

## تبیین علی‌خلاقیت بر اساس ارزش‌های فرهنگی: نقش واسطه‌ای

### انگیزش و هیجان

سمیه اسماعیلی<sup>۱</sup>، راضیه شیخ‌الاسلامی<sup>۲\*</sup>

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۲/۱۸ تاریخ پذیرش: ۹۷/۷/۱۲

### چکیده

هدف از پژوهش حاضر تبیین اثر ارزش‌های فرهنگی بر خلاقیت دانشجویان از طریق نقش واسطه‌ای انگیزش و هیجان بود. بدین منظور، ۵۷۴ دانشجو از میان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز که در سال تحصیلی ۹۵-۱۳۹۴ مشغول به تحصیل بودند، با روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب شدند و پرسشنامه‌های ارزش‌های فرهنگی (سیواداس و همکاران، ۲۰۰۸)، ترجیح کاری (آمابیل و همکاران، ۱۹۹۴)، عواطف مثبت و منفی (برادشاو، ۲۰۰۹) و خلاقیت (عابدی، ۱۳۷۲) را تکمیل کردند. داده‌های جمع‌آوری شده به کمک نرم‌افزارهای SPSS و Amos نسخه ۲۲ تجزیه و تحلیل شدند. نتایج معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار Amos نشان داد که مدل نهایی با داده‌های پژوهش برازش مناسبی دارد. نتایج تحلیل مسیر نشان داد که ارزش‌های فردگرا از طریق کاهش هیجان منفی و نیز ارزش‌های جمع‌گرا از طریق افزایش انگیزش درونی، بر خلاقیت اثر غیرمستقیم دارند. در مجموع، نتایج این پژوهش بیانگر نقش تعیین‌کننده ارزش‌های فرهنگی، انگیزش درونی و هیجان‌ات در خلاقیت است.

**واژگان کلیدی:** ارزش‌های فرهنگی، انگیزش، خلاقیت،

<sup>۱</sup> - دانشجوی دکتری روان‌شناسی تربیتی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

<sup>۲</sup> - دانشیار گروه روان‌شناسی تربیتی دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

\* - نویسنده مسئول: [sheslami@shirazu.ac.ir](mailto:sheslami@shirazu.ac.ir)

## پیشگفتار

در سال‌های اخیر، هم در مراکز پژوهشی و هم در محافل تربیتی مفهوم آفرینندگی فراوان مورد بحث و بررسی بوده است و بی‌تردید پرورش خلاقیت<sup>۱</sup> یکی از مهم‌ترین اهداف آموزش عالی به شمار می‌آید. موهبت خلاقیت، گذرگاهی با نشاط به سوی آینده‌ای درخشان تلقی می‌شود و اساس آسایش و رفاه بیشتر انسان‌ها در زندگی فردی و اجتماعی را تشکیل می‌دهد (Moghadami & Rashidi, 2017). خلاقیت ترکیبی از قدرت ابتکار، انعطاف‌پذیری و حساسیت در مقابل عقایدی است که فرد را قادر می‌سازد تا خارج از تفکر معمول به ایده‌های بدیع و مفید بپردازد، که نهایتاً منجر به رضایت فردی و خشنودی دیگران می‌شود (Sternberg, 2006).

Parker (2008) در تعریف خلاقیت بیان می‌کند که اصطلاح خلاقیت به آن دسته از فرآیندهای ذهنی دلالت دارد که به راه‌حل‌ها، ایده‌ها و مفهوم‌سازی‌ها، اشکال هنری، نظریه‌های منحصر به فرد و جدید منجر می‌شود (به نقل از Karimi, Mehrfzoon & Jafari, 2017). Torrance نیز معتقد است که تفکر خلاق مرکب از چهار مؤلفه سیالی<sup>۲</sup>، انعطاف‌پذیری<sup>۳</sup>، ابتکار<sup>۴</sup> و بسط<sup>۵</sup> است. سیالی به معنی توانایی تولید ایده‌های زیاد در یک مدت زمان کوتاه یا تعداد پاسخ به یک محرک است. انعطاف‌پذیری، یعنی دادن پاسخ‌های متنوع. ابتکار یا اصالت به توانایی تولید ایده‌های نو و غیرمعمول برای مسائل اشاره دارد و بسط نیز به معنای توانایی توجه به جزئیات و غنی کردن ایده‌ها است (Torrance & Goff, 1998). در تبیین خلاقیت نظریه‌های مختلفی وجود دارد که در جای خود توضیحی روشن‌گرانه برای عوامل مؤثر بر خلاقیت ارائه کرده‌اند. Torrance (1974) معتقد است که خلاقیت یک اثر شخصی است. یعنی به عواملی نظیر انگیزش، هیجان، عواطف، احساسات، تجربه‌ها و یادگیری‌های شخصی وابسته است. عده‌ای نیز مانند Antonietti, Giorgetti & Pizzingril (2011) معتقدند که خلاقیت بُعدی فراشناختی دارد و با فرایندهای عالی ذهنی نظیر تفکر، هوش، تخیل و پردازش اطلاعات ارتباط دارد. گروهی هم مانند Sternberg (2006)، معتقدند که خلاقیت پدیده‌ای چند متغیری است؛ یعنی عواملی نظیر جامعه، خانواده، شخصیت و توانایی‌های شناختی هم‌زمان بر آن تأثیر می‌گذارند. به تعبیر Amabile (2013)، خلق ایده‌های نو و تولیدات ابتکاری از ویژگی‌های شناختی انسان‌هاست و از نیازها و مقتضیات جامعه و شرایط خانوادگی بر می‌خیزد.

1. creativity

2. fluency

3. flexibility

4. originality

5. elaboration

بر اساس دیدگاه Amabile (2013) خلاقیت از عامل‌های اجتماعی و محیطی پیرامون خود تأثیر می‌پذیرد. در واقع، توانمندی‌ها و استعداد‌های کودک از جمله خلاقیت وی از عوامل اجتماعی مانند والدین، معلمان و فرهنگ متأثر است (Niemiec & Ryan, 2009؛ Lynch, Guardia, & Ryan, 2009). فرهنگ می‌تواند در فرایندهای خلاقیت، حوزه‌های بروز و شیوه‌ی پرورش آن نقشی تعیین‌کننده داشته باشد (Sternberg & Lubart, 2010). بر اساس دیدگاه سازنده‌گرایی اجتماعی<sup>۱</sup>، رشد شناختی در بستر فرهنگ و اجتماع صورت می‌گیرد و فرایندهای عالی ذهن مستقیماً تحت تأثیر فرهنگ قرار می‌گیرند (Schunk, 2005). طبق نظریه زیست بوم‌شناختی<sup>۲</sup> Bronfenbener (1979) نیز، رشد انسان در درون نظام پیچیده‌ای از روابط، تحت تأثیر چندین سطح از متغیرهای محیطی قرار می‌گیرد. هر سطح محیط تأثیر قدرتمندی بر رشد دارد. بیرونی‌ترین سطح نظام، کلان‌سیستم<sup>۳</sup> است. این سطح از ارزش‌ها، فرهنگ، قوانین، آداب و رسوم و امکانات تشکیل می‌شود و رشد افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در پژوهش حاضر اثر عوامل فرهنگی (در قالب ارزش‌های فرهنگی) بر خلاقیت مورد مطالعه قرار گرفته است.

بنا به نظر متخصصان، فرهنگ یک کشور، رشد شناختی اعضای آن جامعه را از طریق تجارب اجتماعی شدن آن‌ها تحت تأثیر قرار می‌دهد (Hofstede, 2008). فرهنگ عبارت است از ارزش‌هایی که اعضای یک گروه معین دارند، هنجارهایی که از آن پیروی می‌کنند و کالاهای مادی که تولید می‌کنند (Giddens, 2007). Schommer-Aikins (2004) در زمینه عناصر فرهنگی، با مورد بحث قرار دادن «دیدگاه‌های ارتباطی فرهنگی<sup>۴</sup>» دو ویژگی فرهنگی را مطرح می‌کند که به عنوان بنیان‌های دیدگاه وی عمل می‌کنند: الف) میزان صمیمیت یا نزدیکی<sup>۵</sup> و ب) میزان تمایزگذاری موقعیتی<sup>۶</sup> ادراک شده. بُعد صمیمیت یا نزدیکی نشانگر این باور افراد است که تا چه حد باید مستقل مستقل از هم و یا وابسته به هم باشند. بُعد تمایزگذاری موقعیتی نیز بیانگر آن است که افراد موقعیت خود را نسبت به یکدیگر تا چه حد سلسله‌مراتبی و یا برابر فرض می‌کنند. در حالت سلسله‌مراتبی، همیشه یکی از افراد موقعیت بالاتری نسبت به دیگری دارد. در حالت برابر، روابط افراد در یک سطح است (Schommer-Aikins, 2004).

