

A kreativitás fogalma és fejlesztése kicsit másképp

Érdekes kérdés rejtőzik a kreativitás szakirodalmában: *Mindenki lehet kreatív?* A válasz egyszerű: *Igen.* Minden személyben jelen van a kreatív potenciál. A kérdés csak az, hogy élete során milyen tényezőkkel találkozunk, ezek serkentően hatnak-e a kreativitás kibontakozására vagy ellenkezőleg. (Runco, 2004)

Elsősorban vizsgáljuk meg, mit is fed ez a fogalom. A kreativitás egy összetett folyamat eredményként írható le. Valamiképp mindenki tudja, mit is jelent, mit foglal magába, ugyanakkor a pontos leírása már akadályt okoz. A meghatározás homályossága maga után vonja a kreativitás mérésének és fejlesztésének nehézségét is.

Mielőtt meghatároznánk a kreativitást, pontosítani kell, mely aspektusát szeretnénk megragadni. Hagyományosan, Rhodes (1961) modellje alapján a következő négy „P” köré sorolandóak ezek: **folyamat** (process), **termék** (product), **személy** (vagy személyiség – person) és a **hely, környezet** (press-place). Az évek során ezek kibővültek és kiegészítették a listát még két tényezővel: **meggyőzés** vagy **hit** (persuasion), mely alapján a személynek hinnie kell abban, hogy képes kreatívan teljesíteni, és **potenciál** (potential), ez a rejtett, egyénben rejlő kreativitás. (Runco, 2007).

A kreativitással kapcsolatos fogalmak

Tekintsünk át néhány olyan fogalmat, amellyel a kreativitás keverhető.

A **zseni** és kreativitás alapvetően két különböző fogalom. Zseni igen kevés van, és valószínűleg nem lehet fejleszteni, sőt lehet, nem is szükséges. Ugyanakkor a kreatív potenciál mindenkiben benne rejlik, és a fejlesztő eszközök, a környezet által a kreativitás ki tud bontakozni (Gyarmathy, 2006).

Egy másik fogalom a **képzelet**, amelyet kezdetben a kreatív gondolkodás folyamatának részeként értelmeztek. Az újabb feljegyzések viszont arra hívják fel a figyelmet, hogy két külön fogalomról beszélünk a képzelet és a kreativitás esetében. A képzelet összetett folyamat, amely „belső képeket” foglal magában, illetve a külvilág tárgyaival, eseményeivel kapcsolatos érzéseket és személyes jegyeket tartalmaz. Ezek az értelmi jelenségek,

Az újabb feljegyzések viszont arra hívják fel a figyelmet, hogy két külön fogalomról beszélünk a képzelet és a kreativitás esetében.

Eredményeik rávilágítottak arra, hogy a moderált függetlenségi mennyiség hasznos lehet a kreativitás szempontjából.

emlékek vagy mozgások újrastrukturálhatók, átalakíthatók, illetve a kreatív munkába való részvételt is jelenthetik, de nem feltétlenül (Runco, 2010).

Az **innováció** meghatározása sem egyszerű folyamat. Gyakorlati jellege különbözteti meg a kreativitástól. Az innováció az új termék, eljárás vagy ötlet felhasználása, alkalmazása gazdasági szempontból (Roco, 2004).

Az **invenció** az új megtalálását, a találmányságot foglalja magában, ami hozzáadódik a már meglévő tudáshoz, eszközökhöz. Minden esetben egy

termékhez vezet, de nem feltétlenül szükséges, hogy kreatív legyen. A kreativitással kapcsolatosan ez függ össze leginkább a tradicionális intelligencia szintjével egy egyén esetében (Runco, 2010).

A **tehetség** és kreativitás kapcsolata szintén nagy kérdése a szakirodalomnak. Legtöbb modell a kreativitást a tehetség egy részeként, annak összetevői közé sorolja (Gyarmathy, 2006).

A kreativitás meghatározása bonyolult folyamat és változó a különböző iskolák, kutatók szempontjából. Rendszerezése viszont, ha nem is a teljesség igényével, nagyrészt körvonalazni fogja, mit is fed pontosan a kreativitás. Jelen tanulmány tartalmazza a legfőbb meglátásokat, amelyek egy irányt mutatnak a kreativitás meghatározásában, leírásában, illetve néhány fejlesztésével kapcsolatos irányvonalat.

