

Tijana Mandić
Biljana Pejić
Bojana Škorc

Uverenja o kreativnosti

Apstrakt: U radu se istražuju uverenja o kreativnosti kod mladih. Namera je da se utvrde razlike o uverenjima koja postoje između studenata umetničkih i neumetničkih fakulteta. Istraživanje je sprovedeno na tri uzorka, koji su činili: studenti FLU (N=24), FDU (N=45) i psihologije (N=36). Korišćen je Kumarov i Holmanov revidirani upitnik stilova kreativnosti, koji meri sedam kreativnih stilova (vera u nesvesne procese, korišćenje tehnika, korišćenje drugih ljudi, orijentacija ka finalnom produktu, sujeverje, kontrola sredine, korišćenje čula) i opštu procenu kreativnog kapaciteta. Nalazi pokazuju da studenti FLU i FDU veruju da imaju značajno viši stepen kreativnog kapaciteta od studenata psihologije. Kod studenata FLU i FDU je više izraženo korišćenje tehnika. Takođe, kod studenata FDU je više izraženo korišćenje drugih ljudi nego kod studenata FLU i psihologije. Za razliku od njih, kod studenata psihologije je više izražena kontrola sredine. Nalazi pokazuju da studenti umetničkih fakulteta imaju više procene sopstvene kreativne sposobnosti od studenata neumetničkih fakulteta, što je u skladu sa ranijim istraživanjima. Umetnički orijentisani studenti su uverenja da u kreativnom procesu treba više koristiti tehnike i druge ljude, dok naučno orijentisani smatraju da treba više kontrolisati sredinu. Ovi nalazi mogu da budu korišćeni ne samo u istraživanjima već i u edukaciji kreativnih studenata.

Ključne reči: kreativnost, mladi, umetnost, uverenja.

Uvod

Kreativnost dugo nije bila među osnovnim temama psihološkog istraživanja, mada je u poslednje tri decenije procvetala, proširila se i postala jedna od centralnih tema. Prema Nensi Andriesen kreativnost je važna jer je omogućila ljudima da izmene svet u kome žive, a u isto vreme da se adaptiraju na te postignute promene (Andreasen, 2011).

Naše istraživanje je inspirisano radom V. K. Kumara, Debre Kemler i Rajlija Holmana (Kumar et al, 1997). U svom članku „The Creativity Styles Questionnaire-Revised“ oni koriste termin „kreativni stilovi“, istražujući verovanja, stavove i implicitne teorije koje kreativni ljudi koriste da bi objasnili svoju kreativnost. U istraživanju na studentima psihologije utvrdili su razliku između grupa koje sebe cene visoko i nisko kreativnim. Našli su da oni koji sebe procenjuju visoko kreativnim, izražavaju verovanje u nesvesne procese, koriste više tehnika, a manje se brinu o proizvodnji finalnog produkta.

U situacijama u kojima smo imali priliku da intervjuišemo subjekte, primetili smo da mnogi kreativni ljudi imaju ista ili slična uverenja kao i naučnici koji se bave kreativnošću. Iako je osnova istraživanja bio upitnik, mi smo posmatrali odgovore iz različitih uglova. Zainteresovani za kreativnost mogu naći mnoge eksplicitne i implicitne teorije o kreativnosti, kao što su psihoanaliza koja insistira na nesvesnom, bihejviorizam koji insistira na spoljnom uticaju i variranju okruženja, ili teorija Tereze Amabile, koja insistira na intrinzičkoj motivaciji i socijalnom kontekstu kreativca. Runko i saradnici su izučavali 143 kreativne osobe tragajući za dominantnim sadržajima na kojima su radili i našli prisustvo i važnost sledećih tema: nagon i motivacija, imaginacija, mašta i kreativni produkt (Runco, 1997). U istraživanju implicitnih teorija umetnosti kod studenata likovnih umetnosti, uočilo se da bavljenje kreativnim zadatkom predstavlja veoma visoko vrednovan lični motiv, a svoj angažman najčešće opisuju kao univerzalni, verbalno teško opisiv doživljaj, koji sadrži dimenzije kognitivnog istraživanja („stvarnost stvarnija od stvarnosti“), kao i snažan motivacioni i emocionalni aspekt („dobar put do smrti“). Takođe, studenti likovnih umetnosti vrednuju komunikaciju kroz kreativni izraz, etičko delovanje na svet, i na ličnom planu svoju umetnost često opisuju kao samoistraživanje, lečenje, beg, utočište (Škorc, 2018).

Runko i Baleda (Runco & Bahleda, 1987), studirajući implicitne teorije kreativnosti, našli su razlike u procenama umetničke i naučne kreativnosti. Umetnici su verovali da je naučni rad temeljan i zahteva strpljenje, dok umetnička kreativnost zahteva emocije, maštu i izražajnost. Nije ni čudo što različite grupe imaju različita verovanja o kreativnosti.