به اعتقاد Hofstede (2008) می‌توان در حوزه تحقیقات بین فرهنگی مفاهیمی را معرفی نمود که به بهترین وجه با دو بُعد صمیمیت و تمایز موقعیتی همخوانی داشته باشد. در جوامع مختلف

1. social constructivist perspective

2. bio ecological theory

3. macro system

4. cultural relational views

5. closeness

6. status differentiation

میزان نزدیکی و صمیمیتی که افراد در روابط خود با دیگران احساس می‌کنند، به تفاوت فرهنگ آن‌ها از نظر جمع‌گرا<sup>۱</sup> و فردگرا<sup>۲</sup> بودن برمی‌گردد. فرهنگ‌های فردگرا بر نیازها و اهداف خود فرد به عنوان مهم‌ترین عامل تأکید می‌کنند. درحالی‌که، فرهنگ‌های جمع‌گرا بر نیازها و اهداف گروه تأکید دارند. فردگرایی، استقلال و دل‌نابستگی عاطفی را تشویق می‌کند در حالی‌که در فرهنگ‌های جمع‌گرا، هویت گروهی و دلبستگی عاطفی تقویت می‌شود (Frank & Schvaneveldt, 2014). همچنین، می‌توان از دو مفهوم روابط عمودی و افقی برای انعکاس میزان تمایز موقعیتی استفاده نمود. روابط عمودی نشانگر ارتباط سلسله‌مراتبی و روابط افقی نشانگر ارتباط برابر و مساوی است (Triandis & Suh, 2009).

نتایج پژوهش‌ها حاکی از ارتباط بین عناصر فرهنگی و خلاقیت است. Jeou- Chang-Yeh, Shyan, Da-Chian & Chih-Hsing (2015) در پژوهش خود به بررسی چگونگی تأثیر محیط یادگیری (فردی و جمعی) بر انگیزش و خلاقیت پرداختند. این پژوهش بر روی دانش‌آموزان چینی اجرا شد. در این پژوهش نشان داده شده است که دانش‌آموزان چینی به صورت گروهی فعالیت دارند و از ارزش‌های فرهنگی جمع‌گرایی برای یادگیری استفاده می‌کنند و یادگیری جمعی با انگیزش درونی و خلاقیت رابطه مثبت و معناداری دارد. در پژوهشی توسط Laisema & Wannapiroon (2014) نشان داده شد که در فرهنگ‌های جمع‌گرا به‌خصوص در فرهنگ‌های شرقی، دانش‌آموزان جهت انجام تکالیف درسی و یادگیری با یکدیگر در تعامل مستقیم هستند و در حین تعامل از راهکارهای خلاق برای حل کردن مسائل و تکالیف درسی استفاده می‌کنند. Sarooghi, Burkemper & Libaers (2015) نیز، با فراتحلیل مطالعاتی که به بررسی رابطه خلاقیت و نوآوری با عوامل سازمانی، فرهنگی و محیطی پرداخته بودند، به این نتیجه رسیدند که علاوه بر عوامل فردی، عوامل فرهنگی نیز ارتباط مثبت و نیرومندی با خلاقیت در موسسات بزرگ نسبت به مؤسسات کوچک صنعتی دارد.

اما آنچه که مورد سوال است آن است که فرهنگ از چه طریقی بر خلاقیت اثرگذار است؟ Ludwig (1992) معتقد است که تأثیر فرهنگ بر خلاقیت، تأثیر فرهنگ بر نگرش‌ها و انگیزه‌هاست. به این معنا که فرهنگ از طریق اثراتی که بر نگرش‌ها و انگیزه‌های افراد جامعه می‌گذارد، خلاقیت آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. Amabile (2012) نیز با اشاره به نظریه خودتعیینی<sup>۳</sup> (Deci & Ryan, 2002) بیان می‌کند که بسیاری از رفتارهای انسان‌ها به چگونگی ارضای نیازهای اساسی

1. collectivist

2. individualist

3. self-determination theory

آن‌ها در بافت فرهنگی و اجتماعی‌شان بستگی دارد. اگر بافت فرهنگی، نیازهای اساسی را به نحو مطلوبی ارضاء نماید، انگیزش درونی<sup>۱</sup> برای انجام فعالیت در سطح مطلوب ایجاد می‌گردد.

در پژوهش‌های متعددی، نقش ارزش‌های فرهنگی بر انگیزش مورد بررسی قرار گرفته است. در Bong, Kim, & Jiang (2015) در پژوهش خود به بررسی ارتباط بین پیروی از رسوم یا عقاید (و ادراک از حمایت عاطفی و انگیزش تحصیلی و پیشرفت در نوجوانان کره‌ای در دو درس ریاضی و انگلیسی، پرداختند. نتایج نشان داد که پیروی از عقاید و رسوم ارتباط مثبتی با انگیزش پیشرفت در این دو درس دارد. در این مطالعه نشان داده شد در فرهنگ جمع‌گرای کره‌ای، نوجوانان از طریق پیروی از مراجع، ارتباط نزدیکی با معلمان خود دارند. بنابراین به نظر می‌رسد رضایت و خرسندی از یادگیری، در فرهنگ‌هایی رخ می‌دهد که دانش‌آموزان احساس حمایت کنند و این عوامل باعث افزایش انگیزش در آنان می‌شود. Duta, Panisoara & Panisoara (2014) نیز، به بررسی تأثیر جامعه و فرهنگ بر روش تدریس معلمان و انگیزش یادگیری تحصیلی دانش‌آموزان رومانی در کلاس درس پرداختند. آنها به این نتیجه رسیدند که معلمان که مهارت‌های اجتماعی خوبی داشته و دارای فرهنگ جمع‌گرا هستند از انگیزش بیشتر در تدریس برخوردارند و این امر و بر علاقه و انگیزش دانش‌آموزان و جو کلاس تأثیر مثبت دارد.

انگیزش به عنوان یکی از پیامدهای ارزش‌های فرهنگی تأثیر انکارناپذیری هم بر آغاز چرخه‌ی خلاقیت و هم در تداوم آن دارد (Amabile & Gryskiewicz, 2010). به اعتقاد Shalley & Gilson (2008) افراد بدون انگیزش و صرفاً با برخورداری از ویژگی‌های شخصیتی و شناختی خلاقیت، به طور کامل نمی‌توانند درگیر در عملکرد خلاقانه شوند. به عبارتی دیگر، این انگیزش است که باعث تمایز بین افرادی می‌شود که می‌توانند خلاق باشند و افرادی که می‌خواهند خلاق باشند (Shahini & Shahamirian, 2018). در پژوهشی توسط Ozturk & Fidan (2015) رابطه بین خلاقیت معلمان مدارس دولتی و خصوصی با انگیزش درونی و نوآوری در مدرسه مورد مطالعه قرار گرفت. نتایج به دست آمده نشان داد که انگیزش درونی انتظار بیشتر را برای خلاقیت و نوآوری ایجاد می‌کند. An, Carr & Song (2016) نیز در پژوهشی دو مدل از خلاقیت را مورد بررسی قرار دادند تا چگونگی تأثیرگذاری هوش عمومی، دامنه اطلاعات، انگیزش و شخصیت خلاقانه را بر تفکر خلاق بررسی کنند. در هر دو مدل، انگیزش پیش‌بینی کننده قوی خلاقیت بود. Amabile (2012) در تبیین نقش انگیزش در خلاقیت اظهار می‌کند که شیوه‌های متعدد تعامل افراد تأثیرگذار همچون والدین و جامعه با کودکان، موجب شکل‌گیری جهت‌گیری‌های مختلفی از انگیزش می‌شود

<sup>1</sup> . intrinsic motivation

و این جهت‌گیری‌ها کنش‌ها و رفتارهای آدمی را به صورت‌های متفاوتی تحت تأثیر قرار می‌دهند. بر این اساس انتظار می‌رود انواع مختلف انگیزش شامل انگیزش درونی<sup>۱</sup> و انگیزش بیرونی<sup>۲</sup> اثرات متفاوتی بر عملکرد خلاقانه داشته باشند. در این راستا پژوهش‌های متعددی بر نقش انگیزش درونی در خلاقیت تأکید نموده‌اند، اما در خصوص اثر انگیزش بیرونی بر خلاقیت به نتایج یکسانی دست نیافته‌اند (Fidan & Oztürk, 2015؛ An, et. al, 2016؛ Goretta, Nekane, Bernhard & Aitor, 2015؛ Martina, 2014؛ Shu-Ling, Biing-Lin, Hsueh-Chih, Yen-Ying, 2013؛ Sheikholeslami & Rasavieh, 2005).

