

XX. reál- és humántudományi Erdélyi Tudományos Diákköri Konferencia (ETDK)

Kolozsvár, 2017. május 18–21.

Kulturális és személyiségbeli különbségek a kreatív énhatékonyságban

Szerző:

Orbán Ágota

Babeş–Bolyai Tudományegyetem, Kolozsvár, Pszichológia és Neveléstudományok Kar, Pszichológia
szak, alapképzés, III.év

Tartalom

I. Elméleti rész	4
I.1. Kreativitás, az énhatékonyság és a kreatív identitás	4
I.1.1. Kreativitás	4
I.1.2. A énhatékonyság	5
I.2. A kreativitás, a kreatív énhatékonyság és személyiség	8
I.2.1. A kreativitás és személyiség	8
I.2.2. A kreatív énhatékonyság és a személyiség	10
I.3. Kultúra	11
I.3.1. A kultúra meghatározása	11
I.3.2. Kulturális különbségek	12
I.3.2.1. Az individualizmus és kollektívizmus	12
I.3.2.2. Hofstede-féle kulturális dimenziói:	13
I.3.2.3. Kulturális különbségek az önkifejezésben	14
I.4. A kreativitás és kultúra	15
II. Módszertani rész	18
II.1. A kutatás céljai	18
II.1.1. <i>Elméleti célok:</i>	18
II.1.2. <i>Módszertani célok</i>	18
II.1.3. <i>Gyakorlati célok</i>	18
II.2. Hipotézisek	18
II.3. Résztvevők	20
II.4. Eszközök és módszerek:	20
II.5. Vizsgálati eljárás	22
II.6. Kutatási design	23
II.7. Eredmények bemutatása és értelmezése	23
II.7.1. Az eredmények bemutatása	23
II.7.2. Az eredmények értelmezése	32
III. Mellékletek	37
1. Melléklet: Demográfiai adatlap:	37
2. Melléklet: Kulturális dimenziók:	38
3. Melléklet: Kreatív én skála:	41
4. Melléklet: HEXACO – 60.....	43

Bevezető:

Vajon két eltérő kultúrából származó egyén ugyan azt érti a kreativitáson? A kultúránk, környezetünk milyen hatással van a kreativitásunk kialakulására, fejlődésére? Kutatásunkban ezekre a kérdésekre kerestük a választ különböző nemzetiségű csoportok (román, magyar, erdélyi, angol és más nemzetiség) kreativitásának vizsgálatával. A kreativitást a Kreatív én skálával mértük, amely magába foglalja a kreatív énhatékonyságot és identitást is (Karwowski, 2012). Az általunk talált szakirodalom inkább a keleti és nyugati országok tanulmányozásával foglalkozott, így kutatásunk új információkkal szolgál az eddigi hiányosságok betöltésére (Goncalo & Staw, 2004; Kim, 2002; Sherman & Kim, 2007).

I. Elméleti rész

I.1. Kreativitás, az énhatékonyság és a kreatív identitás

I.1.1. Kreativitás

Simonton megjegyzése szerint (1999, lásd Prabhu, 2008) a kreativitás meghatározása nem egyszerű feladat, mert a különböző pszichológiai irányzatok más-más területeket emelnek ki. A kognitív pszichológusok a mentális folyamatok által közelítik meg, kísérleti úton, pedig inkább a termékre fektetik a hangsúlyt. A személyiséget tanulmányozó kutatók szerint a kreativitás egy vonás (Prabhu, Sutton, & Sauser, 2008). Csíkszentmihályi szerint, a kreativitás egy rendszer, amely három elem interakciójából jön létre: először beszélhetünk egy szimbolikus szabályokat tartalmazó kultúráról, a második elem a személy, aki ebbe a kultúrába új dolgokat hoz, a harmadik elem pedig egy szakértői kör, aki elfogadja az újítást (Csíkszentmihályi, 2008). Egy másik meghatározás szerint, a kreativitás az egyéni változóknak (intellektuális folyamatok, tudás, motiváció, személyiség) és környezeti tényezőknek az összeolvadása (Lubart, 1990).

A kreativitás meghatározása mellett fontos kitérnünk arra, hogy hol található meg. A rendszermodell alapján három összefüggő rendszert különítünk el: először a tartomány, egy szabályokból és folyamatokból álló rendszer, amely “rendszerint a kultúrának nevezett dologba vagy egy adott társadalom, illetve az emberiség egy egészének szimbolikus tudáshalmazába ágyazódnak bele” (Csíkszentmihályi, 2008, 37. o). Második komponens a szakértői kör, akik

eldöntik, hogy az adott termék bekerül a tartományba vagy sem, végül pedig az egyén (Csíkszentmihályi, 2008).

Simonton (1999, lásd: Gyarmathy, 2011) megkülönböztet “big-C” és “little-c” kreativitást. Az előbbi a problémamegoldás magas fokánál található meg, pontosabban az újításnak az a szintje, ami az emberiség életére hatással van.

I.1.2. A éhatékonyság

Az éhatékonyság fogalma egészen Bandura szociális elméletéig visszavezethető, ami alapján az éhatékonyság egy fő mechanizmus a motiváció és viselkedés behatárolásában (Chang, Wang, & Lee, 2016). Az éhatékonyság úgy érhető el, hogy összeadjuk az egyén jelenlegi érdeklődési területén belül a szabályokról és stratégiákról szerzett tudást és az önbizalmát arról, hogy ezeket a szabályokat és stratégiákat használni tudja (Bandura, 1997). Egy általánosan elfogadott meghatározás szerint az éhatékonyság az egyén hiedelme a saját ítéleteiben, amelyek különböző helyzetekben megjelenő kifejezőképességére vonatkozik. Ez az önitélet tükröződik az önbizalmában és ezáltal kihívásként tekint a problémákra (Sangsuka & Siriparpb, 2015). Egyik jellemzője az éhatékonyságnak, az, hogy nem állandó: a hatékonysággal kapcsolatos ítéletek idővel változnak, amint új információ és tapasztalat érkezik (néha az aktuális feladat teljesítésénél is megjelenhet ez a változás). Továbbá egy mozgósítási jellemzővel is rendelkezik: egy sokkal komplexebb és általános folyamatot tükröz, magába foglalva azt az alkalmazkodást, ami a változó körülményeknél jelenik meg. Ez magyarázat arra, hogy egyforma képességekkel rendelkező egyének másképp teljesítenek, mert a képességek felhasználása, kombinációja és az ismétlődése alkalmazkodik a környezethez, kontextushoz (Gist & Mitchell, 1992).

Skinner (1996 lásd: Vohs & Baumeister, 2013) különbséget tett az *agents* -amikor az esemény irányítására teszük cselekedeteket-, a *means* -amikor a cselekedet, ami növeli a nyereséget- és a *end* - amikor vágyunk vagy nem vágyunk a kimenetelre- fogalmak között. Ebben az elméleti keretben az éhatékonysági percepciók *agents-means* kapcsolatok. Oettingen az éhatékonyságot, mint realiztikus értékelést, különválasztotta az optimista fantáziától, ami kapcsolatban lehet a célhozattal és az önszabályozással (Vohs & Baumeister, 2013).

Elliot és Dweck 1988-as kutatása alapján, azt találta, hogy az éhatékonyság facilitálni tudja a célorientációhoz való alkalmazkodást (Tierney & Farmer, 2011). A célorientáció tükrözi az egyén

tudatosságát az önfejlesztésre, befolyásolva ezáltal a környezet fele adott választ, ez mellett perceptuális-kognitív keretet ad, amely meghatározza az egyén hozzáállását a teljesítmény helyzetekhez (Song, Yu, Zhang, & Jiang, 2015).

Az énhatékonyságot gyakran tévesztik össze más komponenssel: az egyik az önbecsülés. Legtöbbször úgy gondolják ez egy olyan vonás, ami tükrözi az egyén jellemzőit, az affektív önértékelést, viszont az önbecsülés egy ítélet a feladatra való képességről, ami vele járóan (inherently) nem értékelt. Ha egy személynek alacsony az énhatékonysága bizonyos területen, eldöntheti, hogy ez a teljesítmény elégséges, és nem értékeli negatívan (Gist & Mitchell, 1992).

Brockner (1988, lásd: Gist & Mitchell, 1992) megkülönböztetett globális és specifikus, szituációkra vonatkozó önbecsülést. Eszerint, az énhatékonyság mindig a feladat-specifikus képességekhez kapcsolódik.

Összességében az énhatékonyság egy fontos motivációs összetevő. Befolyásolja az egyéni választásokat, célokat, érzelmi reakciókat, megküzdést és a kitartást. Ez mellett képes megváltoztatni a tanulás, tapasztalás és visszajelzés eredményét (Gist & Mitchell, 1992).

I.1.2.1. A kreatív énhatékonyság és kreatív identitás

A kreatív énhatékonyság elengedhetetlen képesség, hogy a kreatív készségeket fejlesszük, ami a kreatív folyamatban és viselkedésben is változást eredményez (Choi, 2004). Tierney és Farmer (2002) meghatározása szerint, az egyén saját alkotóképességébe vetett hit, amely elengedhetetlen egy kreatív termék megalkotásához.

Tan és munkatársai 5 alkotóelemet határoztak meg a kreatív énhatékonyságban (Tan, Li, & Rotgans, 2011).

- Ötletgyártás
- Koncentráció
- Függetlenség
- Kétértelmű információ elfogadása
- Munkastílus

A kreatív énhatékonyság változhat a sikerek és kudarcok mértékétől, gyakoriságától függően. Míg a múltbeli sikerek növelik, addig a megtapasztalt kudarcok csökkenthetik az egyén énhatékonyságát (Chang, Wang, & Lee, 2016).

Az ezekből levont következtetések, a teljesítményről és a kreativitás fontosságáról kialakult vélemények befolyásolják az egyén jövőbeli énhatékonyságát és hozzáállását bizonyos feladatokhoz (Jaussi, Randel, & Dionne, 2007).

A kreatív énhatékonyság, a kreatív teljesítmény és az énkép között összefüggés bizonyítottak be. Azt találták, hogy ha az egyén énképében pozitív változások következnek be a kreatív énhatékonyságával kapcsolatosan, vagyis úgy gondolja képes újat és egyedit alkotni, az a teljesítményében is megmutatkozik. Schack egy korábbi tanulmányban arra a következtetésre jutott, hogy az énhatékonyság szignifikánsan előrejelezte a diákok egyéni feladatokra való jelentkezésének mértékét (Schack, 1989). Hasonlóképpen egy 2004-es kutatásban, Choi (2004) együttjárást mutatott ki a diákok kreatív énhatékonysága és tanárok a kreatív teljesítményre adott értékelés között. Ezek az eredmények arra engednek következtetni, hogy a CSE fontos szerepet játszik annak megmagyarázásában, hogy miért és hogyan vannak kapcsolatban a környezeti és személyiségbeli változók a kreatív teljesítménnyel (Mathisen & Bronnick, 2009). Továbbá a kreatív teljesítményre számos egyéni - mint például a személyiség , kognitív stílus – és környezeti faktor van hatással (Barron & Harrington, 1981).

Jaussi (2007) szerint, ha az egyén úgy gondolja, hogy a kreativitás fontos eleme a saját “működéséhez” (ez nem más, mint a kreatív identitás, a *CPI*), javítja a kreatív énhatékonyság pozitív hatását, bizonyos feladatspecifikus helyzetekben.

A kutatók felhívják a figyelmet, hogy szoros kapcsolat van a kreatív identitás (*CPI*) és a kreatív énhatékonyság (*CSE*) között, viszont nem ugyan az; a *CSE* dinamikus képet ad az egyén képességeiről konkrét helyzetekben, ez mellett a kreatív személyes identitás a kreativitás fontosságát hangsúlyozza a személy önmeghatározásában (Karwowski, 2012a). Továbbá, ha a *CSE* és a *CPI* is az egyéni tapasztalás eredménye akkor az együttes hatásuk felelős a szerzett élmény intenzitásáért és gazdagságáért.

I.2. A kreativitás, a kreatív énhatékonyság és személyiség

I.2.1. A kreativitás és személyiség

Számos kutatás, tanulmány (McGrae, 1987; Choi, 2004; Karwowski, 2012a) koncentrált arra, hogy milyen személyiségjegyek megléte van hatással a kreativitásra?