Različita uverenja

Opisaćemo ukratko osnovna uverenja, s tim što ćemo ona koja smo našli kao značajna u našem istraživanju opisati detaljnije, a ostala ćemo samo spomenuti.

1. Vera u nesvesne procese

Nesvesni procesi s akcentom na izučavanje uloge primarnih procesa, nesvesnih konflikata i mehanizama odbrane se nalaze u bazi mnogih verovanja o kreativnosti. Slobodne asocijacije i snovi postaju primarni metod za stimulaciju kreativnosti, ne zaboravljajući halucinacije, vizije, religijska iskustva i mitove. Posle Frojda, Junga, Adlera i njihovih sledbenika, psihoanaliza se u talasima pojavljivala modifikovana, prerađena u mnogim verovanjima sve do danas.

2. Korišćenje tehnika

Neki stvaraoci veruju da će učenjem različitih tehnika za indukovanje i podršku kreativnih procesa postati kreativniji. Tereza Amabile smatra da se te tehnike moraju vežbati da bi mogle da stimulišu urođeni potencijal (Amabile, 2012). Smit veruje da postoje najmanje 172 kreativne tehnike, podeljene u 50 grupa (Smith, 1998). Za razliku od toga, drugi autori, kao što su Rozenburg, Ekels i Šlicksup, predlažu podelu na dva tipa, asocijativne i provokativne tehnike (Eekes, Roozenburg, 1995; Schlicksup, 1989). A po Kugeru, tehnike se mogu podeliti na analitičke i intuitivne (Couger, 1995).

Postoji veliki izbor tehnika, a mi ćemo u ovom radu više pažnje posvetiti onima koje su relevantne za našu populaciju. Jedna od njih je rešavanje zagonetki. Na primer: „Bio jednom jedan kralj i imao je dva sina. Pošto je znao da će uskoro umreti, a želeo je da ostavi svoje kraljevstvo jednom sinu, razmišljao je kako to da uradi. Dao im je za zadatak čudnu trku. Oba sina će jahati do udaljenog grada, a pobeđuje onaj sin čiji konj stigne poslednji. Posle mnogo razmišljanja, sinovi su se obratili seoskoj ludi da im pomogne. Ona je odgovorila: Zamenite konje i jašite što brže možete.“ Ovakve zagonetke bi trebalo da stimulišu divergentno mišljenje i razmišljanje „izvan kutije“.

Meditacija je takođe popularna tehnika za stimulisanje kreativnosti. Istraživanje iz 2014. godine sprovedeno od strane istraživača iz Kine i SAD, uključujući i psihologa Mihaela Posnera, ukazalo je da je meditiranje 30 minuta svakog dana, tokom jedne cele nedelje, bilo dovoljno da poboljša rezultate na verbalnoj i vizuelnoj kreativnosti koje su mereni Torensovim testom kreativnog mišljenja (Xiaoqian, Yi-Yuan, 2014).

U poslednje vreme je vrlo popularna „mindfulness“ tehnika, koja s jedne strane veoma podseća na geštalt terapiju, a s druge strane na mnoga budistička razmišljanja. Za „mindfulness“ je presudna svest koja omogućava razne izbore, kontakt s memorijom i osećanjima i razna iskustva koja mogu pospešiti kreativnost. Živeti „ovde i sada“ omogućava čoveku da se oseća sigurno i uzemljeno i da maksimalno percipira svet oko sebe i sopstvena iskustva.

3. Korišćenje drugih ljudi

Ogromna je oblast istraživanja odnosa među ljudima. Stoga nije ni čudo da neki upravo u toj sferi traže stimulus i podršku za kreativnost. Jedan od modela koji smo mi koristili za analizu vrste veza među ljudima je bonding model. Ova teorija podrazumeva da je nemoguće prisustvo dvoje ljudi na istoj teritoriji bez stvaranja veza, zato što je povezivanje osnovna ljudska potreba, regulator emocija i promotor ljudskog rasta i kreativnosti. Jednom uspostavljene veze omogućavaju ljudima da međusobno razmenjuju informacije, koriste ili zloupotrebljavaju jedan drugog. Iz praktičnih razloga, Džordž Kolrizer je na svojim predavanjima koristio sedam vrsta bondinga, a mi smo dodali osmi (Mandić, Ristić, 2003).