Több kutató is foglalkozott már a kreativitás-elméletek csoportosításával, összegzésével. Kozbelt, Beghetto és Runco (2010) egy meglehetősen pontos és érthető rendszerezést ír le, így a továbbiakban az ő munkájukra alapozok a téma ismertetésekor. Az elméletek besorolása nagyon hasonlít a pszichológia irányzatainak a besorolásához. A pszichológia egyes ágait fedezhetjük fel az egyes kategóriák hátterében.

Az első kategória a **fejlődési/fejlesztési**. Az ide tartozó elméletek nagyon gyakorlatiasak, hiszen nemcsak a kreatív személyek között tudnak differenciálni, hanem rámutatnak arra is, hogy milyen tényezők szükségesek a kreatív potenciál stimulálásához, kibontakozásához. Leginkább a kreatív személyre, helyre és potenciálra összpontosítanak.

Az első kutatások inkább a magasan kreatív személyek családi környezeti tényezőinek feltérképezésére fókuszáltak. Eredményeik rávilágítottak arra, hogy a *moderált függetlenségi mennyiség* hasznos lehet a kreativitás szempontjából. Tehát a szülők tudták, mit csinálnak a gyermekeik, de nem voltak annyira korlátozóak. Az optimális függetlenség olyan szintű autonómiát ad, amely által a gyerek újszerű ötleteket tud létrehozni.

Egy másik fő kutatási része ezeknek az elméleteknek a család szerkezete volt. Vizsgálatok kimutatták, hogy a középső gyermek talán nagyobb eséllyel válik kreatív egyéniséggé, mint a többiek. Ezt azzal is próbálták magyarázni, hogy a középső testvérnek kreatívnak kell lennie annak érdekében, hogy figyelmet kapjon a szülőktől. Ezen túlmenően vannak vizsgálatok, melyek azt tartják, hogy a másodszülött inkább válik kreatívabbá, mint az első. A második gyerek szociálisabb, merészebb, így nagyobb eséllyel fog

kreatív ötleteket megvalósítani, és nyitottabb a tapasztalatszerzésre is (lásd Mouchiroud and Bernoussi, 2008).

Szintén ebbe a kategóriába tartoznak azok a kutatások, amelyek a játék és kreativitás kapcsolatát vizsgálják. Játék során a személyek gondolkodása kitárul, a mentális gátak eltűnnek, így válik a játék a kreatív gondolkodás egyik fejlesztő módszerévé.

A következő elmélet csoport **a pszichometrikus**. Ezek a megközelítések a mérésre fektetik a hangsúlyt, és a kreatív terméket emelik ki a kreatív személlyel, környezettel szemben. Nincs egy alapmodellje, kerete, amely alapján dolgozik, szinte magába foglalja az összes többi.

Ez az irányzat a kreativitást mérő eszközök két fontos tényezőjére fekteti a hangsúlyt, a reliabilitásra, illetve a validitásra. A reliabilitás az eszköz konzisztenciájára utal, amely magába foglalja például az értékelők közötti reliabilitást vagy az itemek közöttit. E mellett a validitás a mérőeszköz pontosságát jelenti. Az egyik ilyen típus a kritériumra vonatkozik, ami magába foglalja a prediktív és a diszkrimináns validitást. Az előbbi (prediktív) azt mutatja meg, hogy a kreativitást mérő eszköz mennyi információt ad a valós kreatív viselkedés kritériumairól. Ezzel szemben az utóbbi azt jelzi, hogy milyen mértékben különbözik a kreativitás más koncepcióktól, például az általános kreativitástól.

A diszkrimináns validitás számos kutatásban játszott szerepet. Szabó és Szamosközi (2012) kutatásukban a szociális kreativitás és a szociális intelligencia közötti kapcsolatot vizsgálta. Eredményképpen nem találtak a két mért változó között szignifikáns kapcsolatot. A pszichometrikus elméletek hangsúlyozták azt is, hogy a különböző területeken megjelenő kreatív teljesítmények eltérőek egymástól.

A következő, a gazdaságtudományból kiváló kategória a legújabbak közé sorolható. A **gazdasági** csoportba tartozó elméletek rendkívül hasznos megközelítést használnak, makro szinten írva le azokat a tényezőket, amelyek a kreativitást befolyásolják. Azt feltételezik, hogy egy terület szakértői kevésbé lesznek flexibilisek új alternatívákra, mint azok, akik a szakmájuk elején vannak.

