkla ilgili birbirinden farklı 127 metafor ürettikleri görülmüştür. Bu metaforlar, ortak özellikleri bakımından 10 farklı kavramsal kategori altında toplanmıştır. Araştırma sonucunda, psikoloji öğrencilerinin yaratıcılığı daha çok özgünlük, sanat ve sonsuzluk/sınırsızlık ile ilişkilendirdikleri görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: yaratıcılık, algı, metafor, zihinsel imge, kavramsal kategori

Summary

Purpose and Significance: Ever since Aristotle mentioned that "the greatest thing by far is to be master of metaphor" various researchers have searched and written about the nature, functions and usage of metaphors. Metaphors are not only a form of speech, they are considered to be a form of thought. Thus, it becomes more crucial to analyze the metaphors of creativity that people have. Creativity is a highly complex and abstract construct and in the ontological basis of creativity as schemata in human mind, it can be considered as deeply implicit. These schemas affect people' attitudes towards creativity practices, creativity education and above all the study of creativity as a scientific construct. Hence, this study aims to reveal

²Correspondence Author, Ass. Prof., HAY Faculty of Education, Department of Special Education, Istanbul; esrakanli@gmail.com

¹M.A. Candidate, Bahçeşehir University, Istanbul, Turkey

the metaphors of creativity that psychology students have.

Method: The study indigenized phenomenological qualitative research methodology and applied metaphor analysis as a technique. The data was derived from the structured forms which included the sentence “Creativity is, because” . Two different universities psychology bachelor students constituted the study group. 226 students were participated in the study; there were 194 girls (%85.9), 32 boys (%14.1). The derived data was analyzed via metaphor and content analysis in four steps. These steps were listing, classification, categorization and ensuring reliability and validity. In the classification process of metaphors, metaphors that include explanations of usage were taken into consideration instead of just metaphors themselves.

Results: The metaphor analysis process ended up with ten conceptual categories about metaphors of creativity namely, uncertainty, profitability, something attracts attention, discovery, originality, freedom, art, infinity/limitlessness, goddess creation, invention/production of a new thing. There were 127 metaphors produced by the students, and 92 of them were produced by single participants. Most repetitive metaphors were rainbow (n=7, %3.5), drawing (n=6, %3), art (n=6, %3), Allah (n=5, %2.5) and painting (n=5, %2.5). In conceptual categories, originality was the most popular one (&26.4), followed by art (%22.4) and infinity (%12.9).

Discussions and Conclusions: Metaphors encourages us to think and act in new ways. They deepen and enlarge our insight and open up new possibilities (Morgan, 1998). Pekdoğan and Kanak (2015) investigated the creativity conceptions of prospective teachers, through metaphor analysis and they classified their data under animal, human, object, action, abstract and concrete conceptual categories. This type of categorization provides limited insights to analyze the nature of creativity, as they are not elaborated. The results of the study revealed that, psychology students associate creativity mostly with originality, art and infinity. The first conceptual category is in line with creativity definitions, which mentions the importance of original thinking in creative process. However, the second most popular conceptual category namely art, reflects the traces of misbeliefs about creativity. That is, creativity is mostly associated with arts by lay people however the study group was consisted from psychology bachelors, which we expect them to be more aware of the nature of creativity. For example, none of the participants associated creativity with science or produce a metaphor that emphasis scientific creativity. Thus, it is considered to be an important component of metaphor analysis to elaborate the conceptual categories. Moreover, Allah (God) was the fourth most common metaphor produced by the students. Turkish culture, similar to other conservative cultures, holds misconceptions and misbeliefs about creativity. Students who believe that creativity is associated with Goddess phenomena also think that creativity is associated with Creation. This kind of beliefs and thoughts limits the study of creativity to prosper and spread. These results show that, courses about creativity should be integrated into the degree programs in order to increase students’ awareness about the creativity con-

cept and studies.

Giriş

Yaratıcılık kavramı günümüzde yaşamın her alanında ve tüm meslek dallarında önemli bir yer edinmiştir. Yaratıcılık çok farklı yönlerden bakılabilecek karmaşık bir kavram olduğundan değişik tanımlara sahiptir. Yaratıcılığın tek bir tanımını benimsemek ya da kabul etmek oldukça güçtür. Yaratıcılık her disiplinde ne, niçin, nerede, nasıl, kim, ne zaman gibi soruların sorulmasıyla farklı anlamları çıkan ve bu yönüyle çok fazla anlama sahip olan geniş bir kavramdır (Can Yaşar, 2009).

Alanyazında yaratıcılık kavramının, araştırmacının bakış açısına göre farklılaşan tanımları olduğu görülmektedir. Yaratıcılık ile ilgili çalışmaların en önemli isimlerinden biri olan Torrance (1968), yaratıcılığı bir eylem olarak tanımlarken, Guilford (1986) ise yaratıcılığı; yaratıcı düşünce, alışılmamış düşünce, akıcılık, esneklik ve özgünlük olarak tanımlamıştır. San'ın (1985) yaratıcılık tanımında, bilinenlerden yeni bir şeyler ortaya çıkarma, yeni, özgün bir senteze varma, birtakım sorunlara yeni çözüm yolları bulma, daha önceden kurulamamış ilişkiler kurma, yeni bir düşünme şeması içinde yeni yaşantı, deneyim, fikir ve ürünler ortaya koyma gibi bileşenler bulunmaktadır.