Az egyénnek, hogy kreatív legyen internalizálnia kell a kreativitást lehetővé tevő egész rendszert. A legfőbb megkülönböztető jegy a kreatív és más emberek között, hogy az előbbi, célja elérése érdekében képes majdnem bármely szituációhoz alkalmazkodni és boldogulni (Csíkszentmihályi, 2008). Egyes szerzők / források szerint a kreativitást a genetikai predispozíció is elősegíti – pontosabban akiknek az idegrendszere érzékenyebb a színre nagyobb eséllyel lesz festő- viszont nem feltétlenül szükséges, inkább az érdeklődési kört határozza meg.

Csíkszentmihályi (2008) szerint a kreativitás, ahogy a hétköznapiakban használjuk túlságosan általános és több mindent magába foglaló kifejezés. Ennek elkerülésére három jelzőt határoz meg a kreatív személyre vonatkozóan. Elsősorban, a kreatív egyénre olyan szokatlan gondolkodásmód, “fürgé észjárás” jellemző, amely inspiráló és érdekes, ezért a kiváló beszélgetőpartnernek ítélik meg. Csíkszentmihályi kitér arra is, hogy ha ezen tulajdonságok mellett nem járulnak hozzá semmilyen kreatív maradandó dologhoz, akkor csak “brilliáns” jelzővel illethető. A második meghatározó tényező a bölcs ítéletalkotást célozza meg, továbbá a kreatív személyiség olyan egyéniséget is jelöl, amely képes a kultúrát jelentős szempontból megváltoztatni (Csíkszentmihályi, 2008).

Tovább kutatva a kreatív személyiséget, elsősorban a kíváncsiság és a nyitottság faktor között találtak összefüggést.

A nyitottság kognitív kíváncsiság és esztétikai érzékenységeként határozható meg, amely szoros összefüggésben van a problémamegoldáskor végbemenő rugalmas kognitív folyamatokhoz (McGrae, 1987). A tapasztalatok iránti nyitottság, a környezet ingereit, eseményeit feldolgozó figyelem, előnyt jelent a probléma megoldásához szükséges újszerűség felfedezésében. A probléma észlelését jelentősen meghatározza a kíváncsiság és a rácsodálkozás, és a dolgok működése iránti érdeklődés (Csíkszentmihályi, 2008). Schweizer szerint a kíváncsiság a fő faktor, amely befolyásolja az újdonságkeresést, ami a kreativitásban nyilvánul meg (Schweizer, 2006).

A kreatív egyének általában a komplexitást, rendezetlenséget keresik, hogy abban új rendet teremtsenek. Barron (1981, lásd: Gyarmathy, 2011) is úgy gondolta, hogy egy bizonyos szintű káosz serkentően hat, és elengedhetetlen a kreatív tevékenységben. További személyiségjegyekhez tartozik az önérvényesítés, agresszívebb, bohémabb, szélsőségebb viselkedés, kevesebb gátlás, nagyobb önfigyelem szélesebb érdeklődési kör jellemzi ezeket a személyeket (Gyarmathy, 2011).

Amabile (1996, lásd: Choi, 2004) tanulmánya alapján, a motiváció szintén egy prediktorként jelenhet meg a kreativitásnál, mert a kihívó és az élvezetes munka, tevékenységhez szükséges kitartást, felfedező magatartást és kísérletezést eredményez, ami gyakran vezet kreatív termék létrejöttéhez (Choi, 2004). Karwowski (2012a) a kreatív énhatékonyságot és a kreatív személy identitást tanulmányozva arra az eredményre jutott, hogy az intrinzik motiváció és a nyitottság faktora között pozitív kapcsolat van.

A kreatív egyének személyiségprofiljában olyan jegyek vannak, mint például az autonómia, független döntésre való hajlam, és energetikusabbak is (Gelade, 2002).

A sztereotípiák szerint a kreatív egyének magas lelkiismeretesség mutatóval kell rendelkezzenek, mert a kreatív produktum létrehozásához szükséges a szervezettség, kitartás (Runco, 2002). Ez az eredmény több korábbi kutatáseredménnyel ellentmondásos, többek között Walker (1995, lásd: Richards 2007) és munkatársai által végzett felmérésnek 48 amerikai tanuló önéletrajzából azt a következtetést vonták le, hogy kreatív teljesítményű egyének alacsony lelkiismeretességgel rendelkeznek. Hasonló eredményt kapott Wolfradt és munkatársa, akik számos területet vizsgáltak német egyetemistákból álló csoportnál, és szintén azt erősítették meg, hogy akik magas pontszámot értek el a kreativitásban, az írott történetek feladatban, azoknál alacsony volt a lelkiismeretesség mutató. Azzal magyarázzák a két faktor összefüggésének hiányát, hogy a kutatók nem hétköznapi kreativitást vizsgáltak, ennek a két kritériuma az hogy eredeti és jelentős legyen (Wolfradt & Pretz, 2001).

Gelade (2002) kreativitás stílusokat vizsgáló tanulmányában azt a konklúziót vonták le, hogy az innovatív stílus (amit a Kirton Innovációs Kérdőívvel mértek) negatív összefüggésben van a lelkiismeretesség faktoral. Továbbá azoknál akiknél magas volt az innovatív kreativitás, magas pontszámot adtak az extravertióra, viszont a neuroticizmussal gyenge- és a barátságossággal egyáltalán nem mutattak összefüggést.

A lelkiismeretesség kultúrák között is mutat eltérést. A korábbi kutatások kimutatták, hogy a kínaiaknál magasabb a lelkiismeretesség mutató, mint az amerikaiaknál. Ez azért lehetséges, mert a kínai diákok több szociális támogatást kapnak a kemény munkáért, siker eléréséért és a kitartásért, ez mellett a szülők is több lelkiismeretességet várnak a gyerektől (Chen, 2016). Az amerikaiaknál a teljesítmény és a siker inkább az érdeklődésükhöz és a kalandhoz kapcsolódik (Li, 2003).

I.2.2. A kreatív énhatékonyság és a személyiség

A kutatások nem csak a kreativitáshoz tartozó személyiségjegyeket tárják fel, hanem az énhatékonyság és személyiség kapcsolatát is. Hasonlóképp a kreativitás és személyiség kutatások eredményeihez, Hartman és Betz (2007, lásd: Betz & Borgen, 2008) karrier énhatékonyságot vizsgálva azt találta, hogy a Big Five lelkiismeretesség és extravertió dimeziója és számos énhatékonyság terület között pozitív együttjárás volt, míg a neuroticizmus negatívan korrelált a karrier énhatékonysággal. Továbbá a nyitottság a kreatív és intellektuális tevékenységhez szükséges énhatékonysággal van kapcsolatban, a barátságosság és a karrier énhatékonyság között nem találtak összefüggést. Ezek az következtetések konzisztensek Bandura 2008-ban kapott eredményeivel, miszerint a pozitív hatás, megerősítés növeli az észlelt énhatékonyságot, a negatív pedig csökkenti (Betz & Borgen, 2008).

Karwowski szintén a Big Five személyiségdimenzók és a kreatív énhatékonyság, kreatív identitás között kereste az összefüggéseket. Hasonló együttjárásokat talált a kreatív énhatékonyság és személyiség között, mint az említett kutatások, viszont külön vizsgálta azt, hogy a nők és férfiakál milyen prediktorok játszanak szerepet a kreatív énhatékonyság és kreatív identitásban. A nyitottság, a lelkiismeretesség és neuroticizmus a CSE és a CPI előrejelzője volt a mindkét nemnél egyaránt, továbbá az extravertió pozitív és barátságosság pedig negatív kapcsolatot mutatott a nők esetében a kreatív énhatékonyságnál. Férfiak körében a lelkiismeretesség és mutatott pozitív összefüggést a a CPI tekintve (Karwowski M. , Lebuda, Wisniewska, & Gralewski, 2013).

Korábbi kutatások (Hsu, Hou & Fan, 2011; lásd Karwowski és mts, 2013) együttjárást találtak a kreatív énhatékonyság és a belső motiváció között, továbbá a kíváncsiság és a kreatív beállítódás, gondolkodás is kapcsolatban van a CSE-vel (Karwowski M. , Lebuda, Wisniewska, & Gralewski, 2013).

Azok az egyének akiknél magas az észlelt énhatékonyság sokkal hatékonyabbak a tevékenységükben, és ezt a hatékonyságot azon képességükbe vetett hitből szerzik, amellyel egy helyzetet vagy egy problémát kontrollálni, irányítani tudnak. Ugyanakkor, a kreatív énhatékonyság gyakran előre tudja jelezni a kreatív erőbefektetést is. Többnyire ez magas kockázattal jár, ezért fent kell tartani a kitartást annak érdekében, hogy folytatódjon a tevékenység a felmerülő akadályok ellenére is. (Mathisen & Bronnick, 2009).

A kutatások nem csak azt vizsgálták, hogy mi serkenti, fejleszti a kreatív énhatékonyságot, hanem a gátló tényezőkre is hangsúlyt fektettek. A szociális-kognitív elmélet azt állítja, hogy azoknál az egyéneknél, akiknél növekedett a szorongás és a félelem kevés esély van, hogy megtapasztalják az énhatékonyság növekedését. Ez azért valószínű, mert a negatív érzelmek jeleznek, hogy csak gyenge teljesítményre hajlamosak (Ng & Lucianetti, 2016).

I.3. Kultúra

I.3.1. A kultúra meghatározása

A kultúrát többféle képpen lehet definiálni, és a kutatási terület változásával, változik a kultúra fogalma is. Hofstede szerint a kultúra az egyén azon kollektív programozása, amely megkülönbözteti a csoport egyes tagjait a más csoport tagjaitól (Hofstede, 2011). A kultúra egyik legfontosabb szerepe, hogy a benne élőket megvédje a káosztól, biztonságérzetet adjon a saját sikereiket illetően (Csíkszentmihályi, 2008). Kroeber és Kluckhohn (lásd Brislin, 1976) szerint a kultúra a csoportok mintájára vonatkozik, szimbólumok által kialakított és továbbadott. Továbbá hagyományos (például történelmileg fennmaradt és kiválasztott) ötletekből és főleg azokból megmaradt értékekből áll (Brislin, 1976). A kultúra meghatározza, hogy az egyén hogyan viszonyul a többiekhez, hogyan gondolkodik, hogyan viselkedik és hogyan látja a világot.

A kultúrával kapcsolatos kutatások témáját tekintve legtöbb esetben összehasonlító elemzések, értékrendszeren alapuló megközelítések. A kulturális különbségeket vizsgáló korábbi tanulmányok alapján a kultúrához tartozó normák megosztják az elképzelést arról, hogy melyik elfogadható viselkedés, és melyik nem. Az egyének szociális normákat alkotnak, mert biztonságban akarják érezni magunk azzal kapcsolatosan, hogy az ő ítéletük és viselkedésük elfogadható a referencia csoport által (Chua, Yannig, & Lemoine, 2015). A kultúra nem csak a normákkal van kapcsolatban, hanem a nyelvvel és a beszéddel. Hall szerint a kultúra kommunikáció és a kommunikáció kultúra. Ezt figyelve, nehéz eldönteni, hogy a kultúra vagy a

beszéd a visszhang. A kettőség oka, hogy az egyén a kultúráját kommunikáció által tanulja meg, miközben a kommunikáció egy visszajelzés a kultúrára (Samoyar, Porter, & McDaniel, 2009).

Funkciója fejleszteni a kultúra tagjainak adaptációját, magába foglalja azt a tudást, amire az embernek szüksége van a szociális környezetben hatékonyan működjön. Fuller szerint a kultúra mindent egyszerűbbé tesz (Samoyar, Porter, & McDaniel, 2009).

I.3.2. Kulturális különbségek

I.3.2.1. Az individualizmus és kollektívizmus

Az individualizmus és kollektívizmus értékei a csoporthoz való viszonyulásban mutatkoznak meg, mégpedig a függetlenség vagy másoktól való függőségben. Az individualista kultúrában az egyének függetlennek látják magukat és egyedi vonásmintázzal különböztetik meg magukat másoktól. Ezzel szemben a kollektív kultúrában az egyén függ az adott csoporttól, amelyhez tartozik (Goncalo & Staw, 2004).