A kreativitással kapcsolatosan több befektetés elmélet is napvilágot látott, közülük az egyik legismertebb Sternberg és Lubart (1995) elmélete. Nézőpontjuk szerint az egyén képes a saját környezetét formálni. A kreatív egyént egy jó befektetőként írja le, aki „*kevéssért vesz, és többért ad el*”. Ha a környezet számára elsőre nem tűnik eredetinek a termék, a kreatív egyén meg tudja változtatni a külső személyek értékelését.

E szemlélet alapján azok a kreatív személyek, akik olcsón tudnak venni és drágán eladni az ötletek világában.

Számos olyan megközelítés van, amely a kreativitás folyamatát szakaszosan közelíti meg, melynek vannak lineáris vagy körkörös részei, hangsúlyozva a kognitív folyamat összetevőit. Ezek a megközelítések a **szakaszos és folyamat összetevő** csoport-

Ez az irányzat a kreativitást mérő eszközök két fontos tényezőjére fekteti a hangsúlyt, a reliabilitásra, illetve a validitásra.

Például művészek esetében azt figyelték meg, hogy a mű elkészítése előtt több tárggyal kerültek kapcsolatba, többször indultak neki a termék megvalósításának.

ba tartoznak. Az egyik alapszemlélet Wallas (1920, lásd Sternberg és Davidson, 1999) kutatóé. Elmélete alapján a kreatív folyamat az előkészületi szakasszal indul, amikor is az egyén begyűjti a szükséges információkat, és meghatározza a problémát. Az inkubációs szakaszban a problémától való eltávolodás történik. Ezt követi a „megvilágosodás” szakasza. A megoldás vagy az ötlet ezen a ponton válik ismertté a személy számára. Az utolsó szakasz a kidolgozás és ellenőrzés, vagyis az ötletet megfelelőségének vizsgálatá.

Nyilvánvaló, hogy a kreatív teljesítmény mögött valamilyen kognitív alapok vannak. Ezek az elméletek mind a személyre, mind pedig a folyamatra

összpontosítanak, és a **kognitív kategóriában** helyezkednek el. Elég változatosak ezek a kutatások, vannak, amelyek a memóriára fókuszálnak vagy a figyelemre, míg mások az egyéni különbségekre, mint például a divergens gondolkodás feladatokban mutatott teljesítménye.

A következő osztály az előbbihez hasonlóan kognitív folyamatra alapoz, de közülük a **problémamegoldást** és a **szakértelmet** emeli ki. Ezek az elméletek leginkább a személyre és a folyamatra összpontosítanak, de a terméket sem hagyják figyelmen kívül. A személy esetében a területi szaktudást emelik ki, mely a kreatív teljesítményhez vezet, míg a folyamat esetében inkább a problémák reprezentálása és a heurisztikák kapnak szerepet.

A problémamegoldásra alapozó szemlélettel szemben jelenik meg a **probléma megtalálása** szempontú nézet, amely az előzőek hiányosságára hívja fel a figyelmet. Pontosabban azt kifogásolja a korábbi elméletekben, hogy meghatározzák, hogyan is látják meg az adott problémahelyzetet a kreatív egyének. Ezzel szemben inkább a kreatív folyamat és maga a kreatív egyén válik a vizsgálódás tárgyává. Tehát ezek az elméletek inkább arra összpontosítanak, hogy mi van a kreatív teljesítmény előtt és annak folyamatában. Például művészek esetében azt figyelték meg, hogy a mű elkészítése előtt több tárggyal kerültek kapcsolatba, többször indultak neki a termék megvalósításának.

A kreativitás **evolúciós** megközelítésével is többen foglalkoztak. Az egyik leghíresebb modell Dean Keith Simonton darwini elmélete. Ez a megközelítés felöleli a kreativitás minden jellemzőjét. Simonton (2004) egyrészt kimutatta, hogy a különböző területek, életpályák, szakmák között nagy különbségek vannak a kreativitás kibontakozását tekintve. A természettudósok közepesen eredetiek. Mindig csak a saját területükön igazán eredetiek, náluk a divergencia meglehetősen területspecifikus. A művészek, írók, festők, zeneszerzők sokkal érzelmesebbek, a tudósok viszont sokkal racionálisabbak – például a képzeletükben is. A tudósok ellentéteket látnak a konvergens gondolatmenetekben, jobban képesek motivációt meríteni a logikai ellentétek feloldásának kereséséből. Általában igaz az is, hogy a művészek jóval sokoldalúbbak, mint a tudósok.