Yukarıda bahsi geçen açıklamaların yanı sıra, yaratıcılık kavramının insanlarda birçok farklı zihinsel imgeler yani metaforlar oluşturduğunu söylemek mümkündür (Pekdoğan ve Kanak, 2015). Kavramları algılamak çoğu zaman başka bir kavramla olan ortak yönleri akıllara getirilir. Bir kavramın yeni öğrenilen başka bir özelliği, çoğu zaman çok iyi bilinen başka durumların özellikleriyle eşleştirilir ya da zihinlerde benzetmeler oluşturulur. Bu sebeple metaforlar, anlaşılması zor kavramların benzetme yoluyla bilinen kavramlarla anlatılması olarak formal ve informal öğrenmelerde karşımıza çıkmaktadır (Geçit ve Gencer 2011). Kavram olarak metafor, bir bireyin yüksek düzeyde soyut, karmaşık veya kuramsal bir olguyu anlamada ve açıklamada işe koşabileceği güçlü bir zihinsel araç olarak değerlendirilebilir (Saban, Koçbeker ve Saban, 2006). Morgan (1998), metaforların söylemi süslemekten çok daha önemli olduğunu ifade eder. Metaforlar sadece dilsel süslemeler değil, aynı zamanda düşünce yapısının bir ifadesidir. Anlaşılması zor olan soyut kavramların somut hale getirilmesinde oldukça kullanışlıdır. Metafor kullanımı, genel olarak dünyayı kavrayışımıza yardımcı olan bir düşünme ve görme biçimi anlamına gelir. Çeşitli alanlarda yapılan araştırmalar göstermiştir ki metafor, düşünme biçimi, dil ve bilim üzerinde olduğu kadar, insanın kendini ifade etmesinde de biçimlendirici bir etki yaratır. Metafor kullanımı, bireylerin bilinmeyeni bilinenle ilişkilendirerek, kavramlar arasında yeni bağlantılar kurmaya çalışmasıyla bireylerde yaratıcılığı geliştirmektedir (Aydoğdu, 2008).

Metaforlar, insanların bilişsel süreçlerine yardımcı oldukları kadar, gerçekliği algılayışları üzerinden nasıl davrandıklarını da belirleyebilir. Lakoff ve Johnson'ın (1980) da belirttiği gibi, yaşamın tüm yönlerinde gerçekliğimizi metaforlarla tanımlarız ve yaptığımız bu tanımlar üzerinden hareket ederiz. İnsanların deneyimlerini aktarırken metaforik bir dil kullanması;

dolaylılık, kişisel ve sosyal tarafsızlık kazanmasına yardımcı olur (Hegstrom & McCarl-Nielsen, 2002). Bu nedenle metafor analizi, kişilerin zihinsel yapıları hakkında daha kapsamlı bir resim oluşturma fırsatı sunar (Srivastva & Barrett, 1988).

Siyasiler, ekonomistler, mühendisler, psikologlar, eğitimciler ve daha birçok meslek grubu yaratıcılığın öneminden bahsetmektedir. Fakat önemi üzerinde bu kadar durulmasına rağmen Sternberg (2003), yaratıcılığın psikolojide hala az çalışılan konular arasında olduğunu ifade etmektedir. Psikoloji ders kitaplarında da benzer bir durum vardır. Öyle ki zeka ile ilgili en az bir bölüm bulunurken, yaratıcılık sadece kısmen değinilen bir konu olmanın ötesine geçememiştir (Sternberg & Lubart, 2009). Plucker, Beghetto ve Dow (2004) yaratıcılıkla ilgili iki büyük dergide ve alandaki diğer önemli hakemli dergilerde, başlığında yaratıcılık kelimesi geçen 90 makaleyi analiz etmişlerdir. Analiz edilen makalelerden sadece %38'i yaratıcılığın açık bir tanımını içermektedir. Yaratıcılıkla doğrudan ilgili olmayan dergilerdeki temsil oranı ise (%33) daha düşüktür (Plucker et al., 2004).

Bu çalışma, psikoloji ile yakından ilgili olan bu kavramın, psikoloji öğrencilerinin zihninde ne gibi çağrışımlar yaptığını metafor analiziyle ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu hedef doğrultusunda araştırmanın temel amacı, psikoloji bölümü öğrencilerinin yaratıcılık kavramına ilişkin sahip oldukları zihinsel imgeleri metaforlar yoluyla tespit etmektir. Bu amaç çerçevesinde aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

- 1) Psikoloji bölümü öğrencilerinin yaratıcılık kavramına ilişkin sahip oldukları metaforlar nelerdir?
- 2) Psikoloji bölümü öğrencilerinin yaratıcılık kavramına ilişkin sahip oldukları metaforlar ortak özellikleri bakımından hangi kavramsal kategoriler altında toplanabilir?

Yöntem

Araştırmada, verilerin toplanması, analizi ve yorumlanmasında nitel araştırma desenlerinden "olgubilim deseni" kullanılmıştır. Nitel araştırmalarda, temel amaç sayılar yolu ile genellenebilir sonuçlara ulaşmak değil; araştırılan konu ile ilgili derinlemesine betimsel ve gerçekçi bir resim sunmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Olgubilim (fenomenoloji/phenomenology) deseni farkında olduğumuz, ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olmadığımız olgulara odaklanmaktadır. Olgular yaşadığımız dünyada olaylar, deneyimler, algılar, yönelimler, kavramlar ve durumlar gibi çeşitli biçimlerde karşımıza çıkabilmektedir. Bize tümüyle yabancı olmayan, aynı zamanda da tam anlamını kavrayamadığımız olguları araştırmayı amaçlayan çalışmalar için olgubilim (fenomenoloji) uygun bir araştırma zeminini oluşturur (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

Bu araştırmada teknik olarak da metafor analizi kullanılmıştır. Metafor analizi, bilimsel çalışmalara çok yönlü bakış açısı sağlamaktadır. Metafor analizine yönelik yapılan çalışmalar hem bilginin açığa çıkarılmasını, hem de ifade gücünü geliştirmesinden dolayı psikoloji ala-

nında yapılan çalışmalarda güvenilir ölçüm standartlarını da geliştirmektedir (Moser, 2000; Ottati, Rhoads & Graesser, 1999).