علاوه بر این، بافت اجتماعی و فرهنگی بر هیجان<sup>۳</sup> و آگاهی از هیجان اثرگذار است و هیجان نیز یکی از مؤلفه‌های اثرگذار بر فرایندهای شناختی محسوب می‌شود. بسیاری از هیجان‌ها از تعامل اجتماعی و بستر فرهنگی سرچشمه می‌گیرند (Sadat Hasani Atar, Mashhadi, & Samimi, 2018؛ Mascolo, Fischer, & Li, 2003) و به‌نوبه خود فرایندهای شناختی را تحت تأثیر قرار می‌دهند (Fredrickson, 2000). Mesquita, Leersnder & Boiger (2016) در پژوهشی بر روی افراد فرهنگ‌های مختلف نشان دادند که فرهنگ بر تجربه احساسی و هیجانی تأثیر دارد. در این بررسی به چگونگی ساختن احساسات و هیجان‌ات طبق خواسته‌های فرهنگی از جمله فرهنگ فردگرا و جمع‌گرا پرداخته شد. نتایج نشان داد شیوه‌های بروز هیجان‌ات و احساسات در فرهنگ‌های فردگرا و جمع‌گرا با هم تفاوت معنی‌داری دارند.

همانگونه که عنوان شد، متون نظری حاکی از آن است که هیجان را نیز می‌توان از جمله عوامل فردی موثر بر خلاقیت محسوب نمود (Isen & Reeve, 2006؛ Eisenberger & Shanock, 2003). در زمینه اثر هیجان مثبت بر شناخت رویکردهای متفاوتی وجود دارد: بنا بر رویکرد اول، هیجان مثبت باعث می‌شود فرد در پردازش شناختی به سبک پردازش اکتشافی و کل‌گرا-شهودی تمایل یابد. این سبک پردازش اطلاعات سبب انعطاف‌پذیری شناختی و تسهیل حل مسئله خلاق می‌شود (Isen, 2000). رویکرد دوم بر مبانی عصب زیست شناختی متکی است. فرض اصلی در این رویکرد آن است که در هیجان مثبت، میزان دوپامین<sup>۴</sup> مغز بالا می‌رود، بنابراین، بهبود حل مسئله خلاقانه و انعطاف‌پذیری شناختی در شرایط عاطفه مثبت ناشی از افزایش دوپامین در کورتکس پیش فرونتال و سینگولیت قدمی است (Modarres Gharavi, et. al, 2004).

1. intrinsic motivation

2. extrinsic motivation

3. emotion

4. dopamine

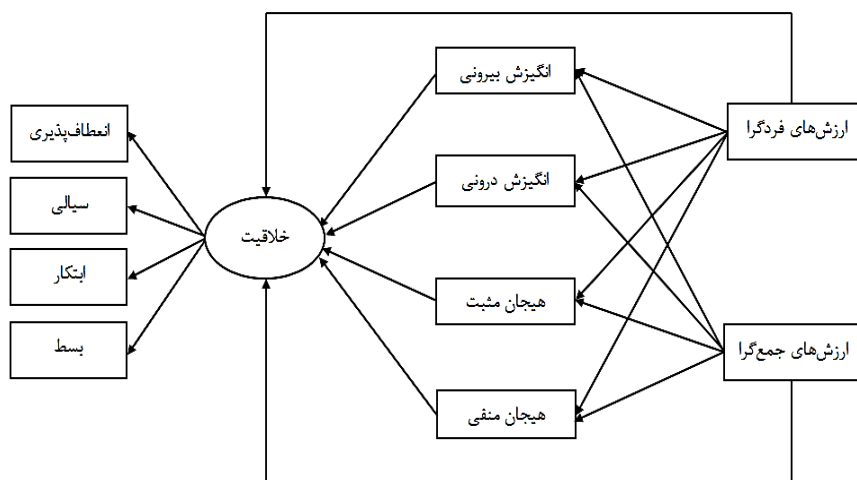
مطابق با نظریه گسترش و ساخت<sup>۱</sup> (Fredrickson, 2000; Fredrickson & Branigan, 2005) نیز، تجربه هیجان مثبت به اشخاص این امکان را می‌دهد توجه خود را تعمیق بخشند و خلاقیت خویش را بالا ببرند. بر اساس این نظریه، با تجربه هیجان مثبت افراد می‌توانند بین ایده‌های مجزا ارتباط برقرار کنند و در نتیجه به گونه‌ای خلاقانه و منعطف عمل کنند (Fredrickson, 2001). به عبارت دیگر، هیجان مثبت به این می‌انجامد که افراد، ارتباط‌های جدید میان ایده‌ها را ببینند، اطلاعات را یکپارچه کرده، سازماندهی کنند و راه‌حل‌های تازه‌ای را برای حل مشکلات ایجاد نمایند (Isen, Daubman & Nowicki, 2012; Golparvar & Vaseghi, 2010). به اعتقاد Cohn (2008)، هیجان‌ات مثبت به گسترش فرایندهای شناختی جدید و نو کمک کرده و خزانه‌ی فکر و عمل را گسترش می‌دهند. همچنین، هیجان مثبت به مثابه علامتی است که نشان می‌دهد محیط پیرامون فرد امن است و این امر به خودی خود سبب می‌شود که این نوع هیجان به محرکی برای اکتشاف و تولید پاسخ‌های خلاق تبدیل شود (Madeline & Ai-Girl, 2006).

علاوه بر متون نظری، برخی از شواهد پژوهشی نیز حاکی از ارتباط بین هیجان و خلاقیت است. برای مثال، Yu-Chu، Chung-Wei Su & (2016) اثر هیجان‌ات فعال مثبت و منفی را بر خلاقیت زنان و مردان در حین بازی مورد مطالعه قرار دادند. نتایج این مطالعه نشان داد که هیجان‌ات فعال مثبت، منجر به افزایش خلاقیت در بازی می‌شوند. در حالی که، هیجان‌ات فعال منفی، خلاقیت را کاهش می‌دهند. به اعتقاد این محققین، هیجان‌ات مثبت، فرایند خلاقیت را تسهیل می‌کنند. در همین ارتباط، Sorroa، Balluerka، Aritzeta & Hommel (2015) در پژوهش خود که بر روی نمونه‌ای متشکل از دانش‌آموز انجام شد به بررسی رابطه انگیزش و هیجان با خلاقیت پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که انگیزش و هیجان با خلاقیت رابطه معنی‌دار و مثبت دارند.

در مجموع، با توجه به آنچه گفته شد، می‌توان انتظار داشت که ارزش‌های فرهنگی از طریق انگیزش و هیجان، تفکر خلاق را تحت تأثیر قرار دهند. لازم به ذکر است که مطالعه مکانیزم اثرگذاری ارزش‌های فرهنگی بر خلاقیت دانشجویان این امکان را فراهم می‌آورد که سیاستگذاران نظام آموزش عالی اثرگذاری ارزش‌های فرهنگی بر خلاقیت را از طریق سرمایه‌گذاری بر فرایندهای واسطه‌ای همچون انگیزش و هیجان، تسهیل نمایند. علاوه بر این، با توجه به آن که کماکان در خصوص اثر انگیزش بیرونی بر خلاقیت اختلاف‌نظرهایی وجود دارد و همچنین، در متون علمی غالباً به نقش هیجان مثبت در خلاقیت توجه شده است و کمتر به هیجان منفی پرداخته شده است، پژوهش حاضر این شکاف‌ها را مدنظر قرار داده و به لحاظ نظری نیز از اهمیت برخوردار است.

<sup>۱</sup>. broaden-and-build theory

بر این اساس، این پژوهش به بررسی نقش واسطه‌ای انگیزش (بیرونی و درونی) و هیجانات (مثبت و منفی) در رابطه بین ارزش‌های فرهنگی و خلاقیت دانشجویان در قالب یک مدل علی پرداخته است. روابط بین متغیرهای پژوهش در شکل شماره ۱ نشان داده شده است. فرضیه پژوهش عبارت است از آن‌که «انگیزش بیرونی و درونی و هیجانات مثبت و منفی نقش واسطه‌ای در رابطه بین ارزش‌های فرهنگی و خلاقیت دانشجویان دارند».