A legelterjedtebb dimenzió ami szerint a kultúrát vizsgálják, az az individualizmus és kollektívizmus. Az individualista kultúrában az egyén szükségletei, értékei, céljai elsőbrendűséget élveznek, mint a csoport értékei, céljai (Gudykunst, Toomey, & Nishida, 1996). Az egyén identitása szorosan kapcsolódik az ő szociális csoportjához a kollektív kultúrában, ezért a fő célja nem a függetlenség másoktól, hanem az érdeklődés kimutatása mások iránt (Davidson, Jaccard, Triandis, Morales, & Diaz-Guerrero, 1976). A kollektív kultúrák azok, amelyben az emberek születésüktől fogva egy szoros, összetartó csoportba kerülnek bele, és ezt követően, nem kérdőjelezzik meg a csoport iránti hűségüket. Ezek az egyének, egy egymástól függő világban élnek, amely megerősíti a szociális egymásrautaltságukat. Ezzel szemben az individualista társadalomban eltűnik a szociális kapcsolódás és mindenki saját érdekeire figyel, vagy a közeli családtagokéra. Hofstede által használt kifejezés, ökológiai megtévesztés (az ecological fallacy), arra vonatkozik, hogy a nemzeti értékek tükrözik az egyéni értékeket (Goodwin & Plaza, 2000).

I.3.2.2. Hofstede-féle kulturális dimenziói:

Hofstede (2011) az individualizmus és a kollektívizmus mellett négy másik dimenziót különít el:

A hatalmi távolság, egyének között levő hatalmi különbség természetességére vonatkozik. Abban az esetben ha magas az érték, ez a társadalmi jelenség normális és természetes, ellentétben az alacsonnyal, ahol az emberek úgy vallják egyenlőek kell legyenek (Gudykunst, Toomey, & Nishida, 1996). Egy családban vagy szervezetben a kevés hatalommal rendelkező személy elfogadja, hogy a hatalom egyenlőtlenül van kiosztva. Ez reprezentálja a fentről meghatározott, függőleges egyenlőtlenséget, amivel a vezetők és a követők is egyaránt azonosulnak. A hatalom és egyenlőtlenség minden társadalomban alap jelenség, csak van, ahol kevésbé jellemző.

Az alacsony hatalmi távolság esetében a szülők egyenrangúan nevelik a gyerekeket, az oktatás inkább diák centrikus. Az alárendelt egyének elvárják, hogy az ők véleményüket is figyelembe vegyék. A többelvű, liberális kormány a többségi szavazaton alapul és békésen változik, a korrupció ritka. Vallást tekintve a hívők egyenlőségét tartják fontosnak. Ezzel ellentétben, a magas hatalmi távolsággal rendelkező társadalmakban, a szülők engedelmességre, szófogadásra tanítják a gyerekeket, az idős személyeket tisztelik. Az oktatás többnyire tanár centrikus, a hierarchia egzisztencialista egyenlőtlenséget jelent, ez mellett az alárendelt személyek elvárják hogy mások megmondják mit tegyenek. A korrupció gyakoribb, a vallásban pedig a papok vannak hierarchia felsőbb szintjein (Hofstede, 2011).

A bizonytalanság elkerülés magába foglalja azt a szintet, amellyel a kultúra tagjai megpróbálják elkerülni a kiszámíthatatlant, bizonytalant (Gudykunst, Toomey, & Nishida, 1996). Nem egyenlő a kockázatkerüléssel, mert a bizonytalanság elkerülés a társadalomak a kétértelműséggel szembeni toleranciáját jelenti. Attól függően, hogy a kultúra hogyan programozza az egyéneket a nem strukturált helyzetben érezhetik magukat kényelmesen vagy kényelmetlenül is. Ezek a kultúrák minimalizálni próbálják a lehetőségét olyan szituációk felmerülésének, amelyek felrúgják a szabályokat és törvényeket. A gyenge bizonytalanság elkerüléssel rendelkező társadalmakban alacsonyabb a stressz és a feszültség, magasabb a szubjektív egészség és a jólét. Jobban tolerálják a deviáns egyéneket és ötleteket, azt, és úgy gondolják ami más, az érdekes. A tanárok felvállalják, ha valamit nem tudnak, a munkahely váltása nem okoz problémát, ez mellett nem szeretik a szabályokat, legyen az írott vagy íratlan. Ezzel

szemben az erős elkerülő kultúrákban, magasabb a stressz, a neuroticizmus, alacsonyabb a szubjektív jólét. Kevésbé elnézőek a deviáns személyekkel és ötletekkel, a másságot veszélyesnek tartják. Az emberek szükségét érzik a strukturált és tiszta szabályoknak, a tanárok úgy tartják, minden kérdésre kell tudják a megfelelő választ. Alacsony a munkahelyről kilépések száma, akkor is maradnak, ha nem előnyös számukra (Hofstede, 2011).

A maszkulinitás – femininitás dimenzió az értékek nem szerinti elkülönítésére vonatkozik. A nőknek a feminin országokban hasonló értékük van, mint a férfiaknak. Továbbá jellemző a család és munka egyensúlya. Úgy tartják, hogy a fiúk és lányok egyaránt sírhatnak, és nem verekedhetnek. Az anyák döntenek a gyerekek számáról, és a nők is kerülhetnek, választhatóak politikai pozíciókra. A maszkulin országokban a nők is asszertívek és versenyképesek, de nem annyira, mint a férfiak. A munkahely és család között nem található egyensúly, a munka elsőbrendű a családnál. Az apák döntenek a gyerekek számáról, és úgy gondolják, hogy a csak a lányok fejezhetik ki érzelmeik sírással, a fiúknak viszont verekedni kell.

Az utolsó dimenzió a hosszú távú orientációra vonatkozik, ami Hofstede szerint, a gazdasági fejlődéshez szorosan kapcsolódik. A rövid távú orientációjú társadalmakban, az élet legfontosabb eseményei a múltban vagy a jelenben történtek / történnek, jellemző a stabilitás és az állandóság, eszerint egy jó ember, mindig ugyanaz, és egységesen meghatározott mi a jó és mi nem. A tanulást, a sikereket és kudarokat tekintve minden a szerencsén múlik. Ezzel szemben, a hosszú távú orientációjú kultúrában az egyének a körülményekhez alkalmazkodnak, a legfontosabb események a jövőre korlátozódnak. A családi életben a feladatok megoszlanak, a hagyományok változtathatóak a körülményekhez igazítva. A diákok a sikert az erőbefektetésnek, a kudarcot pedig annak hiányának tulajdonítják (Hofstede, 2011).

I.3.2.3. Kulturális különbségek az önkifejezésben

Az egyéniség kifejezése kultúra szintjén különbözik. A beszéd általi énkifejezés az individualista kultúrához szorosan kötődik, legyen az akár egy dalszöveg, könyv vagy hirdetés. Az énkifejezés számos pozitív fogalommal van összefüggésben, például a szabadság, önbizalom, stílus, kreativitás. A szólásszabadság szimbolizálja az alap szabadságot, hogy az egyén önmaga legyen, ez mellett nagyon fontos joguk az amerikaiaknak. Ezzel ellentétben a verbális énkifejezésnek nincs annyira nagy jelentősége a kollektív kultúrákban, például Észak-Ázsiában.

Az elmélkedő és önfegyelmező csend gyakran értékesebb mint a beszéd (Sherman & Kim, 2007). Ezt az elképzelést Kim (2002) kísérlete is alátámasztotta, ahol ázsiai és amerikai résztvevőket kért arra, hogy oldjanak meg pár Raven Mátrix feladatot. Random kiválasztással sorolták be őket vagy a csendes vagy a verbalizációs feltételhez, ahol a gondolataikat kellett megfogalmazniuk a feladat megoldása közben. Az eredmény azt mutatta, hogy azoknál az ázsiai résztvevőknél akik a verbalizációs kontrollt kapták, rontotta a teljesítményt, hogy hangosan kellett gondolkodniuk, míg az amerikaiaknál ez nem volt megfigyelhető.

A két kultúra között a gondolkodásban is van különbség. Míg nyugaton az analitikus gondolkodásmód a domináns, addig keleten inkább a holisztikus, átfogó gondolkodásmód. Szintén Kim végzett ezzel kapcsolatosan is egy kísérletet, amiből arra következtetésre jutott, hogy a belső artikuláció, jelen esetben az ABC ismétlése, és a teljesítmény interferál az amerikaiaknál, de az ázsiai résztvevőknél nem (Kim, 2002).

I.4. A kreativitás és kultúra

Számos kutatás (Chen, 2009; Goncalo és Staw, 2004; Fang, 2016) jelent meg különböző országokban tanulmányozva a kreativitást, és az az általános következtetés vonható le, hogy a kultúra nagy mértékben meghatározza és befolyásolja, hogyan gondolkodunk, hogyan fejezzük ki gondolatainkat és hogyan határozzuk meg a kreativitást. A nyugati társadalmakban a kreativitás sikert jelent, egy pozitív töltetű szó, amelyet az újítással, innovációval, és a folyamattal asszociálnak. A kultúrán alapuló kreativitás szerepet játszik a szociális innovációban, és a társadalom fontos összetevő a kreativitás támogatásában (Chen, 2009). Keleten a kreativitást kevésbé megfogható és objektív megközelítésben értelmezik. Egy együttműködő erőfeszítésnek tartják, ahol az én másodlagos a többiekkel szemben. Az egyén nem teljesen újat alkot, hanem a hagyományokra épít (Elliot & Nakata, 2013).

Goncalo és Staw (2004) arra keresték a választ, hogy vajon az individualista vagy a kollektivisták csoportok hoznak kreatívabb döntéseket. A kísérletben két csoportot különítettek el, majd a kultúrát, mint független változót a következőképpen manipulálták: az individualista feltétel alatt, arra kérték a résztvevőket, hogy írjanak három állítást amellyel önmagukat jellemzik, hármat szintén magukról, megindokolva miért különböznek másoktól, és még három kijelentést arra vonatkozóan, hogy miért előnyös másoktól különválni. A kollektivisták feltételben, a csoportot kellett jellemezzék, ahová tartoznak, meg kellett indokolniuk, hogy miért olyanok mint a többiek,

végül érveket kellett felsoroljanak, hogy miért jó keveredni másokkal. Ezután két fajta feladatot kaptak a csoportok, amelyben ötleteket kellett összegyűjteni egy üres tér kihasználásához. Az egyik utasítás szerint gyakorlatias, a másik szerint pedig kreatív ötlettel kellett előálljanak. A eredmények alapján azt a következtetést vonták le, hogy az individualista csoport a kreatív utasításnál szignifikánsan több ötletet gyűjtött, míg a kollektivista csoport jobban teljesített a gyakorlatias, praktikus kritériumnál (Goncalo & Staw, 2004).

Rienne 2013-as kutatás alapján (lásd: Fang és mts, 2016) szintén azt az eredményt kapták, hogy az individualizmus és a kreativitás között pozitív kapcsolat van, mivel a hiedelmek, az autonómia és szabadság individuális értékek, és elengedhetetlenek a kreativitáshoz (Fang, Xu, Grant, Stronge, & Ward, 2016)

Egy másik kutatáseredmény alapján (Wagner, 1995) a kollektív értékekkel rendelkező csoportnál csökken a társas lazsálás, nő az együttműködés és a szervezeti kultúrában az egyének jobban azonosulnak a saját munkacsoportjukkal. Ezzel ellentétben Kanter szerint, lehet hogy a kollektív értékek a harmónia és együttműködés érzését keltik, de egyúttal gátolják az innovációhoz, újításhoz szükséges szikrát (Kanter, 1988). Hasonlóképpen, Lubart és Georgsdottir (2004) is azt állítja, hogy a kollektivista kultúrában a saját csoport autoritásának elfogadása is elnyomja a kreativitást.

Biettel és Burkhart (1963, lásd: Elliot & Nakata, 2013) a kreativitás két típusát különböztették meg, amely a kultúra szintjén is megjelenik, *spontán* és a *divergens* kreativitást. Az előbbi folyamatorientált, vagyis a célt nem változtatjuk meg, csak a folyamatot, ezért a hangsúly a cselekvésen van. Sokkal fontosabb az, hogy a művész hogyan dolgozik és kevésbé lényeges a végső eredmény, mert ha a folyamat jó, akkor a végeredmény minősége sem változhat.

Ezzel szemben a divergens kreativitás célorientált, legtöbbször bonyolult folyamatot használ és módosítja az elérni kívánt célt, hogy újat alkothasson. A spontán kreativitás inkább metafórikus, szimbólikus értelmezés kerül előtérbe, és arra törekednek ezáltal, hogy a nézőben az érzelmeket szólítsák meg. A divergens kreativitás prózaibb, az ötlet direkt lefordítódik, megjelenítődik az alkotásban, ezért nem az érzelmek kiváltása a cél, hanem a gondolkodás és a reakció. Kultúrával a következőképpen függ össze: a keleti kultúrákban inkább a spontenitás jellemző, az implicit dimenziót hangsúlyozzák, a nyugati kultúrákban többnyire a divergens kreativitás, az explicit kifejezések és a pontos vizuális formák dominálnak (Elliot & Nakata, 2013).