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, 2016-2017 eğitim-öğretim yılında Medipol ve İstanbul Şehir üniversitelerinin psikoloji bölümünde öğrenim görmekte olan 226 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin 194'ü kız (%85.9), 32'si erkektir (%14.1). Öğrencilerin 105'i 1. sınıf (%46.5), 57'si 2. sınıf (%25.2), 59'si 3. sınıf (%26.1) ve 5'i 4. sınıf (%2.2) öğrencisidir

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik Özellikleri Açısından Dağılımları

| Sınıf | Kız f/ (%) | Erkek f/ (%) | Yaratıcılık dersi alanlar f/ (%) |
|----------|-------------|--------------|----------------------------------|
| 1. Sınıf | 88 (%39.0) | 17 (%7.5) | 7 (%3.1) |
| 2. Sınıf | 48 (%21.2) | 9 (%4.0) | - |
| 3. Sınıf | 54 (%23.9) | 5 (%2.2) | - |
| 4. Sınıf | 4 (%1.8) | 1 (%0.4) | 3 (%1.3) |
| Toplam | 194 (%85.9) | 32 (%14.1) | 10 (%4.4) |

Verilerin Toplanması

Araştırma verilerini toplamak için nitel araştırma yöntemlerinden metafor analizi kullanılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilere, araştırma konusu ve gerekçesi hakkında bilgi verildikten sonra üzerinde "Yaratıcılık gibidir, çünkü " cümlesini içeren yarı yapılandırılmış formlar dağıtılmıştır. Araştırmada, metafor konusu ile metafor kaynağı arasındaki ilişki "gibi" kavramıyla belirlenmeye çalışılmıştır. "Çünkü" kavramı ile de ilişkinin nedeni mantıklı bir şekilde açıklanmaya çalışılmıştır. Öğrencilerden yaratıcılık kavramına ilişkin metaforik algılarını yansıtan tek bir metafor üzerinde yoğunlaşarak cümleyi tamamlamaları istenmiştir. Ayrıca araştırmada kişisel bilgi formu kullanılarak katılımcıların cinsiyet, sınıf düzeyleri ve yaratıcılık ile ilgili bir ders alıp almadıkları gibi gerekli bilgiler toplanmıştır. Öğrencilerin doldurdukları formlar araştırmanın veri kaynağını oluşturmuştur.

Verilerin Analizi

Araştırmaya katılan 226 öğrencinin oluşturduğu metaforlar detaylı bir şekilde incelenmiştir. Bunlardan anlamlı metafor kurabilen ve kurduğu metaforun nedenlerini mantıklı bir şekilde açıklayan 201 öğrencinin ürettiği metaforlar, metafor analizi ve içerik analizi yöntemlerinden yararlanılarak dört aşamada analiz edilmiştir. Bu aşamalar: 1) Listeleme aşaması, 2) Tasnif etme aşaması, 3) Kategori geliştirme, 4) Geçerliliği ve güvenilirliği sağlama aşaması'dır.

1) Listeleme Aşaması: Bu aşamada öğrencilerin oluşturduğu metaforlar alfabetik sıraya göre geçici olarak sıralanmıştır. Daha sonra herhangi bir metaforun kullanılmadığı, nedeni açıklanmayan, anlamsız veya muğlak bağlantıların kurulduğu belirlenen 25 form ayrılmıştır.

2) Tasnif Etme Aşaması: Bu aşamada listelenen metaforların her biri metaforun konusu, metaforun kaynağı ve metaforun konusu ile metaforun kaynağı arasındaki ilişki bakımından

incelenmiştir. Bu aşamada da geçerli bir metafor üretemeyen veya metafor ürettikleri halde mantıklı bir şekilde açıklanmayan kağıtlar belirlenmiş ve ayrılmıştır. Örneğin "Yaratıcılık zor bir problem çözmek gibidir, çünkü vakit harcayıp düşünmek gerekir, bazen yaratıcı olunamaz." ifadelerinin yer aldığı kağıt analize dahil edilmemiştir. Çünkü geçerli bir metafor üretilmemiştir.

3) Kategori Geliştirme Aşaması: Ayrıştırma işlemi sonucunda araştırma için geçerli kabul edilen 201 metafor benzerlikleri ve ortak özellikleri bakımından incelenip gruplandırılmıştır. Birbirleri ile ilişkili olan gruplar 10 kategori altında toplanmıştır. Kategoriler; 1. Belirsizlik (%10.0), 2. Faydalılık (%5.0), 3. İlgi çekici bir şey (%4.0), 4. Keşfetmek (%4.5), 5. Özgünlük (%26.4), 6. Özgürlük (%4.5), 7. Sanat (%22.4), 8. Sonsuzluk/Sınırsızlık (%12.9), 9. Tanrısal yaratım (%6.0), 10. Yeni bir şey üretmek/İcat (%4.5) şeklindedir.

4) Geçerliliği ve güvenilirliği sağlama aşaması: Nitel bir araştırmada geçerliği ve güvenilirliği sağlamanın en önemli adımlarından biri toplanan verilerin ayrıntılı olarak rapor edilmesi ve araştırmacının sonuçlara nasıl ulaştığını açıklaması olarak görülmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Mevcut araştırmada geçerliği ve güvenilirliği sağlamak üzere bu ilkeler dikkate alınmış ve veri analiz süreci (kavramsal kategorilere nasıl ulaşıldı) ile metaforları en iyi temsil ettiği varsayılan metafor imgelerinin açık ifadelerine yer verilmiştir. Ayrıca, araştırmanın iç güvenilirliğine katkı sağlamak için on kavramsal kategori altında verilen metaforların dahil edildikleri kavramsal kategorilerde yer alıp almadıklarını teyit etmek amacıyla uzman görüşüne başvurulmuştur.