شکل ۱. مدل مفهومی تبیین علی خلاقیت

### روش، جامعه و نمونه آماری پژوهش

طرح پژوهش حاضر از نوع همبستگی بوده که در آن روابط علی بین متغیرها در قالب مدل‌یابی معادلات ساختاری<sup>۱</sup> مورد مطالعه قرار گرفته است. در این پژوهش، ارزش‌های فرهنگی متغیر برونزاد، انگیزش (بیرونی و درونی) و هیجان (مثبت و منفی) متغیرهای واسطه‌ای و خلاقیت متغیر درونزاد است. لازم به ذکر است که خلاقیت به صورت متغیر مکنون در نظر گرفته شده است. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی دانشجویان کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز در سال تحصیلی ۹۵-۱۳۹۴ بودند. شرکت‌کنندگان شامل ۵۷۲ دانشجو (۳۲۹ زن و ۲۴۳ مرد) بود، که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. بدین صورت که از هر پنج دانشکده دانشگاه آزاد اسلامی اهواز

<sup>۱</sup>. Structural Equation Modeling (SEM)



(دانشکده فنی-مهندسی، پرستاری، علوم پایه، کشاورزی و انسانی) سه کلاس به نحو تصادفی انتخاب و تمامی دانشجویان این کلاس‌ها مورد مطالعه قرار گرفتند. میانگین و انحراف استاندارد سنی دانشجویان ۲۴/۸۰ ۵/۹۸ سال بود.

## ابزار گردآوری داده‌ها

مقیاس ارزش‌های فرهنگی: به منظور اندازه‌گیری ارزش‌های فرهنگی فردگرا و جمع‌گرا، از نسخه‌ی کوتاه مقیاس فردگرایی و جمع‌گرایی افقی و عمودی (Sivadas, Bruvold & Nelson, 2008) استفاده شد. این مقیاس یک پرسش‌نامه خودسنجی است که میزان موافقت یا عدم موافقت پاسخ‌دهنده را با ۱۶ گویه که درباره‌ی ارزش‌های فرهنگی فردگرایی و جمع‌گرایی هستند، مورد سؤال قرار می‌دهد. تعداد ۹ گویه جمع‌گرایی و ۷ گویه فردگرایی را بر اساس مقیاس لیکرت هفت درجه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۷)، می‌سنجد. Sivadas et al. (2008) به منظور تعیین پایایی مقیاس، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده کرده و این ضریب را به ترتیب برای فردگرایی و جمع‌گرایی ۰/۷۱ و ۰/۶۴ گزارش کرده‌اند. در پژوهش Kouroshnia (2011)، روایی این مقیاس با استفاده از روش تحلیل عامل و نیز روش همسانی درونی مورد بررسی قرار گرفت و روایی مقیاس مورد تأیید قرار گرفت. همچنین، در مطالعه وی، ضریب پایایی آلفای کرونباخ برای فردگرایی ۰/۷۰ و برای جمع‌گرایی ۰/۶۱ گزارش شده است. در پژوهش Mohamadi & Sheikholeslami (2014)، نیز پایایی این پرسشنامه از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ برای خرده‌مقیاس فردگرایی ۰/۶۴ و برای خرده‌مقیاس جمع‌گرایی ۰/۶۰ به دست آمد. در پژوهش حاضر به منظور تعیین روایی سازه‌ای ابزار، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. شاخص‌های نیکویی برازش مدل، شامل نسبت مجذور خی دو به درجه آزادی ( $\chi^2/df$ )، شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص برازش تطبیقی (CFI) و ریشه میانگین مجذور خطای تقریب (RMSEA) به ترتیب برابر با ۰/۹۳، ۰/۹۵، ۰/۰۶ و بدست آمد. بنابر این مدل مذکور با داده‌ها برازش مطلوبی داشت. لازم به ذکر است که ۳ گویه به علت نداشتن بار عاملی مناسب (حداقل ۰/۳۰) از پرسشنامه حذف شدند. همچنین، برای بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. این ضرایب برای فردگرایی ۰/۷۶ و جمع‌گرایی ۰/۷۸ به دست آمد.

**پرسشنامه ترجیح کاری:** پرسشنامه ترجیح کاری<sup>۱</sup>: (Amabile, Hill, Hennessey, & Tighe, 1994) دارای ۳۰ گویه است، که ابعاد درونی و بیرونی انگیزش را اندازه‌گیری می‌کند. هر گویه در پرسشنامه، در طیف لیکرت چهار درجه‌ای (هرگز، گاهی اوقات، اغلب و همیشه)

<sup>۱</sup>. Work Preference Inventory (WPI)

نمره‌گذاری می‌شود. Amabile et al. (1994) با محاسبه همبستگی بین نمرات پرسش‌نامه انگیزش درونی و بیرونی با مقیاس گرایش‌های علی کلی و نمرات پرسشنامه علاقه و تجربه دانش‌آموز نشان دادند که این پرسشنامه از روایی بالایی برخوردار است. ترجمه و انطباق این پرسشنامه با فرهنگ فارسی توسط Sheikholeslami و Rasavieh (2005) انجام پذیرفته است. Sheikholeslami & Rasavieh (2005) برای تعیین روایی از روش تحلیل عاملی و برای تعیین پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده کرده‌اند. پایایی این پرسش‌نامه برای انگیزش بیرونی برابر ۰/۹۳ و برای انگیزش درونی ۰/۷۴ گزارش شده است. نتایج تحلیل عاملی نیز حاکی از تأیید روایی آن بوده است. در پژوهش حاضر به منظور تعیین روایی سازه‌ای ابزار، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. شاخص‌های نیکویی برازش مدل، شامل نسبت مجذور خی دو به درجه آزادی ( $\chi^2/df$ )، شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص برازش تطبیقی (CFI) و ریشه میانگین مجذور خطای تقریب (RMSEA) به ترتیب برابر با ۳/۱۴، ۰/۸۸، ۰/۸۳، ۰/۰۶ به دست آمد. بنابر این مدل مذکور با داده‌ها برازش مطلوبی داشت. لازم به ذکر است که ۴ گویه به علت نداشتن بار عاملی مناسب (حداقل ۰/۳۰) از پرسشنامه حذف شدند. همچنین، برای بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. این ضرایب برای انگیزش بیرونی ۰/۷۶ و انگیزش درونی ۰/۷۶ به دست آمد.

**مقیاس عواطف مثبت و منفی:** مقیاس عواطف مثبت و منفی (Bradshaw, 2009) یک مقیاس ۱۲ سوالی است که هیجان مثبت و هیجان منفی را می‌سنجد. گویه‌ها در طیف لیکرت پنج درجه‌ای (هیچ‌گاه=۱ تا همیشه=۵) تنظیم شده است. خرده مقیاس عواطف (هیجان) مثبت میزان بشاش بودن و آرامش داشتن و احساس شادی زیاد کردن و خرده مقیاس عواطف (هیجان) منفی میزان غمگین بودن به طوری که هیچ چیز نتواند فرد را شاد کند و احساس عصبی بودن را در خلال سی روز گذشته می‌سنجد. در پژوهش Bradshaw (2009) روایی خرده‌مقیاس هیجان مثبت با استفاده از محاسبه همبستگی بین نمرات آن با پرسشنامه رضایت زناشویی انریچ صورت گرفت و ضریب همبستگی ۰/۶۹ به دست آمد. ضریب آلفای کرونباخ برای این خرده‌مقیاس توسط Bradshaw (2009)، ۰/۹۲ محاسبه گردید. همبستگی نمرات خرده‌مقیاس هیجان منفی نیز با نمرات رضایت زناشویی انریچ، ۰/۵۹- و ضریب آلفای کرونباخ برای این خرده‌مقیاس توسط Parsi (2014) نیز، پایایی خرده‌مقیاس هیجان مثبت و هیجان منفی از طریق محاسبه آلفای کرونباخ بررسی شد. در خرده‌مقیاس هیجان مثبت، ضریب پایایی برای مردان ۰/۹۱ و برای زنان ۰/۹۱ گزارش شد. در خرده‌مقیاس هیجان منفی، ضریب پایایی برای مردان ۰/۸۶ و ۰/۸۸ به دست آمد. در پژوهش حاضر به منظور تعیین روایی سازه‌ای ابزار، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. شاخص‌های نیکویی برازش مدل، شامل نسبت

مجذور خی دو به درجه آزادی ( $\chi^2/df$ )، شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص برازش تطبیقی (CFI) و ریشه میانگین مجذور خطای تقریب (RMSEA) به ترتیب برابر، ۴/۲۶، ۰/۹۴، ۰/۹۰، ۰/۰۷ بدست آمد. بنابر این، مدل مذکور با داده‌ها برازش مطلوبی داشت. همچنین، برای بررسی پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد و این ضرایب برای هیجانات مثبت ۰/۸۵ و هیجانات منفی ۰/۸۳ بدست آمد.