Simonton (2004) az értelmi folyamatot két szakaszra osztotta fel: korlátozottabbra és véletlenszerűbbre. Ennek értelmében az ötletek születése valamilyen vak rendszer alapján történik a tudat alatt, és azok az ötletek, amelyek kimagaslóak, a kreatív termékekben mutatkoznak meg.

A **tipológiai** megközelítés alapján a folyamatok megértéséhez szükség van az alkotó tipológiai elemzéséhez. Ez a szemlélet hidat képezhet a *problémamegoldás*, *szakértelem*, *meglátás* és a *darwini koncepciók* között. Ezzel kapcsolatban kiemelendő Galenson elmélete (2009), amely magába foglalja a kreativitás minden jellegét, az egyéni különbségekre fektetve a hangsúlyt. Elmélete alapján két fő alkotó típus van: esztétika által motivált kísérletezők: a *keresők*, illetve a konceptuális innovátorok: a *találók*. A két osztályba tartozó egyének különböznek a kreatív folyamat megélésében és a kreatív életútjukban is. A *keresők* a kreativitás folyamatát feszült küzdelemként élik meg. Jellemzően célok pontos meghatározása nélkül kezdik el a kreatív munkájukat, próba-szerencse alapján működve. Mivel több időbe telik az alkotás folyamata, nem jellemző a pályájuk elejére, hogy bármilyen megfelelő terméket fel tudjanak mutatni. Ezzel ellentétben a *találók* pontos célokkal indítanak, munkájukat is megtervezik. Jellemző rájuk a hatékony munkavégzés, illetve meg tudják határozni, hogy a munka végére érték vagy sem. Pályafutásukat hirtelen stílusváltások jellemzik, de mindegyiket valamilyen kiemelkedő munka határoz meg, mely a fő termékhez kapcsolódik.

Az utolsó osztályba a **rendszerelméletű** megközelítések tartoznak. A kreativitást nem egy entitás alapján lehet megragadni a legjobban, hanem egy összetett rendszerként, melynek elemei kölcsönhatásban vannak egymással. A kreativitás minden aspektusát és szintjét magukba foglalják ezek az elméletek.

Az első alapfogalom a metaforák együttese, amit a kreatív egyének használnak a kreatív gondolkodás folyamatában. Másik kulcsgondolata a vállalkozások hálózata, amely leírja, hogy egy kreatív egyén hogyan képes dolgozni együttesen, párhuzamosan látszólag távoli kapcsolatokat mutató egységekkel, ötletekkel.

Csikszentmihályi (2014) rendszerelmélete talán még tágabban próbálja körvonalaizni a kreativitást, új szemszögből közelítve hozzá. A *mi a kreativitás?* helyett a *hol van a kreativitás?* kérdéskörét vizsgálja. Elmélete szerint a kreativitás rendszer-szerű jelenség, mely nem pusztán az emberek fejében jelenik meg. Nem elég, hogy egy személy saját találmányát, művét kreatívnek tartsa, szükséges a szakértői *környezet* jóváhagyása és az eredmény elismerése is.

Jellemzően célok pontos meghatározása nélkül kezdik el a kreatív munkájukat, próba-szerencse alapján működve. Mivel több időbe telik az alkotás folyamata, nem jellemző a pályájuk elejére, hogy bármilyen megfelelő terméket fel tudjanak mutatni.

A megfelelni vágyás, a félelem a különbözőségtől az egyéniség és a kreativitás elvesztéséhez vezet.

A kreativitás fejlesztése

A kreativitás összetettsége miatt a fejlesztése sem egy egyszerű algoritmus. Arra a kérdésre, hogy fejleszthető-e a kreativitás, talán a legjobb válaszok: „igen, a kreatív potenciál kiteljesedhet”; „igen, a kreatív teljesítmény megjelenése valószínűbb lehet”. Maga a fejlesztés két szinten történhet: az első szint bizonyos tényezők megjelenésének, megtartásának az elősegítése, míg a másik szint a gátló tényezők megszüntetése. E nézőpont mentén a kreatív potenciál számára jelző értékű az autonómia, rugalmasság vagy a nyitottság, míg a rigiditás, konformitás gátat szab a kreativitásnak (Runco, 2007).