Metaforlar gruplandırılırken, metaforun bizzat kendisinden ziyade, metaforların kullanılma amaçlarının belirtildiği açıklamalar dikkate alınmıştır. Dolayısıyla bazı metaforlar farklı öğrenciler tarafından farklı şekillerde açıklanıp kullanıldığı için farklı kategorilerde yer almıştır. Örneğin; gökyüzü metaforunu kullanan üç öğrencinin her biri bu kavramı kullanma nedenini farklı şekillerde açıkladıkları için bu kavram üç ayrı kategoride de yer almıştır çünkü öğrencilerin açıklamaları onları gökyüzünü farklı metaforlar aracılığıyla düşündüklerini göstermektedir. Örneğin, yaratıcılığı gökyüzü metaforunu kullanarak açıklamaya çalışan öğrencinin, "Yaratıcılık gökyüzü gibidir, çünkü bazen gece olur ve yaratıcılık körelir. Bazen ise gün ışığında en yaratıcı anın olur. Bazen karabulutlar ile yaratıcılık azalır" ifadesindeki açıklamaya dayanarak gökyüzü metaforunun belirsizlik kategorisine dahil edilmesi uygun görülmüştür. "Yaratıcılık gökyüzü gibidir, çünkü sonsuz ve ucu bucağı olmayan bir şeydir" ifadesinde yer alan açıklamaya dayanarak ise gökyüzü metaforu sonsuzluk/sınırsızlık kategorisi dahilinde değerlendirilmiştir. Bunun yanı sıra, "Yaratıcılık gökyüzü gibidir, çünkü her gökyüzüne bakan kişinin farklı şeyler hissetmesi gibi yaratıcılıkta hepimiz aynı canlı olmamıza rağmen çok farklı şeyler üretmemiz ortaya çıkarmamız" ifadesinde yer alan açıklamalara dayanarak, gökyüzü metaforunun özgünlük kategorisine alınması uygun görülmüştür. Böylece tek bir kelimeyle ifade edilen metafor, öğrencinin açıklamasına dayanarak üç ayrı kategoride değerlendirilmiştir.

Bulgular ve Yorumlar

Bu bölümde araştırmaya katılan öğrenciler tarafından üretilen metaforlara ilişkin elde edilen bulgular tablolar halinde sunulmuştur. Ayrıca, üretilen metaforlar dikkate alınarak oluşturulan 10 kavramsal kategori ve her kategorinin sahip olduğu özellikler öğrencilerin ürettikleri örnek metaforlar ışığında analiz edilerek yorumlanmıştır. Araştırmaya katılan öğrenciler yaratıcılığa ilişkin birbirinden farklı 127 metafor geliştirmişlerdir. Bu metaforların 92'si birer kişi (tek bir öğrenci) tarafından üretilmiştir. En fazla tekrarlanan metaforlar, gökkuşağı (n=7, %3.5), resim yapmak (n=6, %3), sanat (n=6, %3), Allah (n=5, %2.5) ve resim (n=5, %2.5) şeklindedir. Araştırmaya katılanların %86'sı kız, %14'ü erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Görüldüğü gibi kız ve erkek öğrencilerin yüzdeler oranları arasında ciddi bir fark bulunmaktadır. Böylesi bir fark da araştırmaya sağlıklı veri sağlayacak anlamlı bir ilişki olmanın ötesinde değerlendirildiğinden dolayı hesaba katılmamıştır. Benzer şekilde yaratıcılık dersini almış ve almamış öğrenciler arasındaki ilişkiye de bakılmamıştır, çünkü 201 kişilik çalışma grubu içinde yaratıcılık dersini sadece 10 kişi almış bulunmaktadır. Bu da %5 gibi oldukça düşük ve araştırma için anlamlı fark yaratamayacak bir orana tekabül etmektedir. Ayrıca söz konusu 10 öğrencinin herhangi bir kavramsal kategoride yoğunlaşıp yoğunlaşmadığına da bakılmış fakat anlamlı bir yoğunlaşmanın olmadığı görülmüştür.

Yukarıda dile getirilen metaforların analizi sonucunda psikoloji bölümü öğrencilerinin yaratıcılığa ilişkin ürettikleri metaforlar 10 kavramsal kategori altında toplanmıştır. Öğrencilerin ürettikleri metaforların çoğunun toplandığı ilk üç kategori sırasıyla 1. Özgünlük (%26.4), 2. Sanat (%22.4), 3. Sonsuzluk/Sınırsızlık (%12.9) şeklindedir.