**پرسشنامه خلاقیت عابدی:** این پرسشنامه به‌وسیله (Abedi, 1993) بر اساس تعریف تورنس از خلاقیت ساخته شده و دارای ۶۰ گویه و چهار خرده‌مقیاس است. خرده‌مقیاس‌ها عبارتند از سیالی، ابتکار، انعطاف‌پذیری و بسط. هر گویه دارای سه گزینه است که نمره‌ای از ۱ تا ۳ (الف=۱، ب=۲ و ج=۳) به آن تعلق می‌گیرد. شهنی‌بیلاق، سهرابی و شکرکن (۱۳۸۴) در پژوهشی بر روی دانشجویان دانشگاه شهید چمران، ضرایب پایایی پرسشنامه عابدی را، به روش آلفای کرونباخ، برای نمره کل و مولفه‌های سیالی، ابتکار، انعطاف‌پذیری و بسط، به ترتیب، ۰/۷۳، ۰/۷۷، ۰/۷۳ و ۰/۵۹ و ۰/۶۲ گزارش کردند (Shani yeihagh, Hajiyakhchali, Haghghi, & Behroozi, 2009). در پژوهش حاضر به منظور تعیین روایی سازه‌ای ابزار، از تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. شاخص‌های نیکویی برازش مدل، شامل نسبت مجذور خی دو به درجه آزادی ( $\chi^2/df$ )، شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص برازش تطبیقی (CFI) و ریشه میانگین مجذور خطای تقریب (RMSEA) به ترتیب برابر با ۱/۷۹، ۰/۸۸، ۰/۸۷، ۰/۰۴ بدست آمد. بنابر این مدل مذکور با داده‌ها برازش مطلوبی داشت. لازم به ذکر است که ۱۵ گویه از ۶۰ گویه به دلیل نداشتن بارعاملی مناسب (حداقل ۰/۳۰) از پرسشنامه حذف شدند. همچنین، برای بررسی پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد و این ضرایب برای سیالی ۰/۷۶، ابتکار ۰/۷۶، انعطاف‌پذیری ۰/۸۲ و بسط ۰/۷۵ بدست آمد.

## یافته‌ها

در جدول ۱، میانگین، انحراف استاندارد و ضرایب همبستگی متغیرهای پژوهش گزارش شده است.

جدول ۱: میانگین، انحراف استاندارد و ضرایب همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیر	Mean	SD								
۱- ارزش‌های فردگرا	۳۰/۳	۶/۴								
۲- ارزش‌های جمع‌گرا	۳۵/۹	۷/۰	۰/۷۱*							
۳- انگیزش بیرونی	۲۷/۳	۴/۰	۰/۳۱*	۰/۳۸*						
۵- انگیزش درونی	۳۰/۳	۶/۴	۰/۴۰*	۰/۴۹*	۰/۶۴*					
۶- هیجان مثبت	۲۰/۱	۴/۵	۰/۱۳*	۰/۱۰	۰/۱	۰/۷				
۷- هیجان منفی	۱۶/۴	۴/۸	۰/۳۰*	۰/۲۶*	۰/۱	۰/۱۶*	۰/۳۵*			
۸- ابتکار	۲۳/۵	۳/۷	۰/۲۷*	۰/۳۵*	۰/۲۵*	۰/۴۳*	۰/۱۹*	۰/۲۳*		
۹- سیالی	۱۹/۹	۳/۱	۰/۲۵*	۰/۳۳*	۰/۲۰*	۰/۳۸*	۰/۱۸*	۰/۲۶*	۰/۵۹*	
۱۰- انعطاف‌پذیری	۳۵/۱	۵/۹	۰/۲۲*	۰/۲۸*	۰/۲۰*	۰/۳۸*	۰/۱۲*	۰/۲۳*	۰/۵۴*	
۱۱- بسط	۲۰/۵	۳/۱	۰/۳۴*	۰/۳۳*	۰/۲۵*	۰/۳۹*	۰/۷	۰/۱۷*	۰/۴۷*	

\*  $P < 0.05$ , \*\*  $P < 0.01$

به منظور آزمون مدل پیشنهادی، در ابتدا مفروضه‌های مدل‌یابی معادلات ساختاری همچون استقلال خطاها (آزمون دوربین- واتسون) و نرمال بودن چندمتغیری (آزمون کولموگروف- اسمیرونوف) بررسی شد. نتایج حاکی از برقراری مفروضه‌های مدل‌یابی معادلات ساختاری بود. برای بررسی رابطه ارزش‌های فرهنگی با خلاقیت از طریق انگیزش بیرونی و درونی و هیجان مثبت و منفی، روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار ایموس ویراست ۲۲ بکار گرفته شد. نتایج بررسی برازش مدل در جدول ۲ گزارش شده است. با استفاده از شاخص‌های نیکویی برازش

شامل  $\chi^2 / df$  (۳/۳۵)، AGFI (۰/۹۳)، GFI (۰/۹۷)، NFI (۰/۹۶)، CFI (۰/۹۸)، IFI (۰/۹۸)، RMSEA (۰/۰۷) و PCLOSE (۰/۰۵)، مدل تأیید شد.

جدول ۲: شاخص‌های برازش مدل نهایی

PC	R	LOSE	MSEA	FI	FI	FI	FI	$\chi^2$ GFI	/df	شاخص
		۰/۰۵	۰/۰۷	۰/۸	۰/۸	۰/۶	۰/۷	۰/۳	۳/۵	قادیر

همچنین، اثرات مستقیم، غیر مستقیم و کل متغیرهای مدل بررسی گردید. نتایج در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳: اثرات مستقیم، غیرمستقیم و کلی متغیرهای پژوهش

اثر کلی	اثر غیرمستقیم	معناداری اثر مستقیم	اثر مستقیم	مسیر
۰/۰۸	-	۰/۱۵۴	۰/۰۸	ارزش‌های فردگرا به انگیزش بیرونی
۰/۳۲	-	۰/۰۰۰۱	۰/۳۲	ارزش‌های جمع‌گرا به انگیزش بیرونی
۰/۱۰	-	۰/۰۵۸	۰/۱۰	ارزش‌های فردگرا به انگیزش درونی
۰/۴۲	-	۰/۰۰۰۱	۰/۴۲	ارزش‌های جمع‌گرا به انگیزش درونی
۰/۱۱	-	۰/۰۵۷	۰/۱۱	ارزش‌های فردگرا به هیجان مثبت
۰/۰۲	-	۰/۷۸۱	۰/۰۲	ارزش‌های جمع‌گرا به هیجان مثبت
-۰/۲۳	-	۰/۰۰۰۱	-۰/۲۳	ارزش‌های فردگرا به هیجان منفی
-۰/۱۰	-	۰/۰۸۹	-۰/۱۰	ارزش‌های جمع‌گرا به هیجان منفی
۰/۰۵	۰/۰۹	۰/۵۴۳	-۰/۰۴	ارزش‌های فردگرا به خلاقیت
۰/۵۶	۰/۳۶	۰/۰۰۱	۰/۲۰	ارزش‌های جمع‌گرا به خلاقیت
-۰/۰۷	-	۰/۱۶۹	-۰/۰۷	انگیزش بیرونی به خلاقیت
۰/۴۳	-	۰/۰۰۰۱	۰/۴۳	انگیزش درونی به خلاقیت
۰/۰۸	-	۰/۰۵۱	۰/۰۸	هیجان مثبت به خلاقیت
-۰/۱۵	-	۰/۰۰۱	-۰/۱۵	هیجان منفی به خلاقیت

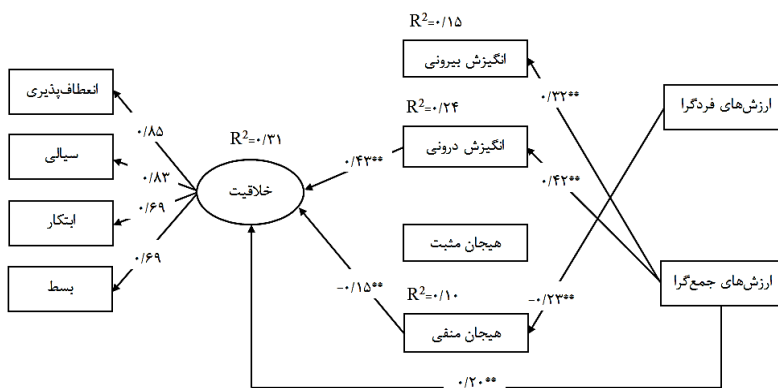
با توجه به نتایج جدول ۳، مسیرهای مستقیم ارزش‌های جمع‌گرا به انگیزش بیرونی ( $\beta=۰/۳۲, p=۰/۰۰۰۱$ )، ارزش‌های جمع‌گرا به انگیزش درونی ( $\beta=۰/۴۲, p=۰/۰۰۰۱$ )، ارزش‌های

فردگرا به هیجان منفی ( $\beta = -0.23, p = 0.0001$ )، ارزش‌های جمع‌گرا به خلاقیت ( $p = 0.001$ )، انگیزش درونی به خلاقیت ( $\beta = 0.43, p = 0.0001$ ) و هیجان منفی به خلاقیت ( $\beta = -0.15, p = 0.001$ ) معنا دار شدند.