Többek között a kultúrát és kreativitást vizsgálva Paletz (lásd Paletz & Peng, 2008) említést tesz arról, hogy a nyugati alkotás fejlődésének van egy kezdete és egy vége, míg a keleti kreativitásban az alkotás szintén fejlődik, viszont egymást követő ciklusokban. Nyugaton az innovációt asszociálják a kreativitáshoz, míg keleten egy dinamikusabb folyamatként értelmezik, a hagyományok újrahaznosítását és újraértelmezését emelik ki (Paletz & Peng, 2008).

Lubart és munkatársa (2004) a kultúra kreativitásra való hatását vizsgálva 4 olyan lehetőséget azonosított be, amikor a kultúra befolyásolhatja az említett folyamatot:

1. Az emberek a különböző kultúrákból más más fogalmakat használnak a kreativitásra.
2. Az emberek eltérő kultúrákból, más más pszichológiai folyamatokat használhatnak a kreativitás serkentésére.
3. A nyelv is befolyásoló hatással lehet a kreativitás fejlődésére.
4. A környezet elősegítheti vagy gátolhatja az egyének kreativitását.

Az egyik fő elem, ami a kultúrát és a kreativitást összeköti az a konformitás. Moscovici szerint a kreatív ötletek deviánsak, legtöbb személy csak vonakodva osztja meg a csoport tagjaival (Moscovici, 1976). A kreativitás és konformitás közötti kapcsolat, nem csak arra ad választ, hogy egyes személyek miért kreatívabbak másoknál, hanem megmagyarázza bizonyos helyzetek miért segítik elő, vagy épp gátolják a csoportot abban, hogy új ötletekkel törekedjenek elő. A brainstorminggal kapcsolatos kutatások is hasonló eredményt mutattak ki a konformitás gátló aspektusairól (Diehl & Stroebe, 1987).

II. Módszertani rész

II.1. A kutatás céljai

II.1.1. Elméleti célok:

Célunk, eddigi kutatások eredményeinek kibővítése és az eddig nem vizsgált kultúrák közötti különbségeket feltárni a kreativitás, és személyiség körében. Előzetes tanulmányok inkább az ázsiai és amerikai társadalmat vizsgálták (Sherman & Kim, 2007; Fang, 2016; Paletz & Peng, 2008), kevés kutatás fektetett hangsúlyt az európai kisebb országokra. Jelen tanulmányukkal ezt a hiányosságot szeretnénk betölteni.

II.1.2. Módszertani célok

Kutatásunk módszertani céljai közt szerepel, hogy megvizsgáljuk a felhasznált mérőeszközökkel, személyiség-, és kreativitás kérdőívvel kapott válaszok, mennyire eltérőek a különböző kultúrákban. Hasonlóképp a Hofstede kulturális dimenziókat mérő kérdőív segítségével kapott adatok a különböző országok függvényében milyen mértékben eltérőek. További célunk a Kreatív én kérdőívben szereplő mutatók (kreatív identitás és kreatív énhatékonyság) külön tanulmányozása eltérő kultúrákban.

II.1.3. Gyakorlati célok

A kapott román, magyar, erdélyi, angol és más kultúra statisztikai adatai a kreativitás és a nemzetiség kapcsolatát tárják fel: milyen összefüggés van a kultúra és a kreatív identitás között, a különböző nemzetiségeket tekintve melyik személyiségvonás jellemző a kreatív egyénekre. Ez mellett hasznos információkkal arról, hogy a kreativitás mennyire eltérő lakhely (ország) és nemzetiség szempontjából, továbbá arról is, hogy kulturális dimenziók milyen mértékben vannak hatással a kreativitásra.

II.2. Hipotézisek

Több kutatás is azt találta (Fang, 2016; Goncalo és Staw, 2004; Chen, 2009, Elliot és Nakata, 2013), hogy a kultúra és a kreativitás között szoros kapcsolat van. Biettel és Burkhart (1963, lásd: Elliot és Nakata, 2013) szerint a spontán kreativitás olyan kultúrában van jelen, ahol a szimbólikus értelmezésre fektetnek hangsúlyt, ilyen a legtöbb keleti kultúra. A divergens kreativitás inkább a nyugati kultúrákban jelenik meg, mivel ott az explicit kifejezés lényegesebb és a kreatív ötlet pontosabban fogalmazódik meg, fordítódik le, túllép a szimbólikus értelmezésen.

Keleten a kreativitást egy dinamikusabb folyamatként értelmezik, többnyire újrahasznosításhoz kapcsolják míg nyugaton az innovációt társítják a kreativitáshoz.

Az eddig említett kutatások között nem szerepel olyan ország amit mi vizsgálunk. Ennek alapján szeretnénk kimutatni a kulturális dimenziók és a kreativitás közötti összefüggést.

H1: A kulturális dimenziók és a kreativitás mutatók közötti kapcsolatok különböznek nemzetiség mentén.

H2: A kreativitás mutatók különböznek a nemzetiség függvényében

Goncalo és Staw (2004) kutatása alapján az individualista csoportok / kultúrák kreatívabbak a kollektivistánál, ha az utasításban az szerepel, hogy kreatív megoldást kell hozzanak. Hasonlóképp Kater (lásd: Goncalo és Staw, 2004) eredménye szerint, annak ellenére, hogy a kollektivisták kultúra a harmónia és együttműködés érzését keltik, kioltják az újításához, innovációhoz szükséges szikrát. Barron és Harrington (1981) arra a következtetésre jutott, hogy a magas kreativitással rendelkező egyének olyan vonásokkal rendelkeznek, mint az autonómia, függetlenség, és ez ösztönözte a résztvevőket arra, hogy új ötletek elfogadásának érdekében törjék meg a kapcsolatot a csoporttal. Továbbá Gelade 2002-es kutatásában szintén azt az eredményt kapta, hogy a kreatív egyének személyiségprofiljában olyan jegyek találhatóak mint az autonómia és a független döntésekre való hajlam. Rienne (2013, lásd Fang, 2016) tanulmánya alapján is elmondhatjuk, hogy az individualizmus és a kreativitás között pozitív kapcsolat van, mert a hiedelmek, az autonómia és a szabadabb individuális értékek fontosak a kreativitás szempontjából. A konformitás, igyekezet, hogy a többiekkel azonosuljunk megöli a kreativitást.

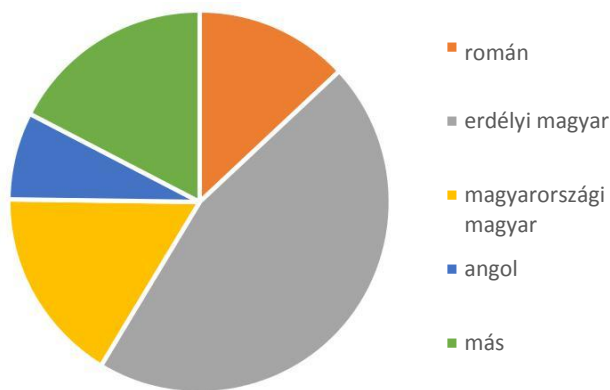
H3: A magas individualista és az alacsony individualista társadalomban élő egyének között különbség van a kreatív énhatékonyság szintjében.

Az extravertió, a tapasztalatok iránti nyitottság és a kreativitás között több kutatás is pozitív együttjárást talált (Karwowski, 2012). Csíkszentmihályi (2008) szerint a tapasztalatok iránti nyitottság elengedhetetlen a kreatív személyiség jellemzői közül. A kíváncsiság befolyásolja az újdonságkeresést, ami kreativitásban nyilvánul meg (Schweizer, 2006).

H4: Különbség van a magas és az alacsony nyitottságú csoportok között a kreatív énhatékonyságot, identitást és a kreativitást tekintve.

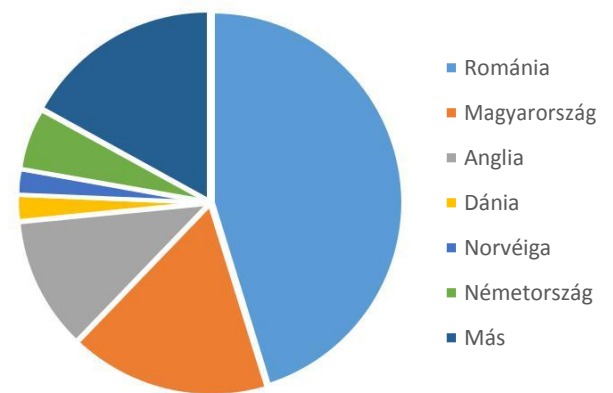
II.3. Résztvevők

A kérdőíveket összesen N=230 személy töltötte ki, ezen mintából 183 nő (79,6%) és 47 férfi (20,4%). A résztvevők életkora 14-75 év közötti (M=25.44, SD=9.42), különböző nemzetiségűek: 30 román (13%), 105 erdélyi (45%), 38 magyar (16.5%), 17 angol (7.4%) és 40 más nemzetiség (17%) (lásd 1. Ábra). Lakhely szerinti eloszlást a 2. Ábra mutatja be.



1. Ábra

Nemzetiség szerinti eloszlás



2. Ábra

Lakhely szerinti eloszlás

II.4. Eszközök és módszerek:

Demográfiai adatlap (lásd 1. Melléklet): tartalmazza a kitöltőre vonatkozó demográfiai adatokat: életkor, nem, lakhely és nemzetiség

Hofstede Cultural Questionnaire (Hofstede, 2011; lásd 2. Melléklet, $\alpha=.67$): Hofstede kérdőíve 5 kulturális dimenziót különít el:

1. Hatalmi távolság (Power Distance) - társadalomban megjelenő egyenlőtlenség mértéke

1.a) *“Az egyén egy szervezetben képes kell legyen megteremteni saját helyét/ funkcióját – 1.b) Egy szervezetben mindenkinek pontosan meg van határozva a szerepe.”*

2. Individualizmus-kollektívizmus (Individualism - Collectivism) – az egyén csoportba való beilleszkedése

“2.a) A csoportom szabályai befolyásolják viselkedésemet – 2.b) Teljes személyes szabadságom van.”

3. Maszkulinitás-feminitás (Masculinity and Femininity)- a férfi és női szerepek megosztottsága

“3.a) A társamtól szeretetet és kölcsönös vonalmat, várok el. – 3.b) Amit a legjobban akarok a társamtól, az a támogatás a nehéz helyzetekben.”

4. Bizonytalanság elkerülése (Uncertainty Avoidance)- a jövőbeli ismeretlen helyzetekhez való hozzáállás

“4.a) A gyerekeket arra kell tanítani, hogyan küzdjenek meg a káosszal és a kétértelmű helyzetekkel. – 4.b) A gyerekeket arra kell tanítani, hogy legyenek szervezettek és kerüljék el a kétértelmű helyzeteket.”

5. Hosszú távú orientáció (Long Term versus Short Term Orientation) - az egyének, jövőre való koncentrálása, választása

“5.a) Az emberek viselkedését mindig befolyásolják a gyökereik – 5.b) Az emberek cselekedetüket a jövőbe vetítik ki.”

Minden kulturális dimenziót 5 kijelentés-pár mér. A kitöltőnek a két ellentétes állítás között, 1-5-ig terjedő skálán el kell dönteni, melyik állítás jellemzőbb rá és a társadalomra ahol él.

Kreatív én skála (Short Scale of Creative Self, Karwowski, 2012b; lásd: 3. Melléklet, $\alpha=.88$):

Karwowski kreatív énhatékonyságot és kreatív identitást mérő kérdőívét a korábbi tanulmányok alapján (Tierney & Farmer 2002; Jaussi, Randel & Dionne, 2007) alakította ki. 20 állítás közül kiválasztott 11 itemet, amelyből 6 a kreatív énhatékonyságot és a többi a kreatív identitást méri (Karwowski, Lebuda, & Wiśniewska, 2012)

Példa, a kreatív identitást mérő itemre: *“Úgy gondolom, hogy egy kreatív személy vagyok.”*

Példa, a kreatív énhatékonytságot mérő itemre: *“Tudom, hogy képes vagyok megoldani bonyolultabb problémákat.”*

Hexaco-60 (Ashton & Lee, 2009; lásd. 4. Melléklet $\alpha=.73$) A HEXACO kérdőív a személyiségdimenziók mérésére, feltárására volt alkalmazva. Ez a skála hat vonást foglal össze amelyet 10-10 item mér:

1. Becsületesség (Honesty-Humility): *“Akkor sem hízelegnék a főnökömnek, ha tudnám, fizetésemelést vagy előrelépet érdék el velem”*
2. Emocionalitás (Emotionality): *“Nyugtalansággal töltene el, ha rossz időjárási körülmények között kellene utazást vállalnom.”*
3. Extraverzió (Extraversion): *“Alapjában véve úgy érzem, hogy elégedett vagyok magammal.”*
4. Barátságosság (Agreeableness): *“Még azokkal szemben sem vagyok haragtartó, akik csúnyán megbántottak.”*
5. Lelkiismeretesség (Conscientiousness): *“Céljaim elérésére gyakran minden erőmet bevetem”*
6. Nyitottság (Openness to Experience): *“Ha az alkalom úgy hozná, szívesen elmennék egy klasszikus koncertre.”*

A résztvevők 1-5-ig terjedő skálán (1-“egyáltalán nem értek egyet” – 5- “teljes mértékben egyetértek”) kellett válaszoljanak a 60 kijelentésre. A magasabb érték magasabb tendenciát mutat az adott vonás fele.