Tablo 2. Yaratıcılık Kavramına İlişkin Üretilen Metaforlar

| Kavramsal Kategoriler | Metaforlar | Frekans | Yüzde |
|----------------------------|---|---------|-------|
| Belirsizlik | Aşk (1), Bilinmezlik (1), Bulutlar (3), Buzdağı (1), Çocuk (1), Delilik (1), Espri yapmak (1), Gelecek (1), Gökkuşağı (1), Gökyüzü (2), Hava (1), Hayat (1), Para (2), Roman yazmak (1), Sürpriz (1), Ütopya (1) | 20 | %10.0 |
| Faydalılık | Bilgisayar (1), Güneş (3), Hazine (1), Kanat (1), Kitap (1), Teknoloji (2), Su (1) | 10 | %5.0 |
| İlgi Çekici Bir Şey | Dondurma (1), Dünya (3), Havai fişek (1), Fil (1), Nutella (1), Tavus Kuşu (1), | 8 | %4.0 |
| Keşfetmek | Adrenalin (1), Ateş (1), Beyin fırtınası yapmak (1), Bukalemun (1), Düşünce (1), Gezmek (1), Kendini keşfetmek (1), Okyanus (1), Uçmak (1) | 9 | %4.5 |
| Özgünlük | Anne (3), Annem (1), Alex de Souza (1), Çocuk (2), Dekorasyon (1), Dizayn (1), Düşünme tarzı (1), Ellon Musk (1), Fabrika (1), Farklı olmak (1), Farklılık (2), Farklı olmak (1), Fırça (1), Fil (1), Giyim tarzı (1), Gökkuşağı (2), Gökyüzü (1), Güzel Sanatlar (1), Göz (1) | 53 | %26.4 |

Tablo 2 (devamı). Yaratıcılık Kavramına İlişkin Üretilen Metaforlar

| Kavramsal Kategoriler | Metaforlar | Frekans | Yüzde |
|---------------------------|---|------------|-------------|
| Özgünlük | Hayal dünyası (1), Heykeltıraş (1), İnsan (1), Kıyafet (3), Kurtarıcı (1), Mango (1), Melodiler (1), Mürekkep (1), Oyun (1), Oyuncaklar (1), Resim (1), Resim çalışması (1), Parlaklık (1), Renkler (1), Resim yapmak (2), Rüya (1), Seri katil (1), Sherlock (1), Sıra dışı olmak (1), Süper kahraman (1), Yemek (1), Yemek yapmak (1), Yenilik (1), Yenilenmek (1), Yetenek (1), Yıldız (1) | | |
| Özgürlük | Çocukluk (1), Kitap (1), Kuş (3), Oyun hamuru (1), Özgürlük (1), Özgür olmak (1), Uçmak (1) | 9 | %4.5 |
| Sanat | Ahenkli bütünlük (1), Ayasofya (1), Dans (1), Doğa (4), El Hamra Camii (1), Esinti (1), Gökkuşluğu (4), Kainat (2), Kelebek (1), Mimarlık (1), Müzik (1), Renkler (3), Renklerin karışımı (1), Resim (3), Resim çizmek (4), Resim fırçası (1), Resim yapmak (4), Resamlık (1), Sanat (6), Sanatçı (1), Sanat eseri (1), Sığınak (1), Şiir (1) | 45 | %22.4 |
| Sonsuzluk/Sınırsızlık | Bilinçaltı (1), Deniz (1), Gökyüzü (1), Hayal (3), Hayal etmek (2), Hayal gücü (4), Hayal kurmak (1), Heykel yapmak (1), Heykeltıraş (1), Kumsal (1), Nehir (1), Rüyalar (1), Sınırları aşmak (1), Sonsuzluk (2), Su (2), Uzay (3) | 26 | %12.9 |
| Tanrısal Yaratım | Allah (5), Bebek (1), Beyin (1), İlahi bir merci (1), Resim (1), Var olmayı var etmek (1), Yaratıcıya ait bir şey (1), Tanrı (1) | 12 | %6.0 |
| Yeni Bir Şey Üretmek/İcat | Fabrika (1), Kalem (2), Ham madde (1), İcat (2), Üretim (1), Üretmek (2) | 9 | %4.5 |
| Toplam | | 201 | %100 |

Yaratıcılığa İlişkin Kavramsal Kategoriler

Yaratıcılıkla ilgili üretilmiş metaforları kavramsal kategorilere göre ayırdıktan sonra her birini aşağıda görüleceği gibi birkaç cümleyle örneklemek mümkündür.

1) Yaratıcılığı belirsizlik ile ilişkilendirenler Araştırmaya katılan 20 öğrencinin yaratıcılık-belirsizlik eşleştirmesi veya benzeştirmesi yaptığı formlarda görülmektedir. Dolayısıyla, ilk kavramsal kategori olarak belirsizlik kendiliğinden belirmiş olmaktadır. Daha açık ifade edilecek olursa, bu kategoride öğrenciler yaratıcılığı bilinmezlik, belirsizlik, sürpriz, kestirilemeyen şey olarak tanımlamışlardır. Bu kategoriyi oluşturan bazı metafor örnekleri aşağıda verilmiştir.

"Yaratıcılık hayat gibidir, çünkü ne geleceğini hiçbir zaman bilemezsin."

"Yaratıcılık buzdağı gibidir, çünkü görünen ürünün ötesinde, derinlerde birikim ve öngörü gerektirir."

"Yaratıcılık bilinmezlik gibidir, çünkü tamamen öznedir. Taklidi mümkün değildir. Öznelliğinden dolayı kestirimi zordur. Bilinmezdir."

"Yaratıcılık bulut gibidir, çünkü her şekle girer."

2) Yaratıcılığı faydalılık ile ilişkilendirenler Yaratıcılığı hayatı kolaylaştıran, fayda sağlayan, değerli ve işe yarar bir şey olarak tanımlayan öğrencilerin ürettiği metaforlar faydalılık kavramı ile ilişkilendirilip bu kategori adı altında toplanmıştır. Bu kategoriyi oluşturan bazı metafor örnekleri aşağıda verilmiştir.

"Yaratıcılık güneş gibidir, çünkü olması halinde evrene büyük fayda sağlar. Enerji verir, devamlılığı sağlar."

"Yaratıcılık hazine gibidir, çünkü değerlidir."

"Yaratıcılık kitap gibidir, çünkü fayda sağlar."