جهت برآورد و تعیین معناداری مسیر غیرمستقیم متغیرها از روش بوت استراپ در برنامه ماکرو، آزمون پریچر و هیز<sup>۱</sup> استفاده شد. همانگونه که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، اثر غیرمستقیم ارزش‌های فردگرا بر خلاقیت از طریق کاهش هیجان منفی و نیز اثر غیرمستقیم ارزش‌های جمع‌گرا بر خلاقیت از طریق افزایش انگیزش درونی تأیید شده است. مدل نهایی پژوهش حاضر در شکل ۲ نشان داده شده است.

جدول ۴: نتایج بوت استراپ در خصوص معناداری ضرایب مسیر غیرمستقیم

مسیر	$\beta$	SE	خطای معیار	حد پایین	حد بالا	سطح معناداری
ارزش‌های فردگرا ← هیجان منفی ← خلاقیت	۰/۰۹۰	-۰/۰۰۱	۰/۰۲۷	۰/۰۳۹	۰/۱۴۸	۰/۰۰۲
ارزش‌های جمع‌گرا ← انگیزش درونی ← خلاقیت	۰/۳۶۴	۰/۰۰۱	۰/۰۵۱	۰/۲۷۶	۰/۴۷۴	۰/۰۰۱



\*\* $p \leq 0.01$

1. Preacher & Hayes

شکل ۲. مدل نهایی پژوهش

## بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش واسطه‌ای انگیزش و هیجان در رابطه بین ارزش‌های فرهنگی و خلاقیت دانشجویان در قالب مدل‌یابی معادلات ساختاری انجام گرفت. یافته‌های پژوهش نشان داد ارزش‌های فرهنگی جمع‌گرا از طریق افزایش انگیزش درونی منجر به افزایش خلاقیت دانشجویان شده است. اثر مثبت ارزش‌های فرهنگی جمع‌گرا بر انگیزش درونی، با نتایج پژوهش‌های Jiang et al (2015) و Duta et al (2014) مبنی بر اثر فرهنگ بر انگیزش افراد جامعه، همسو است. انگیزش درونی به انگیزشی اشاره دارد که فرد را به انجام فعالیتی در غیاب پاداش و یا کنترل هدایت می‌کند، در انگیزش درونی فعالیت تنها برای لذت و رضایتی که همراه آن است انجام می‌گیرد و شخص از فرایند کار لذت می‌برد. بر اساس نظر Deci & Ryan (2000) این نوع انگیزش، خودتعیین‌گر و خودپیروانه است. اگرچه ارزش‌های فرهنگی جمع‌گرا بر ارزش‌های گروهی و پیوستگی بین افراد جامعه تأکید دارند، اما به اعتقاد Kaplan & Kim, Ryan, Chirkov (2003) خودپیرو بودن منافاتی با جمع‌گرا بودن ندارد. یک فعالیت درحالی‌که می‌تواند متأثر از ارزش‌ها، هنجارها و رسوم جمعی باشد، به همان اندازه نیز می‌تواند از روی اراده و اختیار انجام بگیرد. بر این اساس، ارزش‌های جمع‌گرایانه می‌توانند انگیزش درونی را افزایش دهند. به این معنا که افراد می‌توانند هنجارها و ارزش‌های جمعی را آگاهانه و مختارانه بپذیرند و آنها را با انگیزه درونی دنبال کنند.

انگیزه درونی نیز، به نوبه خود منجر به ایده‌های خلاقانه می‌شود. همانگونه که Amabile (1996) بیان می‌کند حلقه مفقوده خلاقیت، انگیزه درونی است. تا زمانی که افراد از انگیزه درونی برخوردار نباشند، نمی‌توانند به عملکرد خلاقانه بپردازند، چرا که غالباً ایده‌های خلاقانه غیر کلیشه‌ای هستند و بعضاً نوعی ساختارشکنی در آنها مشاهده می‌شود که موجب می‌شود مورد استقبال محیط قرار نگیرند. بنابراین، لازم است افراد از انگیزه درونی کافی برخوردار باشند که علیرغم عدم دریافت حمایت و یا حتی موانعی که برای آنها ایجاد می‌شود به نوآوری و ابراز ایده‌های خلاقانه بپردازند. اثر انگیزش درونی بر خلاقیت در پژوهش حاضر، هم‌راستا با نتایج پژوهش‌های پیشین است (Sheikhholeslami & Rasavieh, 2005; Soroa, et. al, 2015).

از دیگر یافته‌های پژوهش حاضر آن است که علیرغم آن‌که ارزش‌های فرهنگی جمع‌گرا انگیزش بیرونی را افزایش داده است، اما این نوع انگیزش اثر معناداری بر خلاقیت نداشته است. در تبیین اثر مثبت ارزش‌های جمع‌گرایانه بر انگیزش بیرونی می‌توان گفت که در فرهنگ‌های جمع‌گرا بر وابستگی متقابل و هماهنگی گروهی تأکید می‌شود (Hofstede, 1984; Triandis, 1995). همچنین،

در فرهنگ‌های جمع‌گرا به رابطه متقابل، رسم و رسوم، وابستگی، هماهنگی و اطاعت از مراجع قدرت بها داده می‌شود (Triandis, 1989). بنابراین، طبیعی است که اینگونه ارزش‌های فرهنگی، انگیزش بیرونی را که مبتنی بر دریافت پیامدهای خارج از فعالیت مانند دریافت تأیید و حمایت دیگران است را افزایش دهد. اما عدم ارتباط بین انگیزش بیرونی و خلاقیت را می‌توان اینگونه تفسیر کرد که احتمالاً ماهیت انگیزش بیرونی چندان همسویی با خلاقیت ندارد. در واقع افراد برخوردار از انگیزش بیرونی به پیامدهای خارج از یک فعالیت اهمیت می‌دهند، بنابراین برای دریافت پیامدهای دلخواه خود ناگزیر به تبعیت از هنجارها و استانداردهای بیرونی هستند. در حالی که، فرایند خلاقیت مستلزم توجه به علائق درونی و مشاهده ارتباطاتی است که ممکن است با هنجارها و استانداردهای رایج همخوانی نداشته باشد.

شایان ذکر است که ارزش‌های فرهنگی جمع‌گرا علاوه بر اثر غیر مستقیم، به‌طور مستقیم نیز خلاقیت دانشجویان را افزایش داده است. این یافته همسو با نتایج پژوهش‌های Ludwig (1992)، Wannapiroon & Laisema (2014)، Chang-Yeh et al. (2015) مبنی بر اثر فرهنگ بر خلاقیت است. از آنجایی که در فرهنگ کشور ما جمع‌گرایی غالب است و افراد از طریق تعریف خود در ارتباط با دیگران و ارزش‌های جمع‌گرایانه به ایده‌ها و اهداف فرهنگی و آموزشی دست می‌یابند، بنابراین، خلاقیت آنان نیز متأثر از این ارزش‌ها است. به نحوی که ارزش‌های جمع‌گرایانه توانسته است بدون هیچ واسطه‌ای خلاقیت دانشجویان را افزایش دهد. در واقع، در فرهنگ جمع‌گرا، چون پذیرفته شدن در گروه و برقراری ارتباط موثر با دیگران از اولویت برخوردار است، به نظر می‌رسد افراد حداکثر خلاقیت خود را به کار می‌برند تا بتوانند به این اهداف دست یابند.