II.5. Vizsgálati eljárás

A kutatáshoz szükséges adatok felvételéhez kérdőíves eljárást alkalmaztunk. Minden résztvevő online, önállóan töltötte ki a kérdőíveket, majd a válaszokat a Google űrlaphoz tartozó táblázat segítségével összesítettük. A kitöltés körülbelül 10 percet vett igénybe, azelőtt, mindenki informálva volt a kutatás céljáról és az válaszok, adatok anonim felhasználásáról. A kérdőívek (angol, román, magyar) 2016 novembertől - 2017 márciusig voltak elérhetőek.

II.6. Kutatási design

A nemzetiségek között található különbségek és a kulturális -, személyiségdimenziókkal való kapcsolatok vizsgálatára, kimutatására korrelációs -, független mintás *t*- próbákat (Independent *t*-test) és egyszempontos varianciaanalízist használtunk (One-Way ANOVA).

II.7. Eredmények bemutatása és értelmezése

A nemzetiség kategória mellett a lakhely (ország) szerint is csoportosítottuk a résztvevőket: Románia (N=104), Magyarország (N=39), Anglia (N=26), Németország (N=12), Norvégia (N=5). Mivel voltak olyan országok, ahol 5-nél kevesebb személy töltötte ki a kérdőíveket, ezért összesítettük a különböző országokból származó adatokat (N=44).

II.7.1. Az eredmények bemutatása

II.7.1.1. Első hipotézis vizsgálata:

H1: A kulturális dimenziók és a kreativitás mutatók közötti kapcsolatok különböznek nemzetiség mentén.

Az első hipotézisünk szerint az öt kulturális dimenzió és a kreatív mutatók (kreatív identitás, kreatív énhatékonyság) között eltérőek az összefüggések, a különböző nemzetiségeket tekintve (lásd: 1.1.Táblázat – 1.5. Táblázat)

1.1.Táblázat

A kulturális dimenziók és a kreativitás mutatók közötti kapcsolatok a román nemzetiségű csoportnál

	Kreatív énhatékonyság	Kreatív identitás	Kreativitás
1.Hatalmi távolság	.460*	.439*	.484**
2.Individualizmus	.437*	.212	.339
3.Maszkulinitás	.362*	.404*	.416*
4.Bizonytalanság elkerülés	.414*	.384*	.429*

5.Hosszú távú orientáció	.414*	.189	.314
---------------------------------	--------------	------	------

*p<0.05 **p<0.01

Az eredmények alapján a román nemzetiségű csoportnál kreatív énhatékonyság mind az öt kulturális dimenzióval kapcsolatban van. A kreatív énhatékonyság pozitív együttjárást mutatott a hatalmi távolsággal ($r=.460$ $n=30$, $p=.010$), az individualizmussal ($r=.437$ $n=30$, $p=.016$), a maszkulinitás-femininitás dimenzióval ($r=.362$ $n=30$, $p=.050$), a bizonytalanság elkerüléssel ($r=.414$ $n=30$, $p=.023$) és a hosszú távú orientációval ($r=.414$ $n=30$, $p=.023$) A kreatív identitás és az kreativitás viszont csak a hatalmi távolsággal ($r=.439$ $n=30$, $p=.015$; $r=.484$ $n=30$, $p=.007$) a maszkulinitás-femininitás dimenzióval ($r=.404$ $n=30$, $p=.027$; $r=.416$ $n=30$, $p=.022$) és a bizonytalanság elkerüléssel ($r=.384$ $n=30$, $p=.036$; $r=.429$ $n=30$, $p=.018$).

1.2.Táblázat

A kulturális dimenziók és a kreativitás mutatók közötti kapcsolatok a magyar nemzetiségű csoportnál

	Kreatív énhatékonyság	Kreatív identitás	Kreativitás
1.Hatalmi távolság	.017	-.001	.009
2.Individualizmus	.371*	.160	.286
3.Maszkulinitás	.118	.037	.083
4.Bizonytalanság elkerülés	-.079	.015	-.035
5.Hosszú távú orientáció	.088	.051	.075

*p<0.05

A magyarok esetében csak a kreatív énhatékonyság és az individualizmus között találtunk kapcsolatot ($r=.371$ $n=38$, $p=.022$).

1.3. Táblázat

A kulturális dimenziók és a kreativitás mutatók közötti kapcsolatok az erdélyi csoportnál

	Kreatív énhatékonyság	Kreatív identitás	Kreativitás
1.Hatalmi távolság	.112	-0.66	.023
2.Individualizmus	.335**	.100	.241*
3.Maszkulinitás	.102	.037	.077
4.Bizonytalanság elkerülés	.035	-.021	.007
5.Hosszú távú orientáció	.065	.203*	.153

*p<0.05 **p<0.01

Az erdélyi csoportnál az individualizmus kreatív énhatékonysággal ($r=.335$ $n=105$, $p=.000$) és a kreativitással ($r=.241$ $n=105$, $p=.013$) van pozitív kapcsolatban, továbbá a kreatív identitás és a hosszú távú orientáció között ($r=.203$ $n=105$, $p=.038$) találtunk összefüggést.

1.4. Táblázat

A kulturális dimenziók és a kreativitás mutatók közötti kapcsolatok az angol nemzetiségű csoportnál

	Kreatív énhatékonyság	Kreatív identitás	Kreativitás
1.Hatalmi távolság	.252	.293	.303
2.Individualizmus	-.172	-.239	-.234
3.Maszkulinitás	.129	.062	.095
4.Bizonytalanság elkerülés	-.426	-.241	-.339
5.Hosszú távú orientáció	-.202	-.419	-.370

Ellentétben a román, magyar, erdélyi csoportokkal szemben, az angol nemzetiségű csoportnál nem találtunk szignifikáns kapcsolatot egyik kreativitás mutató és kulturális dimenzió között. Ez látható az 1.4. Táblázatban.

1.5. Táblázat

A kulturális dimenziók és a kreativitás mutatók közötti kapcsolatok az más nemzetiségű csoportnál

	Kreatív énhatékonyság	Kreatív identitás	Kreativitás
1.Hatalmi távolság	.016	.135	.093
2.Individualizmus	.193	.134	.176
3.Maszkulinitás	.157	.180	.188
4.Bizonytalanság elkerülés	-.051	-.042	-.051
5.Hosszú távú orientáció	.101	.141	.137

Hasonlóan az angol csoporthoz, a más nemzetiségű csoportoknál (lásd: 1.5. Táblázat) itt sem találtunk szignifikáns együttjárást a változók között.

II.7.1.2. Második hipotézis vizsgálata:

H2: A kreativitás mutatók különböznek a nemzetiség függvényében

A második hipotézisünk alapján a kreativitás mutatókban : kreatív énhatékonyság (2.2.Táblázat) kreatív identitás (2.3. Táblázat), összkreativitás (2.4. Táblázat) vizsgáltuk az eltéréseket, különböző nemzetiségű csoportoknál.

2.1. Táblázat

		<i>df</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Kreatív énhatékonyság	Csoportok között	4	1.30	.270
	Csoporton belül	225		
	Összesen	229		
Kreatív identitás	Csoportok között	4	4.15	.003
	Csoporton belül	225		
	Összesen	229		
Kreativitás	Csoportok között	4	2.95	.021
	Csoporton belül	225		

A második hipotézis vizsgálatához egyszempontos varianciaanalízist használtunk (One-Way ANOVA) amiben a nemzetiség közötti különbségeket vizsgáltuk a kreativitás mutatók mentén. A táblázatban összefoglalva (lásd 2.0. Táblázat) látható, hogy a kreatív énhatékonyság esetében nem jelentkezik szignifikáns különbség a csoportok között [$F(4, 225) = 1.30, p = .270$], viszont a kreatív identitásnál [$F(4, 225) = 4,15, p = .003$] és kreativitásnál [$F(4, 225) = 2,95, p = .021$] jelentős különbség van.

Post hoc elemzésnél megnéztük mindegyik kreativitás mutató esetében hogy melyik nemzetiségnél található különbség a csoportátlagok között (lásd 2.1. Táblázat – 2.3. Táblázat)

2.2. Táblázat

A kreatív énhatékonyságban megjelenő különbségek a nemzetiség függvényében

		Átlagok		
		közötti		
		különbségek		
		(I-J)		
Nemzetiség (I)	Nemzetiség(J)		p	
Kreatív énhatékonyság	erdélyi	román	.136	.311
		magyar	.195	.112
		angol	.218	.195
		más	.212	.078

* $p < 0.05$

A 2.2. Táblázat alapján látható, hogy a kreatív énhatékonyságot tekintve, csak az erdélyi csoport és más nemzetiségű csoport átlaga között volt különbség ($p = .078$). A táblázat alapján arra következtethetünk, hogy az erdélyiek énhatékonyság átlaga magasabb, mint a más nemzetiségű csoport átlaga.

2.2. Táblázat

A kreatív identitásban megjelenő különbségek a nemzetiség függvényében

	Nemzetiség (I)	Nemzetiség(J)	Átlagok közötti különbségek (I-J)	
				<i>p</i>
Kreatív identitás	román	magyarországi	-.284	.128
		erdélyi	-.394*	.013
		angol	.012	.960
		más	.095	.670
	magyar	román	.284	.128
		erdélyi	-.110	.447
		angol	.296	.185
		más	.379*	.029
	erdélyi	román	.394*	.013
		magyar	.110	.447
		angol	.406*	.043
		más	.489*	.001
	angol	román	-.012	.960
		magyar	-.296	.185
		erdélyi	-.406*	.043
		más	.083	.707
más	román	-.095	.607	
	magyar	-.379*	.029	
	erdélyi	-.489*	.001	
	angol	-.083	.707	

* $p < 0.05$

Az eredmények alapján több különbséget is találtunk a kreatív identitásban (lásd 2.3 Táblázat). A magyar csoport esetében, pozitív különbséget találtunk a más nemzetiség csoportátlagával szemben ($p = .029$). Továbbá az erdélyi csoport kreatív identitás átlaga jelentősen magasabb mint a román ($p = .013$) angol ($p = .043$) és más nemzetiségűek ($p = .001$) csoportátlaga.

2.3. Táblázat

A kreativitásban megjelenő különbségek a nemzetiség függvényében

	Nemzetiség (I)	Nemzetiség(J)	Átlagok	<i>p</i>
			közötti különbségek (I-J)	
Kreativitás	román	magyar	-.113	.471
		erdélyi	-.265*	.046
		angol	.047	.809
		más	.086	.579
	magyar	román	.113	.471
		erdélyi	-.152	.209
		angol	.159	.393
		más	.198	.172
	erdélyi	román	.265*	.046
		magyar	.152	.209
		angol	.312	.063
		más	.351*	.003
	angol	román	-.047	.809
		magyar	-.159	.393
		erdélyi	-.312	.063
		más	.039	.834
más	román	-.086	.579	
	magyar	-.198	.172	
	erdélyi	-.351*	.003	
	angol	-.039	.834	

* $p < 0.05$

A kreativitást tekintve az erdélyi magyarok kreativitás átlaga különbözik a román ($p = .046$) és más nemzetiségű ($p = .003$) csoportok kreativitás átlagától.

II.7.1.3. Harmadik hipotézis vizsgálata

H3: A magas individualista és az alacsony individualista társadalomban élő egyének között különbség van a kreatív énhatékonyság szintjében.

Ez a feltételezés azt jelenti, hogy a magas és az alacsony individualista csoportok kreatív énhatékonyság átlaga eltér egymástól.