"Yaratıcılık teknoloji gibidir, çünkü hayatı kolaylaştırır, bizi şaşırtır aslında bir yerlerde gizli kalmış herhangi bir şeyi ortaya çıkarır."

3) Yaratıcılığı ilgi çekici bir şey ile ilişkilendirenler Araştırmaya katılan öğrencilerden bazıları yaratıcılığı hayret, şaşkınlık uyandıran şey, ilgi çekici, ilginç şey olarak tanımlamışlardır. Bu kategoriyi oluşturan bazı metafor örnekleri aşağıda verilmiştir.

"Yaratıcılık dondurma gibidir, çünkü üretilen her şey bir o kadar leziz ve ilgi çekicidir."

"Yaratıcılık dünya gibidir, çünkü hiç durmaz, sizi şaşırtmayı bırakmaz, kendine hep hayran bırakır."

"Yaratıcılık tavus kuşu gibidir, çünkü bin bir renkli fikir onu gerekli zamanda çıkarmakla olur."

4) Yaratıcılığı keşfetmek ile ilişkilendirenler Yaratıcılığı yeni bir şeyler keşfetmek ile ilişkilendiren öğrencilerin ürettikleri metaforlar bu kategoride toplanmıştır. Bu kategoriyi oluşturan bazı metafor örnekleri aşağıda verilmiştir.

"Yaratıcılık adrenalin gibidir, çünkü bir şeyler buldukça heyecan tutku hissedersin."

"Yaratıcılık gezmek gibidir, çünkü yeni yerler yeni insanlar keşfetmektir."

"Yaratıcılık okyanus gibidir, çünkü derinlerde bir yerlerde vardır. Derinlere daldıkça bir şeyler öğrenirsin. Hep vardır bir yerde ama keşfedersin."

"Yaratıcılık uçmak gibidir, çünkü her uçtuğunda farklı şeyler, yerler keşfedersin."

5) Yaratıcılığı özgünlük ile ilişkilendirenler Araştırmaya katılan öğrencilerden 53'ü yaratıcılığı farklı düşünen kişi, farklılık, yenilik, özgün olma durumu ile ilişkilendirmişlerdir. Özgünlük ile ilişkilendirilerek üretilen metaforlar bu kavramsal kategoride toplanmıştır. Bu kategoriyi oluşturan bazı metafor örnekleri aşağıda verilmiştir.

"Yaratıcılık anne gibidir, çünkü ne olursa olsun her koşulda duruma göre fikirler üretebilme yeni fikirler oluşturabilme becerisine sahiptir."

"Yaratıcılık dekorasyon gibidir, çünkü yeni ve farklı fikirlerle güzelleştirip faydalı fikirlerle bazı şeyleri değerlendirebilmek ortaya bambaşka şeyler çıkarıp dizaynda kullanabiliriz."

"Yaratıcılık giyim tarzı gibidir, çünkü özgündür ve bir kişi kalıplaşmış şeyleri bile kendine uygun biçimde değiştirip kendinden bir parça haline getirebilir."

"Yaratıcılık kurtarıcı gibidir, çünkü düzlükten öte olmayı ve ufkumuza farklı farklı kapılar açmamızı sağlar."

6) Yaratıcılığı özgürlük ile ilişkilendirenler Yaratıcılık ile özgürlüğü ilişkilendirerek üretilen metaforlar bu kavramsal kategori altında toplanmışlardır. Bu kategoriyi oluşturan bazı metafor örnekleri aşağıda verilmiştir.

"Yaratıcılık çocukluk gibidir, çünkü insan en çok çocukken hayallerine ket vurmada düşünür."

"Yaratıcılık kuş gibidir, çünkü özgürdür."

"Yaratıcılık uçmak gibidir, çünkü herhangi bir yere gitmek istediğinde yolları kullanmak zorunda değilsin. Yatay, dikey, çapraz her yere istediğin ölçüde gidebilirsin."

7) Yaratıcılığı sanat ile ilişkilendirenler Yaratıcılığı ahenkli birliktelik, hayal, uyum ve sanat olarak tanımlayan öğrencilerin ürettikleri metaforlar bu kavramsal kategori altında toplanmıştır. Bu kategoriyi oluşturan bazı metafor örnekleri aşağıda verilmiştir.

"Yaratıcılık renk gibidir, çünkü tüm karmaşıklığa, kaosa rağmen ortaya her zaman sanat çıkar."

"Yaratıcılık sanat gibidir, çünkü sanat yapmak yaratıcılık gerektirir."

"Yaratıcılık şiir gibidir, çünkü anlamsız sıradan sözcükleri, hayal gücünle bir ortaya getirdiğinde bir insanın kalbine dokunabilirsin."

8) Yaratıcılığı sonsuzluk/sınırsızlık ile ilişkilendirenler Yaratıcılığı sınırları olmayan yer, sınırsızlık, sınırları aşmak, sonsuzluk olarak tanımlayan öğrencilerin ürettikleri metaforların tümü sonsuzluk/sınırsızlık kategorisi altında toplanmıştır. Bu kategoriyi oluşturan bazı metafor örnekleri aşağıda verilmiştir.

"Yaratıcılık uzay gibidir, çünkü sonsuz ve bilinmezlik barındırır. Herkes ulaşmak ister görmek ister ama derinliklerine sadece özel insanlar ulaşabilir."

"Yaratıcılık sonsuzluk gibidir, çünkü sonu olmayan uçsuz bucaksız şu bu diye nitelendirmeyecek kadar farklıdır. Öyle bir sonsuzluk ki herkese bahsedilemez."

"Yaratıcılık hayal gücü gibidir, çünkü hayal de yaratıcılık gibi sınırsızdır."