علاوه بر این، یافته دیگر پژوهش حاضر بیانگر آن است که ارزش فرهنگی فردگرا منجر به کاهش هیجانات منفی شده و از این طریق خلاقیت دانشجویان را افزایش داده است. اثر منفی ارزش‌های فردگرایانه بر هیجان منفی همسو با نتایج پژوهش‌های Mesquita et al (2016) مبنی بر رابطه بین فرهنگ و هیجان است. در تبیین این یافته می‌توان گفت با توجه به آن که فرهنگ‌های فردگرا بر نیازها و اهداف فردی تأکید کرده و استقلال و دل‌نابستگی عاطفی را تشویق می‌کنند. (Frank & Schvaneveldt, 2014)، بنابراین، افرادی که از ارزش‌های فردگرایانه برخوردارند، به دلیل اهمیتی که به اهداف، عواطف و نیازهای خود می‌دهند، کمتر نیز دچار عواطف منفی می‌شوند. زمانی که تجربه هیجانات منفی کاهش می‌یابد، افراد قادر می‌شوند مطالب را با انعطاف شناختی بیشتری طبقه‌بندی کنند، تداعی افکار در آنان افزایش یافته و به دلیل رها شدن از مشغولیت ذهنی و عاطفی می‌توانند به دنبال تنوع در اندیشه و یافتن موضوعات جدید و ایده‌های نو باشند (Isen, et )



al, 2012). لازم به ذکر است که در پژوهش‌های متعددی، نقش هیجانات در خلاقیت مورد تأیید قرار گرفته است (برای مثال، Yu-Chu, et al, 2016؛ Soroa, et al, 2015).

یافته جالب توجه در پژوهش حاضر آن است که هیجان مثبت در روابط بین متغیرها هیچگونه نقش معناداری را ایفا نکرده است. این امر می‌تواند ناشی از عدم توجه به هیجانات مثبت در جامعه ما باشد. به نظر می‌رسد پرورش هیجانات مثبت و استفاده از این هیجانات برای افزایش کارآمدی دانشجویان مورد توجه نظام آموزش عالی نیست. در حقیقت در نظام تعلیم و تربیت ما بیشتر از روش‌های تنذیری برای سوق دادن افراد به عملکردهای مثبت استفاده می‌شود. در حالی که، به موازات روش‌های تنذیری می‌توان از روش‌های تیشیری نیز استفاده نمود. همانگونه که در نتایج پژوهش حاضر مشاهده می‌شود، کاهش هیجانات منفی منجر به افزایش خلاقیت دانش‌آموزان شده است. در حالی که، امروزه، رویکرد روان‌شناسی مثبت‌گرا تلاش دارد با افزایش شاخص‌های مثبتی همچون تجربه هیجانات مثبت، کارایی و عملکرد افراد را بهبود بخشد. علیرغم این تأکید، به نظر می‌رسد همچنان در نظام آموزشی جامعه ما از طریق مقابله با محدودیت‌ها و ناتوانایی‌ها (نه افزایش توانایی‌ها) به پرورش فراگیران پرداخته می‌شود. لازم به ذکر است که در پژوهشی نیز که به وسیله Ghanbaritalab (2017) بر روی دانش‌آموزان صورت گرفته است، نشان داده شده است که بهزیستی دانش‌آموزان در مدرسه از طریق کاهش اجتناب از کمک‌طلبی تحصیلی (به عنوان یک روش تیشیری) افزایش می‌یابد، نه افزایش کمک‌طلبی (به عنوان یک روش تیشیری). نتایج چنین پژوهش‌هایی حاکی از غالب شدن روش‌های تنبیهی در نظام تربیتی جامعه است. در حالی که شواهد پژوهشی در زمینه تغییر رفتار نشانگر آن است که پیامدهای رفتاری روش‌های تنبیهی موقت بوده و در طول زمان از ثبات برخوردار نیست (Olson & Hergenhahn, 2009; / Seif, 2017). در هر حال این یافته می‌تواند، مضامین کاربردی مهمی برای سیاستگذاران تعلیم و تربیت و از جمله سیاست‌گذاران آموزش عالی، استادان و مشاوران داشته باشد.

در خصوص دیگر مضامین کاربردی پژوهش حاضر می‌توان گفت، اثر مستقیم ارزش‌های فرهنگی جمع‌گرا و همچنین اثر آن از طریق انگیزش درونی بر خلاقیت دانشجویان، بیانگر آن است که با توجه به آن که فرهنگ جامعه‌ی ما، فرهنگی جمع‌گرا است، می‌توان از برنامه‌ها و فعالیت‌های گروهی و بکارگیری مداخلات مشاوره‌ای، آموزشی و درمانی گروه محور، انگیزش درونی دانشجویان را ارتقاء داد و از این طریق موجبات افزایش خلاقیت آنان را فراهم آورد.

از محدودیت‌های پژوهش حاضر آن است که شرکت‌کنندگان در این مطالعه از گروه دانشجویان بودند، لذا لازم است در تعمیم یافته‌ها به سایر گروه‌ها و دوره‌های تحصیلی احتیاط صورت گیرد.

## Reference

- Abedi, J. (1993). Creativity and a new way of measuring it. *Psychological Research*, 2(1-2), 56-54. [In Persian].
- Amabile, T.M. (2013). Componential theory of creativity. In E. Kessler (Ed.), *Encyclopedia of management theory* (pp. 135–140). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Amabile, T.M. (2012). *Componential Theory of Creativity*. Harvard Business School. Working Paper, 21, 12-96.
- Amabile, T.M. (1996). *Creativity in context*, boulder, CO: West view Press Inc, How to kill creativity. *Harvard Business Review*, 76(5), 77–80.
- Amabile, T.M., & Gryskiewicz, N.D. (2010). The Creative Environment Scales: Work Environment Inventory. *Creativity Research Journal*, 2(4), 231-253.
- Amabile, T.M., Hill, K.G., Hennessey, B.A., & Tighe, E. (1994). The work preference inventory: Assessing intrinsic and extrinsic motivational orientations. *Journal of personality and Social Psychology*, 21, 123-142.
- An, D., Song, Y., & Carr, M. (2016). A comparison of two models of creativity: Divergent thinking and creative expert performance original Research. *Article Personality and Individual Differences*, 90, 78-84.
- Antonietti, A., Giorgetti, M., & Pizzingrilli, P. (2011). Io penso creativo. Valutare e potenziare gli aspetti creativi Del pensiero. Firenze: Giunti.
- Bradshaw, M.R. (2009). *Emotion in marriage: understanding marital exchanges and the impact of stress*. Degree of Master of Arts. Kent State University.
- Bronfen Bener, U. (1979). *The ecology of human development: Experiments by nature and design*. Cambridge, Massachusetts; Harvard University Press.
- Chang-Yeh, T., Jeou-Shyan, H., Chih-Hsing, L., & Da-Chian, H. (2015). Work environment and atmosphere: The role of organizational support in the creativity performance of tourism and hospitality organizations. *International Journal of Hospitality Management*, 46, 26-35.
- Chirkov, V.I., Ryan, R.M., Kim, Y., & Kaplan, U. (2003). Differentiating autonomy form individualism and independence: A self-determination theory perspective on internalization of cultural orientations and well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 97-100.
- Cohn, M.A. (2008). Rescuing our heroes: Upward comparison in positive psychology. In P. A. Linley & S. Joseph (Eds.) *Positive Psychology in Practice*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Deci, E.L., & Ryan, R.M. (2002). The General Causality Orientation Scale: Self-determination in personality. *Journal of Research in Personality*, 19, 109 -134.
- Duta, N., Panisoara, G., & Panisoara, I.O. (2014). The effective communication in teaching diagnostic study regarding the academic learning mothvation to dtudents. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 13, 1007-1012.
- Eisenberger, R & Shanock, L. (2003). Rewards, intrinsic motivation, and creativity: A case study of conceptual and methodological isolation. *Creativity Research Journal*. 15, 122.