A különbség vizsgálatának érdekében, az individualizmusnál három kategóriát különítettünk el: 6-13 pontszám között alacsony (N=26), 14-19 pontszám között közepes (N=164), és 20-25 között pedig magas individualizmust (N=40), majd a tesztelésénél páratlan mintás *t*-próbát alkalmaztunk ennek kimutatására (lásd: 2. Táblázat)

2. Táblázat

Az alacsony és magas individualista csoportok közötti különbségek a kreativitás mutatók mentén

<i>Kreatív énhatékonyság</i>	M	SD	t(64)	p
Alacsony individualizmus	3.76	.589	-4.589	.000
Magas individualizmus	4.37	.475		
<i>Kreatív identitás</i>				
Alacsony individualizmus	3.96	.738	-1.251	.215
Magas individualizmus	4.20	.769		
<i>Kreativitás</i>				
Alacsony individualizmus	3.86	0.597	-2.859	.006
Magas individualizmus	4.28	0.577		

A függetlenmintás *t*-próba eredménye alapján jelentős különbség van az alacsony és magas individualizmus között kreatív énhatékonyságot ($t(64)=-4.589$, $p=.000$) és kreativitást ($t(64)=-2.859$, $p=.006$) tekintve. Nem találtunk szignifikáns különbséget a kreatív identitásnál. A kreatív énhatékonyság esetében nagyobb különbség mutatkozott, mint a kreativitásban.

II.7.1.4. Negyedik hipotézis vizsgálata

H4: Különbség van a magas és az alacsony nyitottságú csoportok között a kreatív énhatékonyságot, identitást és a kreativitást tekintve.

Negyedik hipotézisünk alapján az alacsony és magas nyitottságú csoportok közötti különbséget vizsgáltuk a kreatív mutatók mentén (lásd 3. Táblázat) A különbség vizsgálatának érdekében, a nyitottság esetében is három kategóriát különítettünk el: 18-31 pontszám között alacsony (N=39), 32-37 pontszám között közepes (N=62), és 38-50 között pedig magas nyitottságot (N=129).

3.Táblázat

Az alacsony és magas nyitottságú csoportok közötti különbségek a kreativitás mutatók mentén

<i>Kreatív</i>	M	SD	t(116)	p
<i>énhatékonyság</i>				
Alacsony nyitottság	3.58	0.772	-3.629	.001
Magas nyitottság	4.06	0.587		
<i>Kreatív identitás</i>				
Alacsony nyitottság	3.37	0.905	-5.670	.000
Magas nyitottság	4.26	0.647		
<i>Kreativitás</i>				
Alacsony nyitottság	3.48	0.761	-5.223	.000
Magas nyitottság	4.16	0.549		

Az eredmények alapján a nagyobb nyitottságú csoportoknál magasabb volt mindegyik kreativitás mutató. A kreatív indentitás esetében volt a legnagyobb eltérés ($t(116) = -5.670$, $p = .000$) kreatív énhatékonyságnál kisebb különbséget találtunk ($t(116) = -3.629$, $p = .001$), továbbá a kreativitásban is mutatkozik különbség ($t(116) = -5.223$, $p = .000$).

II.7.2. Az eredmények értelmezése

II.7.2.1. Első hipotézisvizsgálat eredményeinek értelmezése

Az első hipotézisben azt vizsgáltuk, hogy a Hofstede által elkülönített kulturális dimenziók (hatalmi távolság, individualizmus-kollektívizmus, maszkulinitás-femininitás, bizonytalanság elkerülés, hosszú távú orerintáció) és a kreativitás mutatók (kreatív énhatékonyság, kreatív identitás) milyen kapcsolatban vannak, a különböző nemzetiségek mentén.

Az énhatékonyság esetében a román, magyar és az erdélyi csoportnál találtunk összefüggést. A román nemzetiségűeknél mind az 5 dimenzióval pozitív kapcsolatban van az kreatív énhatékonyság, míg az magyarok és erdélyiek esetében csak az individualizmussal van összefüggés.

Egy tanulmányban (Xiong, 2015) szintén a kreativitás és a kultúra kapcsolatát vizsgálták román diákoknál, továbbá feltételezték, hogy ez a kapcsolat, pontosabban az individualizmus-kollektívizmus, hatalmi távolság és bizonytalanság elkerülés dimenziókban mutatkozik meg leginkább. Xiong (2015) által talált eredményekben, nem mutatkozott szignifikáns kapcsolat a kulturális dimenzióknál.

Számos kutatás bebizonyította, (Jones & Davis, 2000, lásd Xiong, 2015) hogy az individualista értékek: egyediség, autonómia, függetlenség, nagyobb hatással van a kreativitásra és az innovatív ötletre, a kollektívista értékkel szemben.

Jelen kutatás eredményeivel szintén alátámasztható, hogy az individualizmus és kreatív énhatékonyság között pozitív együttjárás van a román, magyar, és erdélyi nemzetiségeknél.

A hatalmi távolságot tekintve is találtak összefüggést a kreativitással. Abban a társadalomban ahol magas a hatalmi távolság, az egyént egy probléma megjelenésekor saját önállóságára és „hatalmára” bízattják, ennek eredményeképp kisebb az esélye, hogy más személyek (például: beosztottak) kezdeményezzenek megoldást. Ez azért előnyös az új ötletek kialakulásában, megfogalmazásában, mert az egyén saját ötleteire, hatékonyságára és kreativitására támaszkodva keres megoldást az adott problémára. A román csoportnál talált

eredmények alátámasztják ezt az elképzelést, miszerint a hatalmi távolság és a kreatív énhatékonyság között együttjárás található.

A Cox, Friedman és Tribunella (2011, Fang, 2016) eredményei szerint összefüggés van a kulturális dimenziók és a hatékonyság között. Az ő tanulmányukban a GDP és az individualizmus között pozitív, míg a hatalmi távolsággal negatív kapcsolatot találtak. Ez az eredmény magyarázatként szolgál arra, hogy az egyes kulturális dimenziók miatt mutattak kapcsolatot a kreatív énhatékonysággal.

A bizonytalanság elkerülés és a kreativitás kapcsolata a következőképpen nyilvánul meg: amennyiben a bizonytalanság elkerülés magas (nagyobb a preferencia a szabályokra, és a kétértelmű, bizonytalan helyzetere az egyének szorongással reagálnak) csökkenti az újítás, innovációra való motiváltságot. Azokban a társadalmakban amelyekre nem jellemző a bizonytalanság elkerülés (a kétértelmű helyzetek nem váltanak szorongást) az egyének sokkal nyitottabbak a változásra és az újításra (Xiong, 2015).

Ez kutatás magyarázza az általunk kapott eredményeket is, miszerint román nemzetiségű csoport esetében pozitív kapcsolat van a kreativitás és a bizonytalanság elkerülés között.

Fang korábbi kutatásában (2013, lásd 2016) azt találta hogy a hosszú távú orientáció szignifikáns prediktor volt a diákok matematika és tudomány területén elért eredményeire. Továbbá a hosszú távú eredmény nem más, mint a társadalom kreativitása és hatékonysága. Egy másik tanulmány szerint (Gorodnichenk és Roland, 2010; lásd Fang, 2016) az individualizmus - kollektívizmus közül, az individualizmus vezet magasabb hosszú távú orientációhoz, ezzel együtt hatékonysághoz is. Az általunk kapott eredmények alapján a román csoportban a kreatív énhatékonyság mindkét tényezővel (individualizmus és hosszú távú orientáció) kapcsolatban van.

II.7.2.2. A második hipotézisvizsgálat eredményeinek értelmezése

A második hipotézisben azt feltételeztük, hogy a kreativitás mutatók eltérőek a nemzetiség függvényében. Az felhasznált szakirodalomban, nem találtunk olyan kutatást, ahol ezeket a nemzetiségeket vizsgálták, viszont az eredményeink azt mutatják, hogy több eltérés is van.

Elsősorban a kreatív énhatékonyságnál, az erdélyi magyar csoportnak nagyobb az átlaga, mint a más nemzetiségű csoportnak, ez mellett a kreatív identitás is magasabb a román, angol és más

nemzetiséggel szemben. Ez a különbség szintén megjelenik a kreativitásnál is, a román és más nemzetiség esetében. Az erdélyi csoporton kívül, a magyarországi kreatív identitás csoportátlaga magasabb mint a más nemzetiágú csoporté, viszont ez a kreativitásban már nem található meg.

Az erdélyi csoport magasabb és a más kultúra alacsonyabb kreativitásához magyarázatot nyújt néhány kutatás eredményeiből lehet következtetni.

Elsőként Watson, Kumar és Michaelsen 1993-as tanulmánya (lásd McLeod, Lobel, & Cox, 1996) kimutatta, hogy az etnikailag homogén csoportok kezdetben jobban teljesítenek a vegyes etnikumú csoporttal szemben, viszont ez a különbség egy idő után megfordul, így a heterogén csoportnak lesz magasabb a teljesítménye. Ez részben alátámasztja a mi eredményünket, mert az erdélyi homogén csoportnál magasabb átlagot, míg a heterogén más nemzetiségű csoportnál alacsonyabb kreativitás mutatkozott.

Cox és Blake (1991, lásd McLeod, Lobel, & Cox, 1996) szerint a vegyes etnikum növeli a szervezet kreativitását és felxibilitását. Az eltérést azzal magyarázzák, hogy a változatos, különböző nézőpontok aktiválják és serkentik az ötletelést, például egy csoportmunkánál. Hofstede (1980) szerint a különböző etnikai csoportok eltérő világnézet közötti különbségek kimutathatóak az általa meghatározott kulturális dimenziókon. Továbbá a domináns kultúrához való fokozatos asszimiláció ellenére, számos etnikai kisebbség tagja nagy mértékben azonosul a saját kultúrájának hagyományaihoz (McLeod, Lobel, & Cox, 1996).

Ez a kutatás, mi eredményünket olyan módon magyarázza, hogy az erdélyi kisebbség azonosult a saját, hagyományaival, kultúrájával. Ehhez "hozzásegíthetett" a demográfiai adatoknál kért információk, pontosabban a nemzetiség és lakhely. Az erdélyiek esetében a lakhely Románia volt, viszont a nemzetiségnél magyarnak vallották magukat, ami által aktiválódhatott az identitástudat.

A kreativitás mutatók különbözősége annak is betudható, hogy az egyének eltérő kultúrákból más más fogalmakat és pszichológiai folyamatokat használnak a kreativitás meghatározására, serkentésére. A környezet gátló vagy serkentő hatása mellett, a nyelv is befolyásolhatja a kreativitás fejlődését (Lubart & Georgsdottir, 2004).

II.7.2.3. A harmadik hipotézisvizsgálat eredményeinek értelmezése

A harmadik hipotézisben a magas és alacsony individualista csoportok közötti különbséget vizsgáltuk a kreativitás mutatók szempontjából. Az eredmények alapján a kreatív énhatékonyság és a kreativitásban találtunk szignifikáns különbséget.

Az individualizmus és kreativitás kapcsolatát több kutatás is vizsgálta (Goncalo és Staw, 2004; Rienne, 2013, lásd Fang és mts, 2016; Lubart és mts, 2004). Goncalo és munkatársa kísérletében az individualista csoport több kreatív ötlettel állt elő, a kollektivista csoporttal szemben. Ez az eredmény a jelenlegi tanulmányunkat is alátámasztja. Az általunk talált eredmények szerint, a magas és alacsony individualista csoport között eltérés volt a kreativitásban.

Továbbá Rienne kutatása is, amelyben az individualista értékek, személyiségvonások (autonómia, függetlenség) és a kreativitás között mutatott ki együttjárást, magyarázza a kapott eredményünket, a kreatív énhatékonyság és a magas individualizmus esetében is. Ez mellett Jones és Davis (2000, lásd Xiong, 2015) szerint, az individualizmus, autonómia, függetlenség nagyobb hatással van az innovatív, kreatív ötetekre. A vizsgálat olyan eredményeket nyújt, amit felhasználhatunk az jelenlegi hipotézis értelmezésében is.

Szintén ide kapcsolható, az első hipotézisvizsgálat eredményeinél talált hasonló eredmény, miszerint a kulturális dimenziók közül az individualizmus, három csoportnál is pozitívan együttjárt a kreatív énhatékonysággal.

II.7.2.4. A negyedik hipotézisvizsgálat eredményeinek értelmezése

A negyedik hipotézisünk szerint a magas és alacsony nyitottságú csoportok között különbség van a kreativitás mutatók függvényében. Az eredményeinket, miszerint mind a kreatív énhatékonyságban, - identitásban és kreativitásban különbség van a nyitottság mértékét tekintve, alátámasztja több kutatás is.