"Yaratıcılık gökyüzü gibidir, çünkü sonsuz ve ucu bucağı olmayan bir şeydir."

9) Yaratıcılığı tanrısal yaratım ile ilişkilendirenler Yaratıcılığı yaratma, yoktan var etme, Allah'a ait bir şey olarak tanımlayan öğrencilerin ürettikleri metaforların tümü tanrısal yaratım kategorisi altında toplanmıştır. Bu kategoriyi oluşturan bazı metafor örnekleri aşağıda verilmiştir.

"Yaratıcılık resim gibidir, çünkü olmayanı oldurmak olduğu için."

"Yaratıcılık yaratıcıya ait bir şey gibidir, çünkü benim düşünceme göre yaratmak tek Allah'a mahsustur."

"Yaratıcılık Allah gibidir, çünkü yaratmak sadece ona mahsustur."

"Yaratıcılık Allah gibidir, çünkü olmayan bir şeyi yoktan var eden O'dur."

10) Yaratıcılığı yeni bir şey üretmek/icat ile ilişkilendirenler Yaratıcılığı üretme, üretim, ürün, icat ile ilişkilendirerek üretilen metaforların tümü yeni bir şey üretmek/icat kategorisi altında toplanmıştır. Bu kategoriye oluşturan bazı metafor örnekleri aşağıda verilmiştir.

"Yaratıcılık fabrika gibidir, çünkü bir fabrikada da bir şeyler üretilir. Çokça yaratılır."

"Yaratıcılık üretim gibidir, çünkü her bir nesneden farklı bir şey üretmektir. Eski bir şeyi yeniden tasarlamak gibi."

"Yaratıcılık icat gibidir, çünkü yeni şeyler yapıyorsun birbirinden bağımsız semptomları birleştiriyorsun ve ortaya bambaşka bir şey çıkıyor."

"Yaratıcılık icat gibidir, çünkü yaratıcılık zekâyı kullanarak var olmayan şeyi varlığa getirmek ya da var olan şeyi geliştirme anlamını taşır."

Tartışma ve Sonuç

Metafor bizi yeni tarzlarda düşünmeye ve davranmaya özendirir. İç gözü ufkumuzu genişletir ve yeni olasılıkların önünü açar (Morgan, 1998). Bu araştırma, psikoloji bölümü öğrencilerinin yaratıcılık kavramına ilişkin görüşlerini metaforlar yoluyla ortaya çıkarmak ve bu metaforları belli kavramsal kategoriler altında toplamak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda öğrencilerin ürettikleri 127 metafor, 10 kavramsal kategori altında toplanmıştır. Aynı duygu ve anlam çağrışımları yapan birbirine yakın metaforlar aynı çatı altında toplanarak bu kavramsal kategoriler oluşturulmuştur.

Metaforlar, öğrencilerin yaratıcılık kavramını nasıl gördüklerine ilişkin düşünce, inanç ve tutumlarını anlamamıza yardımcı olabilir. Pekdoğan ve Kanak (2015), okul öncesi öğretmen adaylarının yaratıcılık algılarını metafor analizi yoluyla incelemişlerdir. Bu makalede, metaforları hayvan, insan, nesne, doğa, eylem, soyut ve somut gibi kategorilere ayırmışlardır. Yapılan tasnif detaylandırılmadığı için kategoriler arasında anlamlı farklılıklar bulunmamaktadır. Somut ve soyut kavramları çok genel olduğu için neredeyse diğer bütün kategorileri kapsamaktadır. Bu tarz bir karışıklığa yol açmamak için bu çalışmada kategorileri belirlerken olabildiğince açık ve birbirinden bağımsız kavramlar kullanılmaya çalışılmıştır. Metafor analizi tekniği uygulanırken yapılan en büyük yanlışlardan biri de sadece benzetilen metafora bakarak kategori belirleme işidir. Kullanılan metaforun hangi nedenlerden dolayı kullanıldığına bakmazsak anlam kargaşasına neden olabilir. Bu nedenle kategorileri belirlerken özellikle metaforların niçin kullanıldığına bakmak gerekir. Bu durumda aynı metafor, kullanım amacına uygun olarak farklı kategorilerde yer alabilir. Araştırmalarda metafor analizi tekniği uygulanırken, metafor ile nedeni arasındaki ilişkiye dikkat edilerek kategoriler belir-

lenmesi önemlidir. Tok'un (2015) okul öncesi öğretmen adaylarının yaratıcılık kavramına ilişkin metafor algılarını analiz ettiği araştırmada yaratıcı düşünmenin özellikleri, yaratıcı düşünmenin önemi ve yaratıcı kişilik özelliği şeklinde üç ana kategorinin altında çeşitli kavramsal kategoriler oluşturulmuş ve öğrenciler en fazla yaratıcı düşünmenin özellikleri kategorisine dahil olan metaforlar üretmişlerdir. Bu kategoriler arasında özgün düşünme, sınırsızlık, keşif gibi alt kategorilere mevcut çalışma da erişilmiştir. Araştırmacı, öğrencilerin özellikle yaratıcı düşünmenin yaşamsal önemi ve yaratıcı kişilik özellikleri konularında öğrencilerin ürettiği metaforların sınırlı olduğunu ifade etmektedir. Benzer sonuçlarla mevcut çalışmada da karşılaşılmıştır. Bu durumun temelleri arasında öğrencilerin yaratıcılığın doğasına, bileşenlerine, geliştirilme yöntemlerine ve yaratıcı kişilik özelliklerine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmaması varsayılabilir. Yaratıcılığın eğitimle geliştirilebilen bir beceri olması nedeniyle psikoloji ve eğitim gibi yaratıcılık çalışmalarının büyük öneme sahip olduğu alanlarda, eğitim programlarının içine yaratıcılık ile ilgili derslerin dahil edilmesine ihtiyaç duyulduğu söylenebilir.