Davis (1999) hat kategóriába sorolja azokat a tényezőket, amelyek a kreativitás útjába állnak. Az egyik legnyilvánvalóbb gátló tényezője a kreatív gondolkodásnak a **szokás**. Az évek során megtanuljuk, mit és hogyan kell, illetve kellene „jól” csinálni. Így nagyon nehézé válik meglátni az újabbnál újabb lehetőségeket. Nyilván ezeknek a rutinoknak van pozitív szerepük is, mivel a mindennapi tevékenységeinkhez irányt adnak, dominanciájuk viszont meggátolhatja a kreatív gondolkodást.

A **szabályok** és **tradíciók** hasonlóképpen szükségesek, viszont az elnyomás és korlátozás eszközei is lehetnek, meggátolva a kreatív teljesítmény kibontakozását. A harmadik csoport a **perceptuális gátak**, melyek szintén a tanulási folyamat által alakulnak ki. A világot megtanuljuk észlelni, kialakítva a különböző perceptuális beállítódásokat, amelyek segítenek a különböző problémák megoldásában. Felgyorsítják a problémamegoldás folyamatát, de gátolják az új alternatívákra való felfigyelést. Egy megoldás ez ellen a *Tedd az ismerőst ismeretlenné!* módszer. Így az egyén sokkal nagyobb valószínűséggel fogja a megszokott dolgokat és helyzeteket új perspektívából megközelíteni.

A **kulturális korlátokat** a szociális befolyás, elvárások, konformitás alkotják, melyek a szociális és szervezeti normákon alapulnak. A megfelelni vágyás, a félelem a különbözőségtől az egyéniség és a kreativitás elvesztéséhez vezet. Megtanultuk azt, hogy a jó az a helyes, és rossz, ha hibázol. A hibázás pedig maga után vonhatja a kritikát, a szarkazmust stb. A hibázás viszont (*megengedni önmagadnak, hogy hibázz*) hozzásegít a kreativitás fejlesztéséhez, fejlődéséhez.

Az **érzelmi korlátok** a gondolkodással együtt járva a blokkolás érzetet keltik. A leggyakoribb ilyen érzések például: a harag, félelem, szorongás, gyűlölet, de a szerelem is. Egyesek lehetnek ideiglenesek, mivel lehet valamilyen problémahelyzetben állnak elő, de vannak krónikus formái is. Legtöbb inkább a kreatív ötletek megszületésében játszik szerepet, míg mások a kivitelezésben, a kreatív termék megvalósításában.

Egyszerű, de jelentős akadály az erőforrás korlátozása. Gyakran előfordul, hogy maga a kreatív ötlet ki van gondolva, de a megvalósításhoz szükséges feltételek, például az anyagi erőforrások nincsenek meg, s meggátolják a kreatív gondolkodás megvalósítását, eredményének kivitelezését.

Léteznek úgynevezett taktikák, melyek a kreatív gondolkodást segítik elő. Ezek közül Runco (2007) alapján mutatunk be néhányat. Az egyik legerősebb és széles körben használható „taktika” az előbbieken is említett *nézőpontváltás*. Hozzájárul a rutinból való kitöréshez, segít az eredeti ötletek, megoldások kiötlésében. Például a helyzet fejjel lefelé állítása egy más szempontú megközelítést ad az adott helyzetről, növelve a kreatív ötletek megjelenésének valószínűségét.

A kreatív ötletekhez vezető út gyakran az *analogikus gondolkodáson* keresztül vezet. Számos kreatív felfedezés született így. A benzol gyűrű összerakását a Kekulé álmában megjelenő saját farkába harapó kígyó ihlette. Ide sorolható az orvostudományban a daganatok szétrobantására használatos fagyasztási technika, amelyet a fagyasztóba tett vízzel teli üveg széttröése mentén fedeztek fel.

De mi is az analógia? Ez a kognitív folyamat segíti az ismeretlen megértését egy már ismert helyzet által: a releváns ismeretek azonosításával, megragadásával és átvitelével. Olyan következtetési típus, amely a jelenségek közti hasonlóságon alapul (Holyoak és Thagard, 1997). Így járul hozzá a kreatív ötletek megjelenésének serkentéséhez.

Egy másik eszköz a kreativitás fejlesztésére a *Tekints a természetbe!* módszer. A természet jó ihletforrás, akár analógiákat használva hozhatunk létre olyan termékeket, amely adott területen újszerű, funkcionális, vagyis kreatív.