Elsősorban Schweizer (2006) eredménye. Szerinte a kíváncsiság és nyitottság befolyásolja az újdonságkeresést, ami tükröződik a kreatív viselkedésben és folyamatban.

Továbbá Csíkszentmihályi (2008) kreativitásról szóló tanulmánya is magyarázatként szolgál, amelyben kimutatta, hogy a probléma észlelése függ a nyitottságtól, és ez kreatív eredményhez, megoldáshoz vezet. Az érdeklődés, ami a nyitottság egyik összetevője is összefügg a kreatív tevékenységgel (Gyarmathy, 2011).

A felsorolt kutatások eredményei, következtetései megerősítik azt a feltételezésünket, hogy az alacsony és magas nyitottságú csoportok között eltérés van a kreativitás mutatókat tekintve.

III. Mellékletek

1. Melléklet: Demográfiai adatlap:

Nem:

Nő

Férfi

Életkor:

Lakhely:

Mennyi ideje él ott külföldön (amennyiben külföldön él)

Nemzetiség

2. Melléklet: Kulturális dimenziók:

Jelöld be a hozzád közelebb állót:

I.

1A A gyerekeket arra ajánlott tanítani, hogy az ő véleményük ugyan olyan fontos mint a szülők véleménye.	1 2 3 4 5	1B. A gyerekeket arra ajánlott tanítani, hogy soha ne kérdőjelezzék meg a szüleik tekintélyét
2A A gyerekeket arra ajánlott tanítani, hogy ne vegyenek biztosra semmit a családban vagy más intézményekben	1 2 3 4 5	2B. A gyerekeket arra ajánlott tanítani, hogy fogadják el az idősek vagy fontos személyek tekintélyét.
3A. Az egyén egy szervezetben képes kell legyen megteremteni saját helyét/ funkcióját	1 2 3 4 5	3B. Egy szervezetben mindenkinek pontosan meg van határozva a szerepe.
4A. Az embernek a vezető döntését nem kell biztosra vennie. Mindig kérdőjelezd meg a vezető cselekedetét!	1 2 3 4 5	4B. A vezető hoz minden döntést, a vállalatban mindenki elfogadja és tiszteli őt .
5A. A leghatásosabb módszer egy politikai rendszer megváltoztatására a nyilvános megvitatás és szabad választás	1 2 3 4 5	5B. A leghatékonyabb módszer egy politikai rendszer megváltoztatására, a hatalmon levő személy leváltása kegyetlen módszerekkel
TOTAL		

II.

1A. Az emberek nagyon hűséges tagjai egy/több csoportnak , ahová tartoznak.	1 2 3 4 5	1B. Az emberek kedvelés, ellenszenv, érdeklődés alapján választják a barátokat
2A. A csoportom szabályai befolyásolják viselkedésemet	1 2 3 4 5	2B. Teljes személyes szabadságom van
3A. Érdekel az, hogy mások mit gondolnak rólam.	1 2 3 4 5	3B. Csak a saját szabályaim és nézeteim érdekelnek

4A. Az emberek a lojalitás és az életkor szerint vannak elismerve.	1 2 3 4 5	4B. Az embereket a kompetenciák alapján, nem az életkor szerint ítélik meg
5A. Erkölcstelen, ha egy vezető nem kínál állást egy hozzátartozójának	1 2 3 4 5	5B. Erkölcstelen, ha egy vezető munkát kínál egy hozzátartozójának.
TOTAL		

III.

1A. Együttérzek a vesztesékekkel és irigylem azokat akik sikeresek	1 2 3 4 5	1B. Csodálom a nyerteseket és úgy gondolom büntetés jár azoknak akik veszítenek.
2A. A munkahelyen/ iskolában egy nyugodt, barátságos légkör ösztönöz	1 2 3 4 5	2B. A munkahelyen/iskolában tiszta elképzeléseim, értékrendszerem kell legyen, arra vonatkozóan, hogy mit akarok elérni.
3A. A munkahelyen/ iskolában konszenzus alapján kellene meghozni a döntést.	1 2 3 4 5	3B. A konfliktus pozitív és hatékony
4A. A minőségi élet egyaránt fontos a férfiaknak és nőknek is.	1 2 3 4 5	4B. A férfiaknak az anyagi sikerre kellene figyelni, míg a nőknek mások jólétével kell törődjenek.
5A. A társamtól szeretetet és kölcsönös vonzalmat, várok el.	1 2 3 4 5	5B. Amit a legjobban akarok a társamtól, az a támogatás a nehéz helyzetekben.
TOTAL		

IV.

1A. A gyerekeket arra kell tanítani, hogyan küzdjenek meg a káosszal és a kétértelmű helyzetekkel.	1 2 3 4 5	1B. A gyerekeket arra kell tanítani, hogy legyenek szervezettek és kerüljék el a kétértelmű helyzeteket.
2A. Azokat az egyéneket akik különböző környezetben tevékenykednek jobban értékeli a társadalom.	1 2 3 4 5	3B. A magas kompetencia és szaktudás értékelve van a társadalomban ahol élek
3A. Az embernek kötelezően mindig magánál kell hordani a személyi igazolványát.	1 2 3 4 5	3B. Az embernek magánál kellene hordani a személyi igazolványát.

4A. Helytelen a nyilvánosság előtt kifejezni az érzelmeiket	1 2 3 4 5	4B. Rendszerben van, ha kimutatod az érzelmeidet, megfelelő helyen és időben
5A. A társadalomnak amelyben élek nagyon kevés szabálya van.	1 2 3 4 5	5B. Van néhány szabály és szokás amit mindenki tiszteletben tart.
TOTAL		

V.

1A. Az emberek egyértelműen tudják mi a Jó és mi a Rossz	1 2 3 4 5	1B. Az emberek anélkül tűznek ki célokat, hogy tudják mi a Jó és a Rossz
2A. Az emberek stabilitást és állandóságot értékelik.	1 2 3 4 5	2B. Az emberek, mindenre úgy tekintenek mint átmeneti, változó dologra
3A. A gyerekeket arra kell tanítani, hogy a "MIÉRT" kérdést használják.	1 2 3 4 5	3B. A gyerekeket arra kell tanítani, hogy a "MIT és HOGYAN" kérdést használják.
4A. Az emberek viselkedését mindig befolyásolják a gyökereik.	1 2 3 4 5	4B. Az emberek cselekedetüket a jövőbe vetítik ki
5A. Az emberek összefüggő, koherens információkra akarnak.	1 2 3 4 5	5B. Az emberek ellentmondó információkkal is tudnak élni.
TOTAL		

3. Melléklet: Kreatív én skála:

A következő kijelentéseknél, jelöld be, mennyire értesz egyet az állításokkal. Nincs jó, vagy rossz válasz.

1- Egyáltalán nem

2- Inkább nem

3- Egyik sem

4- Inkább igen

5- Teljes mértékben

1. Úgy gondolom, hogy kreatív személy vagyok:

1- Egyáltalán nem 2- Inkább nem 3- Egyik sem 4- Inkább igen 5- Teljes mértékben

2. A kreativitás fontos számomra:

1- Egyáltalán nem 2- Inkább nem 3- Egyik sem 4- Inkább igen 5- Teljes mértékben

3. Tudom, hogy képes vagyok bonyolultabb problémák megoldására:

1- Egyáltalán nem 2- Inkább nem 3- Egyik sem 4- Inkább igen 5- Teljes mértékben

4. Megbízom a kreatív képességeimben:

1- Egyáltalán nem 2- Inkább nem 3- Egyik sem 4- Inkább igen 5- Teljes mértékben

5.

képzelőerőm és a találmányosságom különböztet meg engem a barátaimtól: A

1- Egyáltalán nem 2- Inkább nem 3- Egyik sem 4- Inkább igen 5- Teljes mértékben

6. Számos alkalommal bebizonyítottam, hogy megbírok a nehéz helyzetekkel:

1- Egyáltalán nem 2- Inkább nem 3- Egyik sem 4- Inkább igen 5- Teljes mértékben

7. Fontos számomra, hogy kreatív legyek:

1- Egyáltalán nem 2- Inkább nem 3- Egyik sem 4- Inkább igen 5- Teljes mértékben

8. Biztos vagyok benne, hogy boldogulok azokkal a problémákkal, amelyek kreatív gondolkodást igényelnek:

1- Egyáltalán nem 2- Inkább nem 3- Egyik sem 4- Inkább igen 5- Teljes mértékben

9. Jó vagyok az eredeti megoldásokban egy probléma esetében:

1- Egyáltalán nem 2- Inkább nem 3- Egyik sem 4- Inkább igen 5- Teljes mértékben

10. A kreativitás fontos eleme a személyiségemnek:

1- Egyáltalán nem 2- Inkább nem 3- Egyik sem 4- Inkább igen 5- Teljes mértékben

11. A találmányosság egy fontos jellemzőm:

1- Egyáltalán nem 2- Inkább nem 3- Egyik sem 4- Inkább igen 5- Teljes mértékben

4. Melléklet: HEXACO – 60

A következő oldalakon egy sor kijelentést talál. Kérjük olvassa el őket figyelmesen és dönste el egymás után mindegyik állítás esetében, hogy mennyire vonatkozik Önre.

A válaszait a kijelentések utáni vonalkán az alábbi osztályzatok alapján tudja megadni:

5 = ezzel az állítással rám vonatkozóan **teljesen egyetértek**

4 = ezzel az állítással rám vonatkozóan **inkább egyetértek**

3 = ez az állítás rám vonatkozóan **semleges** (se nem értek vele egyet, se nem utasítom el)

2 = ezt az állítást rám vonatkozóan **inkább elutasítom**

1 = ezt az állítást rám vonatkozóan **teljesen elutasítom**

- 1 _____ Meglehetősen untatna egy képtár meglátogatása.
- 2 _____ A dolgaimat előre eltervezem, hogy elkerüljem az utolsó percben való kapkodást.
- 3 _____ Még azokkal szemben sem vagyok haragtartó, akik csúnyán megbántottak.
- 4 _____ Alapjában véve úgy érzem, hogy elégedett vagyok magammal.
- 5 _____ Nyugtalanossággal töltene el, ha rossz időjárás körülmények között kellene utazást vállalnom.
- 6 _____ Akkor sem hízelegnék a főnökömnek, ha tudnám, fizetésemelést vagy előrelépest érnék el vele.
- 7 _____ Érdekelnek más országok történelmi és politikai sajátosságai.
- 8 _____ Céljaim elérésére gyakran minden erőmet bevetem.
- 9 _____ Az ismerőseim gyakran állítják, hogy túl kritikus vagyok másokhoz.
- 10 _____ Csoportos megbeszéléseken ritkán adok hangot véleményemnek.
- 11 _____ Néha nem tudom megállni, hogy ne aggodalmaskodjak apróságokon.
- 12 _____ Ha tudnám, hogy sosem kapnak el, kész lennék egy millió dollárt vagy eurót ellopni.
- 13 _____ Szívesen alkotnék valami művészi munkát: egy regényt, zeneszámot, vagy festményt.
- 14 _____ Ha dolgozom valamin, nem igazán fordítok különös figyelmet az apró részletekre.
- 15 _____ Az ismerőseim néha azt mondják, hogy túlzottan makacs vagyok.
- 16 _____ Inkább az olyan munkákat szeretem ahol emberekkel kell foglalkozni, mint ahol egyedül kell
- 17 _____ Ha valami rossz történt velem, szükségem van valakire, aki megvigasztal.
- 18 _____ Nem igazán fontos nekem, hogy sok pénzem legyen.
- 19 _____ A radikális nézetekkel való foglalkozás egyszerűen időpocsékolás.