Aristoteles (1987), metaforu bir sözcüğe kendi özel anlamının dışında başka bir anlam verilmesi olarak tanımlar. Ve zaman zaman başka bir şeyin yerine konulmuş olan şey, yerine konuların ilgi içinde bulunduğu şeye de katılır. Yani öğrencilerin yaratıcılık ile ilgili oluşturdukları metaforlar, onların kendi pencerelerinden bakarak yaratıcılığa yükledikleri anlamları ifade etmektedir. Türk kültürü, diğer kültürlerle benzer biçimde, kendi içinde yaratıcı düşünmeye ilişkin yanlış söylemleri barındırmaktadır. Türk kültürü dinsel, cinsel, siyasal tabu ve yasaklarla dolu olduğu için yaratma işlevi her alanda engellenmektedir (Sungur, 1992). Nitekim yaratıcılığı tanrısal bir süreçle ilişkilendiren öğrenciler yaratıcılığı, yaratma eylemi ile ilişkilendirmişlerdir. Yaratma eyleminin tanrıya ait olduğunu şeklindeki düşünce tarzı, yaratıcılık ile ilgili çalışmaların geniş bir alana yayılmasını engellemektedir. Ayrıca oluşturulan metaforlardan çoğunun yaratıcılığı sanat ile ilişkilendirmesinin ve bilimsel yaratıcılığı ifade eden metaforların pek kullanılmamasının toplumsal algıyla ilişkili olduğu düşünülmektedir. Yaratıcılığın doğuştan geldiği ve yaratıcılığın öğretilemez olduğu miti, öğrencilerin yaratıcılığı daha çok sanatsal alanlarla ilişkilendirmeye ve bilimsel yaratıcılığı göz ardı etmelerine yol açmıştır. Toplumumuzda bilimsel yaratıcılık alanında üst seviyelere çıkamayışımızın altında yatan nedenler ayrıca araştırılması gereken bir konudur. Erişilen bulgular öğrencilerin lisans öncesi ve lisans düzeyinde yaratıcılıkla ilgili yeterli bilgiyi edinemediğini göstermektedir, bu nedenle yaratıcılık eğitimine tüm eğitim düzeylerinde daha fazla önem verilmesinin gerekli olduğu ve bireylerin farkındalık düzeyini arttıracığı söylenebilir.

Kaynakça

- Aristoteles, (1987). *Poetika* (çev. İ. Tunalı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Aydoğdu, E. (2008). *İlköğretim okullarındaki öğrenci ve öğretmenlerin sahip oldukları okul algıları ile ideal okul algılarının metaforlar yardımıyla analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Osmangazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Can Yaşar, M. (2009). *Anasınınına devam eden altı yaş- çocuklarının yaratıcı düşünme becerilerine drama eğitiminin etkisinin incelenmesi*. Doktora Tezi, Ankara.
- Geçit, Y. ve Gencer, G. (2011). Sınıf öğretmenliği 1. sınıf öğrencilerinin metafor yoluyla belirlenmesi (Rize Üniversitesi Örneği). *Marmara Coğrafya Dergisi*, 23, 1-19.
- Guilford, J. P. (1986). *Creative talents. Their nature, use and development*. Buffalo: NY: Bearley Limited.
- Hegstrom, J. L., & McCarl-Nielsen, J. (2002). Gender and metaphor: Descriptions of familiar persons. *Discourse Processes*, 33(3), 219-234.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980) *Metaphors we live by*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Morgan, G. (1998). *Yönetim ve örgüt teorilerinde metafor* (Çev. G. Bulut). İstanbul: Mess Yayınları.
- Moser, K. S. (2000). Metaphor analysis in psychology-method, theory, and fields of application. *Forum: Qualitative Social Research(Online Journal)*, 1(2). Retrieved from <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1090/2387>.
- Ottati, V., Rhoads, S., & Graesser, A.C. (1999). The effect of metaphor on processing style in an persuasion task: A motivational resonance model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(4): 688-697.
- Pekdoğan, S. ve Kanak, M. (2015). Okul öncesi öğretmen adaylarının yaratıcılığa ilişkin algıları: Metafor analizi örneği. *Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3, 138-147.
- Plucker, J., Beghetto, R. A., & Dow, G. (2004). Why isn't creativity more important to educational psychologists? Potential, pitfalls, and future directions in creativity research. *Educational Psychologist*, 39, 83-96.
- Saban, A., Koçbeker, B.N. ve Saban, A. (2006). Öğretmen adaylarının öğretmen kavramına ilişkin algılarının metafor analizi yoluyla incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 6, 461-522.
- Srivastva, S., & Barrett, F. J. (1988). The transforming nature of metaphors in group development: A study in group theory. *Human Relations*, 41, 31-63.
- San, İ. (1985). *Sanat ve eğitim*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları.
- Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (2009). The concept of creativity: prospects and paradigms. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity* (pp. 3-16). (12th Ed.) Cambridge: Cambridge University Press.

- Sternberg, R. J. (2003). *Wisdom, intelligence and creativity synthesized*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sungur, N. (1992). *Yaratıcı düşünce*. İstanbul: Özgür Yayın Dağıtım.
- Tok, E. (2015). Okul öncesi öğretmen adaylarının yaratıcılık kavramına ilişkin algılarının metaphor analizi yoluyla incelenmesi. *International Journal of New Trends in Arts, Sports & Science Education*, 4(2), 1-8.
- Torrance, E.P. (1968). Finding hidden talents among disadvantaged children. *Gifted Child Quarterly*, 12 (3), 131-137.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.