A *kísérletezgetés* szintén serkentőleg hat a kreatív folyamatokra. A próbálkozás melegsége, a tévedés és hibázás felismerése, tudatosítása két fontos aspektusa a fejlődésnek, így a kreatív ötletek megszületésének is.

Több pontot ajánl Runco (2007) arra is, hogy miként lehet serkenteni a kreativitást az iskolában, a tanórákon. Néhány ezek közül:

- Légy explicit, kifejező: tudasd a diákokkal, hogy a kreativitás egy jó dolog, és azt is, hogyan találhatnak kreatív megoldásokat.
- Célozd mind az eredetiséget, mind pedig a rugalmasságot!
- Próbálj olyan feladatokat is bevinni az órákra, melyeknek nincs egyetlen konkrét megoldása! (nyílt feladatok).
- Fektesd hangsúlyt a transzformációs gondolkodásra! Metaforák, hasonlóságok, analógiák segíthetnek ebben.
- Figyelj oda a diákok érdeklődési köreire! A feladatok megválasztásakor próbálj az érdeklődési köröknek megfelelően dönteni.
- Légy te is kreatív, hiszen modellként állsz a diákok előtt.

A kreativitás fogalmának és fejlesztésének különböző szempontú bemutatását célozta ez a tanulmány. Széleskörű betekintését annak, hogy mit nevezhetünk kreativitásnak. Ha tudjuk, mit rejt ez a fogalom, mire használható, a fejlesztése sokkal egyszerűbbé válik. Sikeres utat a kreativitáshoz!

Szakirodalom

Csikszentmihályi Mihály (2014): *Kreativitás – A flow és a felfedezés avagy a találékonyság pszichológiája*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Davis, G. (1999). Barriers to creativity and creative attitudes. In M. A. Runco & S. Pritzker (Eds.), *Encyclopedia of creativity*, San Diego, CA: Academic Press, 165–174.

Galenson, D. (2009). Old masters and young geniuses: The two life cycles of human creativity. *Journal of Applied Economics*, 12, 1, 1–9. doi: 10.1016/S1514-0326(09)60002-7.

Gyarmathy Éva (2006): *A tehetség fogalma, összetevői, típusai és azonosítása*. Elte Eötvös Kiadó, Budapest.

Holyoak, K. J., Thagard, P. R. (1997). The analogical mind. *American Psychologist*, 52, 1. 35–44, doi: 10.1037/0003-066X.52.1.35.

Kozbelt, A., Beghetto, R., A., Runco, M. (2010). Theories of Creativity, In: J. C. Kaufman & R. J. Sternberg, *The Cambridge Handbook of Creativity*, New York: Cambridge University Press, 20–47.

Mouchiroud, C., & Bernoussi, A. (2008). An empirical study of the construct validity of social creativity, *Learning and Individual Differences*, 18, 372–380.

Rhodes, M. (1961). An analysis of creativity. *Phi Delta Kappan*, 42, 305–310.

Roco, M. (2004). *Creativitate și inteligență emoțională*. Editura Polirom, București.

Runco, M. A. (2004). Everyone has creative potential. In R. J. Sternberg, E. L. Grigorenko, & J. L. Singer (Eds.): *Creativity: From potential to realization*. Washington, DC, US: American Psychological Association. <http://dx.doi.org/10.1037/10692-002>

Runco, M. A. (2007). *Creativity: Theories and Themes: Research, Development, and Practice*, UK: Academic Press.

Runco, M. A., & Albert, R.S., (2010). Creativity Research: A Historical View. In: J.C. Kaufman & R. J. Sternberg (Eds). *The Cambridge Handbook of Creativity*. New York: Cambridge University Press, 3–20.

Simonton, D. K. (2004). *Creativity in science: Chance, logic, genius, and zeitgeist*. New York: Cambridge University Press.

Sternberg, R. J, Davidson, J. E. (1999). Insight, In M. A. Runco, & S. R. Pritzker, (Eds.) *Encyclopedia of Creativity*, Volume 1 San Diego: Academic Press. 57–69.

Sternberg, R.J., & Lubart, T.I. (1995). *Defying the crowd: Cultivating creativity in a culture of conformity*. New York: Free Press.

Szabó, K., Szamosközi, Š. (2012). Relationship between Social Creativity and Social Intelligence, and their Cognitive Correlates. *Erdélyi Pszichológiai Szemle*, 1, 39–62.