- 20 _____ Inkább a pillanatnyi érzelmeim, mint a gondos megfontolás vezet a döntéseimben.
- 21 _____ Az emberek robbanékony természetűnek tartanak.
- 22 _____ Többnyire vidám és optimista vagyok.
- 23 _____ Úgy érzem engem is elkap a sírás, ha másokat sírni látok.
- 24 _____ Úgy érzem, hogy több elismerés jár nekem mint egy átlagembernek.
- 25 _____ Ha az alkalom úgy hozná, szívesen elmennék egy klasszikus koncertre.
- 26 _____ A munkámban néha hátráltat, hogy nem vagyok jól organizált.
- 27 _____ Ha valaki rosszul bánt velem, képes vagyok megbocsátani és a feledés fátylát borítani a
- 28 _____ Úgy érzem, hogy népszerűtlen vagyok.
- 29 _____ Testi épsegemet veszélyeztető helyzetekben nagyon félek.
- 30 _____ Ha valakitől valamit akarok, akkor még a faviccein is képes vagyok nevetni.
- 31 _____ Igazándiből még sohasem lapozgattam élvezettel egy lexikonban.
- 32 _____ Ami a munkát illeti, csak a legszükségesebb erőbedobással dolgozom.
- 33 _____ Jobbára jóindulattal ítélek mások felett.
- 34 _____ Társas helyzetekben általában én vagyok az, aki beszélgetést kezdeményez.
- 35 _____ Sokkal kevesebbet aggodalmaskodom mint általában a többi ember szokott.
- 36 _____ Sosem hagynám magam megvesztegetni, mindegy mekkora is lenne az az ajánlat.
- 37 _____ Sokszor mondták már nekem, hogy jó a fantáziám.
- 38 _____ A munkámban megpróbálok még akkor is mindig precíznek lenni, ha ez többletidőbe kerül.
- 39 _____ Általában könnyen megváltoztatom a véleményem, ha az emberek nem értenek vele egyet.
- 40 _____ Ha egy új helyre kerülök, hamarosan új barátságokat is kötök.
- 41 _____ Nehezebb helyzetekkel is elboldogulok anélkül, hogy érzelmi támogatásra lenne szükségem.
- 42 _____ Nagyon tudnék neki örülni, ha méregdrága, luxus cuccaim lennének.
- 43 _____ Nekem szimpatikusak azok az emberek, akiknek eredeti, az átlagtól eltérő nézeteik vannak.
- 44 _____ Sok hibát követek el, mert előbb cselekszem és csak aztán gondolkodom.
- 45 _____ A legtöbb embert könnyebb felbosszantani mint engem.
- 46 _____ A legtöbb ember dinamikusabb és élettelibb mint én vagyok.
- 47 _____ Nagyon megindít, ha hozzám közelálló személyektől kell hosszútávra elbúcsúznom.
- 48 _____ Azt szeretném, ha mások fontos és magas pozícióban lévő embernek tartanának.
- 49 _____ Nem hiszem, hogy én egy kreatív vagy művészileg tehetséges típus vagyok.
- 50 _____ Az emberek gyakran tartanak perfekcionistaának.
- 51 _____ Még akkor sem nyilatkozom másokról negatívan, ha sok hibát követnek el.
- 52 _____ Néha az az érzésem, hogy értéktelen ember vagyok.

- 53 _____ Még egy vész helyzetben sem veszteném el a fejem.
- 54 _____ Nem tettetném, hogy kedvelek valakit csak azért, hogy rávegyem egy szívességre.
- 55 _____ A filozófiai eszmecseréket unalmasnak tartom.
- 56 _____ Inkább spontán szeretek cselekedni, mint mindent előre eltervezni.
- 57 _____ Ha azt mondják, hogy nincs igazam, az elsô reakcióm, hogy vitába szálllok.
- 58 _____ Ha egy csoport tagja vagyok, gyakran leszek a szovivôje is.
- 59 _____ Semleges maradok olyan helyzetekben is, ahol mások érzelmessé válnak.
- 60 _____ Kísértésbe vinne, hogy hamisított pénzt használjak, ha tudnám, biztos nem buknék le vele.

Könyvészet

- Ashton, M. C., & Lee, K. (2009). The HEXACO-60: A Short Measure of the Major Dimensions of Personality. *Journal of Personality Assessment* 91(4), 340-345.
- Bandura, A. (1997). *Self efficacy. The exercise of control*. New York: Freeman.
- Barron, F., & Harrington, D. (1981). Creativity, intelligence and personality. *Annual Review of Psychology*, 32, 439-475.
- Betz, N. E., & Borgen, F. H. (2008). Career Self-Efficacy and Personality: Linking Career Confidence and the Healthy Personality. *Journal of Career Assessment* 16/1, 22-43.
- Brislin, R. W. (1976). Comparative research methodology: Cross-cultural studies. *International Journal of Psychology*, vol.11/3, 215-229.
- Chang, S.-H., Wang, C.-L., & Lee, J.-C. (2016). Do award-winning experiences benefit students' creative self-efficacy and creativity? The moderated mediation effects of perceived school support for creativity. *Learning and Individual Differences*, 1-8.
- Chen, B.-B. (2009). The impact of culture on creativity. *A Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture)*.
- Chen, B.-B. (2016). Conscientiousness and everyday creativity among Chinese undergraduate students. *Personality and Individual Differences*, 100, 56-59.
- Choi, J. N. (2004). Individual and Contextual Predictors of Creative Performance: The Mediating Role of Psychological Processes. *Creativity Research Journal*; vol.16; , 187-199.
- Chua, R. Y., Yannig, R., & Lemoine, J.-F. (2015). The Impact of Culture on Creativity: How Cultural Tightness and Cultural Distance Affect Global Innovation Crowdsourcing Work. *Administrative Science Quarterly*, 189-227.
- Csikszentmihályi, M. (2008). *Kreativitás. A flow és a felfedezés, avagy a találmányosság pszichológiája*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Davidson, A., Jaccard, J., Triandis, H., Morales, M., & Diaz-Guerrero, R. (1976). Cross-cultural model testing: Toward the solution of the etic-emic dilemma. *International Journal of Psychology*, 11, 1-13.
- Diehl, M., & Stroebe, W. (1987). Productivity loss in brainstorming groups: Towards the solution of a riddle. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53 (1), 497-509.
- Elliot, E. A., & Nakata, C. (2013). Cross-Cultural Creativity: Conceptualization and Propositions for Global New Product Development. *Journal of Product Innovation Management* 30/S1, 110-125.
- Fang, Z., Xu, X., Grant, L., Stronge, J., & Ward, T. (2016). National Culture, Creativity, and Productivity: What's the Relationship with Student Achievement? *Creativity Research Journal*, 28, 395-406.

- Gelade, G. (2002). Creative style, personality and artistic endeavor. . *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 128, 213-234.
- Gist, M. E., & Mitchell, T. R. (1992). Self Efficacy: A theoretical Analysis of Its Determinants and Malleability. *Academy of Management Review*, 17/2, 183-211.
- Goncalo, J., & Staw, B. (2004). Individualism - collectivism and group creativity. *Organizational Behavior and Human Decisions Processes* 100, 96-109.
- Goodwin, R., & Plaza, S. H. (2000). Perceived and received social support in two cultures: Collectivism and support among British and Spanish students. *Journal of Social and Personal Relationships* 17/2, 282-291.
- Gudykunst, W., Toomey, S., & Nishida, T. (1996). *Communication in Personal Relationships Across Cultures*. USA: Sage Publications.
- Gyarmathy, É. (2011). Kreativitás és beilleszkedési zavarok. In Á. Münnich, A *kreativitás többszempontú vizsgálata* (pp. 9-40). Debrecen: Didakt Kiadó.
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture* 2 .
- Jaussi, K., Randel, E. A., & Dionne, D. S. (2007). I Am, I Think I Can, and I Do: The Role of Personal Identity, Self-Efficacy, and Cross-Application of Experiences in Creativity at Work. *Creativity Research Journal*, 19, 247-258.
- Kanter, R. (1988). When a thousand flowers bloom: Structural, collective and social conditions for innovation in organizations. In B. Staw, & L. Cummings, *Research in organizational behaviour* (pp. 169-211). Greenwich: JAI Press.
- Karwowski, M. (2012a). Did Curiosity Kill the Cat? Relationship Between Trait Curiosity, Creative Self-Efficacy and Creative Personal Identity. *Europe's Journal of Psychology* 8/4, 547-558.
- Karwowski, M., Lebuda, I., & Wiśniewska, E. (2012b). Measurement of Creative Self-Efficacy and Creative Role-Identity. *High Ability Studies*, 2.
- Karwowski, M., Lebuda, I., Wisniewska, E., & Gralewski, J. (2013). Big Five Personality Traits as the Predictors of Creative Self-Efficacy and Creative Personal Identity: Does Gender Matter? *The Journal of Creative Behaviour* 47/3, 215-232.
- Kim, H. S. (2002). We talk, therefore we think? A cultural analysis of the effect of talking on thinking. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 828-842.
- Li, J. (2003). U.S. and Chinese cultural beliefs about learning. *Journal of Educational Psychology*, 95, 258-267.
- Lubart, T. I. (1990). Creativity and Cross Cultural Variation. *International Journal of Psychology*, 39-59.

- Lubart, T., & Georgsdottir, A. (2004). Creativity: Development and crosscultural issues. In S. Lau, & G. N. A.N. Hsui, *Creativity: When east meets west*. Singapore: World Scientific.
- Mathisen, G. E., & Bronnick, K. S. (2009). Creative self-efficacy. An intervention study. *International Journal of Education Research*. vol.48, 21-29.
- McGrae, R. (1987). Creativity, divergent thinking and openness to experience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 1258-1265.
- McLeod, P. L., Lobel, S. A., & Cox, T. H. (1996). Ethnic Diversity and Creativity in Small Groups. *Small Groups Research* 27:248.
- Moscovici, S. (1976). *Social influence and social change*. London: Academic Press.
- Ng, T. W., & Lucianetti, L. (2016). Within-Individual Increases in Innovative Behavior and Creative, Persuasion, and Change Self-Efficacy Over Time: A Social-Cognitive Theory Perspective. *Journal of Applied Psychology* 101,1, 14-34.
- Paletz, S., & Peng, K. (2008). Implicit Theories of Creativity Across Cultures. *Journal of Cross-Cultural Psychology* 39(3), 286-302.
- Prabhu, V., Sutton, C., & Sauser, W. (2008). Creativity and Certain Personality Traits: Understanding the Mediating Effect of Intrinsic Motivation. *Creativity Research Journal* 20:1, 53-56.
- Richards, R. (2007). Everyday creativity: Our hidden potential. In R. Richards, *Everyday creativity and new views of human nature: Psychological, social and spiritual perspectives* (pp. 25-53). American Psychological Association: Washington DC.
- Runco, M. (2002). Creativity, cognition and their educational implications. In J. Houtz, *The educational psychology of creativity* (pp. 25-58). Cresskill: Hampton Press.
- Samoyar, L. A., Porter, R. E., & McDaniel, E. R. (2009). *Communication between cultures*. Canada: Wadworth Cengage Learning .
- Sangsuka, P., & Siriparpb, T. (2015). : Confirmatory Factor Analysis of a Scale Measuring Creative Selfefficacy of Undergraduate Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 1340-1344.
- Schack, G. (1989). Self-efficacy as a Mediator in the Creative Productivity of Gifted Children. *Journal of the Education of the Gifted*, 12/3, 231-249.
- Schweizer, T. (2006). The psychology of novelty-seeking, creativity and innovation: Neurocognitive aspects within a. *Creativity and Innovation Managemen*, 15 , 164-172.
- Sherman, D., & Kim, H. (2007). Express yourself: Culture and the effect of self expression on choice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92, 1-11.
- Song, W., Yu, H., Zhang, Y., & Jiang, W. (2015). Goal orientation and employee creativity: The mediating role of creativity role identity. *Journal of Management and Organization* 21:1, 82-97.

- Tan, A., Li, J., & Rotgans, J. (2011). Creativity self efficacy scale as a predictor for classroom behavior in a Chinese student context. *The Open Education Journal*, 4, 90-94.
- Tierney, P., & Farmer, S. (2002). Creative self-efficacy. *Academy of Management Journal*, 45, 1137-1148.
- Tierney, P., & Farmer, S. (2011). Creative Self-Efficacy Development and Creative Performance Over Time. *Journal of Applied Psychology* 96/2, 277-293.
- Vohs, K. D., & Baumeister, R. F. (2013). *Handbook of Self-Regulation, Theory, and Applications*. NY: Guildford Press.
- Wagner, J. (1995). Studies of individualism-collectivism: Vectors of cooperation in groups. *Academy of Management Journal*, 38, 152-172.
- Walker, A., Koestner, R., & Hum, A. (1995). Personality correlates of depressive style in autobiographies of creative achievers. *Journal of Creative Behaviour*, 29, 75-94.
- Wolfradt, O., & Pretz, J. (2001). Individual differences in creativity: Personal, story, writing and hobbies. *European Journal of Psychology*, 15, 297-310.
- Xiong, T. X. (2015). *Culture and Creativity: Understanding the Role of Uncertainty Avoidance and Multicultural Experience*. Canada: A thesis presented to the University of Waterloo .