- Fidan, T., & Oztürk, T. (2015). The Relationship of the Creativity of Public and Private School Teachers to Their Intrinsic Motivation and the School Climate for Innovation. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 195, 905-914.
- Frank, B., & Schvaneveldt, S.J. (2014). Self-preservation vs. collective resilience as consumer responses to national disasters: A study on radioactive product contamination. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 22(4), 197-208.
- Fredrickson, B.L. (2001). *Positive emotions broaden and build*. University of North Carolina. USA.2.
- Fredrickson, B.L. (2000). Cultivating positive emotions to optimize health and well-being. *Prevention and Treatment*, 3(1), 1-25.
- Fredrickson, B.L., & Branigan, C. (2005). Positive emotions broaden the scope of attention and thought-action repertoires. *Cognition and Emotion*, 19(3), 313-332.
- Ghanbaritalab, M. (2017). *The meditating role of Academic emotions and Academic help seeking in Relationship between metacognition and school well-being*. Faculty of Educational Sciences and Psychology, Shiraz University. Ph.D." Dissertation. [In Persian].
- Giddens, A. (2007). *Sociology (First Edition)*. Tehran: Nei Publication. [In Persian].
- Golparvar, M., & Vaseghi, Z. (2010). Mediating role of energy at work in connection stress with creativity and organizational citizenship behaviors. *Journal of Psychological Models and Methods*, 1(4), 1-15. [In Persian].
- Goretti, S., Nekane, B., Bernhard, H., & Aitor, A. (2015).\_Assessing interactions between cognition, emotion, and motivation in creativity: The construction and validation of EDICOS. *Thinking Skills and Creativity*, 17, 45-58.
- Hofstede, G.H. (2008). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations (2nd Ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hofstede, G.H. (1984). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Abridged Edition: Sage, Beverly Hills.
- Isen, A. (2000). Positive affect and decision making. Translated by: Zarrabi, A(1390). *Journal of Knowledge*. 92, 417-423.
- Isen, A.M., Daubman, K., & Nowicki, G. (2012). Positive affect facilitates creative problem solving. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 122-131.
- Jeffrey, B. (2001). *The universalization of creativity*. London.
- Isen, A.M., & Reeve, J. (2006). The influence of positive affect on intrinsic and extrinsic motivation: Facilitating enjoyment of play, responsible work behavior, and self-control. *Motivation and Emotion*, 29, 297-325.
- Jiang, V., Bong, M., & Kim, S.I. (2015). Conformity of Korean adolescents in their perception of social relationships and academic motivation. *Learning and Individual Differences*, 40, 41-54.
- Karimi, N., Mehrafzoon, D., Jafari, A. (2017). Effects of life skills training through storytelling on elementary students' creativity components. *Quarterly of Innovation and Creativity in Human Sciences*, 7(2), 149-166. [In Persian].
- Koroshnia, M. (2011). *Provide a causal model for students' critical thinking with regard to antecedent factors of cultural values, dimensions of family-university communication patterns and basic psychological needs satisfying*. Faculty of Educational Sciences and Psychology, Shiraz University. Ph.D." Dissertation. [In Persian].

- Laisema, S., & Wannapiroon, P. (2014). Design of Collaborative Learning with Creative Problem-Solving Process Learning Activities in a Ubiquitous Learning Environment to Develop Creative Thinking Skills. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 116, 3921-3926.
- Ludwig, A.M. (1992). Culture and creativity. *American Journal of Psychotherapy*, 3, 454-469.
- Lynch, M.F., Guardia, J.G., & Ryan, R.M. (2009). On being yourself in different cultures: Ideal and actual self-concept, autonomy support, and well-being in China, Russia, and the United States. *Journal of Positive Psychology*, 4(4), 290-304.
- Madeline, P., & Ai-Girl, T. (2006). Effect of positive affect on creativity: A preliminary meta-analysis. National Institute of Education, Technological University. 32-35.
- Mascolo, M.F., Fischer, K.W., & Li, J. (2003). Dynamic development of component systems of emotions: Pride, shame and guilt in China and United States. *Handbook of Affective Sciences*, 375-408.
- Mesquita, B., Boiger, M., & Leersnyder, J.D. (2016). The cultural construction of emotions. *Current Opinion in Psychology*, 8, 31-36.
- Modarres Gharavi, M, Atef, M, Tabatabaee, M, Birashk, B. (2004). The effect of Induction of positive affect on the amount of positive affect and cognitive functions: experiment of dopamine neuropsychological theory. *New Cognitive Science*. 3 & 4, 9-10. [In Persian].
- Moghadami, M., & Rashidi, Z. (2017). The relationship between learning styles with academic achievement and creativity of students' senior department of education. *Quarterly of Innovation and Creativity in Human Sciences*, 7(1), 1-38. [In Persian].
- Mohamadi, H., & Sheikholeslami, R. (2014). The role of cultural values in prediction altruism with mediation of responsibility among students in Shiraz University. *Journal of Culture at Islamic University*, 3(4), 585-602. [In Persian].
- Niemiec, C.P. & Ryan, R.M. (2009). Autonomy competence, and relatedness in the classroom: Applying self-determination theory to educational practice. *Theory and Research in Education*, 7(2), 133-144.
- Olson, H.M., & Hergenhahn, B.R. (2009). An introduction to theories of learning, eighth edition. Translated by A. A. Seif,., 2017. [Persian].
- Parsi, E. (2014). Investigating the simple and moderated relation negative emotion and positive emotion to adaptive and maladaptive marital exchange among parents of elementary and guidance schools' students in Handijan City. *Shahid Chamran University of Ahvaz*. M.A Thesis. [In Persian].
- Ryan, R.M., & Deci, E.L. (2000). Self- determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development and well-being. *American Psychologist*, 55, 68-78.
- Sadat Hasani Atar, S. H., Mashhadi, A., & Samimi, Z. (2018). The influence of identity aspect on feeling with mediating of goal orientation. *Journal of Psychological Models and Methods*, 8(29), 207-222. [In Persian].
- Saroghi, H., Libaers, D., & Burkemper, A. (2015). Examining the relationship between creativity and innovation: A meta-analysis of organizational, cultural, and environmental factors. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 714-731.

- Schommer-Aikins, M. (2004). Explaining the epistemological belief system: Introducing the embedded systemic model and coordinate research approach. *Educational Psychologist*, 39(1), 19-29.
- Schunk, D.H. (2005). Self-regulated learning: The educational legacy of Paul R. Pintrich. *Educational Psychologist*, 40(2), 85-94.
- Shaebani, M.R., Sadjadi, Z., Sokolov, I.M., Rieger, H., & Santen, L. (2014). Anomalous diffusion of self-propelled particles in directed random environments. *Physical Review. E*, 90(3), 1-5.
- Shahini, G., & Shahamirian, F. (2018). Types of motivational forces and their roles in building fluency in speaking English as a foreign language. *Journal of Psychological Models and Methods*, 9(31), 203-234. [In Persian].
- Shalley, C.E., & Gilson, L. (2008). What leaders need it know: A review of social and contextual factors that can foster or hinder creativity? Dupree College of Management, Georgia Institute of technology.
- Shani Yeilagh, M., Hajiyakhchali, A. R., Haghghi, J., & Behroozi. N. (2009). The effect of creative problem solving process (CPS) training on scientific thinking, creativity and innovation in students of Shahid Chamran University of Ahvaz. *Journal of Psychological Achievements*, 16(2), 37-70. [In Persian].
- Sheikholeslami, R., & Rasavieh, A. (2005). Prediction of creativity of Shiraz University students with regard to variables of extrinsic motivation, intrinsic motivation and gender. *Journal of Social and Human Sciences of Shiraz University*, 22(4), 95-103. [In Persian].
- Shu-Ling, P., Biing-Lin, C., Hsueh-Chih, C., & Yen-Ying, L. (2013). A model of contextual and personal motivations in creativity: How do the classroom goal structures influence creativity via self-determination motivations? *Thinking Skills and Creativity*, 10, 50-67.
- Sivadas, E., Bruvold, N.T., & Nelson, M.R. (2008). A reduced version of the horizontal and vertical individualism and collectivism scale: A four-country assessment. *Journal of Business Research*, 61(3), 201-210.
- Soroa, G., Balluerka, N., Hommel, B., & Aritzeta. A. (2015). Assessing interaction between cognition, emotion and motivation in creativity: The construction validation of EDICOS. *Journal of Personality and Social Psychology*, 17, 45-58.
- Sternberg, R.J. (2006). *Creativity: the Psychology of Creative Potential and Realization*. American Psychological Association. Washington.
- Sternberg, R.J., & Lubart, T.L. (2010). The concept of creativity: Prospects and paradigms. In R. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity*. Cambridge: Cambridge university press.
- Torrance, E.P. (1974). *The Torrance Tests of Creative Thinking-Norms-Technical Manual Research Edition-Verbal Tests, Forms A and B-Figural Tests, Forms A and B*. Princeton, NJ: Personnel Press
- Torrance, E.P., & Goff, K.A. (1989) A quiet revolution. *Journal of Creative Behavior*, 23, 48-55.
- Triandis, H.C. (1995). *Culture & social behavior*. NY: McGraw Hill.
- Triandis, H.C. (1989). Individualism and collectivism (Theoretical and Methodological Approach). Sage Publication. 225-338.

- 
- Triandis, H.C., & Suh, E.M. (2009). Cultural influences on personality. *Annual Review of Psychology*, 53, 133-160.
- Yu-chu, Y., Ssu, C.L., & Chung-Wei, L. (2016). The dynamic influence of emotions on game-based creativity: An integrated analysis of emotional valence, activation strength, and regulation focus. *Computers in Human Behavior*, 55, 817-825.