Siguran bonding je vrsta veze među ljudima u kojoj se ljudi osećaju slobodno, sigurno i zaštićeno. Omogućava im da budu bliski sa ljudima, napuste svoju sigurnu zonu, eksperimentišu i budu kreativni. Za razliku od toga, nesigurni bonding može biti izražen na mnogo načina koji se kreću u dva ekstrema, s jedne strane mogu delovati izuzetno anksiozno, uznemireno ili čak uplašeno, dok kao suprotnost mogu delovati izuzetno samopouzdan, mirno i stabilno, a između ta dva ekstrema postoje mnogi oblici izražavanja nesigurnog bondinga. Treća vrsta je agresivni bonding koji se takođe izražava u dva oblika. U konstantno agresivnom bondingu ljudi su u neprekidnom konfliktu, ali ne prekidaju bonding, uslovno rečeno, ne mora biti vidljivih konflikata, ali jednom kada dođe do konflikta, bonding se prekida zauvek. U ambivalentnom bondingu, osoba kao da šeta između toga da li prići ili otići od ljudi. Dešava se da što više prilazi ljudima, s jedne strane se oseća dobro, ali raste i anksioznost, a sa druge, dok odlazi od ljudi, smanjuje se anksioznost ali osoba počinje da se oseća usamljeno. Neki ljudi nažalost provedu

ceo svoj život tako, prilazeći i odlazeći od ljudi. Iz različitih razloga, neki ljudi se osećaju dobro sa ljudima ako su u ulozi spasioca. Pomagati i voditi računa o drugima je suštinski element takvog povezivanja. Oni duboko veruju da ako su potrebni ljudima, nikada neće biti odbačeni ili napušteni. U usamljenom bondingu neki ljudi uspeju da ubede sebe i svoju okolinu da su samodovoljni, da im ne trebaju drugi ljudi, da im ne treba nikakav ljudski kontakt. Zahtevaju izuzetno visok nivo nezavisnosti, u stanju su da dođu među ljude, ali zadržavaju pravo da odu i budu sami koliko im treba. Veruju da će njihova kreativnost biti uništena i „zagađena“ ako budu blizu drugih ljudi koji utiču na njih. Morbidni bonding je redak i često povezan sa nekim oblikom psihopatologije. Dosta se diskutovalo o vezi kreativnosti i psihopatologije, tako da je kod visoko kreativnih ali psihološki poremećenih ljudi moguće primetiti razne oblike morbidity bondinga. I ovde nailazimo na verovanje da bi normalan odnos sa ljudima uništio i ugasio njihovu kreativnost. Kreativni bonding nastaje u „kao da“ kontekstu u kome su radoznalost, igra, spontanost i mašta stimulisani. U takvom kontekstu je dozvoljeno da se prave greške, bude različit, konfuzan i paradoksalan (Mandić, 2018). Kreativni ljudi se povezuju na različite načine i dešava se da tokom života promene vrstu bondinga, da na primer sazru i kreiraju sigurni bonding ili nasuprot tome, da na osnovu nekog teškog života regresiraju i žive sa nekim manje srećnim oblicima povezanosti s ljudima.

4. Orijentacija ka finalnom produktu

Neki stvaraoци veruju da je finalni proizvod cilj, razlog i uzrok kreativnosti. Bez tog dobro definisanog cilja, kreativnost može biti nejasan, nedefinisan i besmislen proces, zato je važno držati se objektivno definisanog finalnog proizvoda. Kreativni produkti mogu da nam ukažu ko su kreativni ljudi, oni se vide kao ključni pokazatelj kreativnosti.

5. Kontrola sredine

Ne postoji kreativnost van konteksta, bilo da izučavamo fizički ili društveni kontekst. Faktori okruženja koji su često istraživani su: poznato okruženje, svetlost, buka, temperatura i boje. Kao što je moguće kontrolisati fizičku sredinu, tako je donekle moguće kontrolisati i psihosocijalno okruženje u kome kreativac stvara. Istraživači koji su verovali u kontrolu okruženja, naglašavali su da lične dispozicije uopšte nisu važne.

6. Sujeverje

Od starih vremena, ljudi veruju u magijske moći. Uobičajeno verovanje je da tako mogu otvoriti vrata u drugu realnost i povezati se sa onostranim energijama koje im inače nisu dostupne. Rituali su proizašli iz sujeverja, umirujuće je verovanje da je čovek sposoban da ritualima dođe do srećnog ishoda i izbegne zlo. Mnogi umetnici su razradili neverovatne rituale kojih su se držali do kraja života. Po Terezi Amabile, inhibirajući spoljašnji faktori za kreativnost su: nadgledanje, očekivanja procena, kompeticija, suženje izbora, preterana kontrola, pritisak, rokovi, nagrada i novac. Podržavajući faktori su: podrška i priznavanje, dostupni resursi, kreativna tenzija, poverenje, sigurnost, sloboda izražavanja i kooperacija (Mandić, 2018). Vit i Beorkrem proširuju navedene faktore sa: slobodom, autonomijom, dobrim uzorima i resursima, ohrabriranjem i normama (Witt, Beorkrem, 1989). Primećujemo da se novija istraživanja menjaju od individualističkih, atomističkih ka globalnim, sistemskim, kolaborativnim, kontekstualnim i ekološkim (Montuori, 2011).

Iako su istraživani umetnici isticali važnost uloge svoje kulture, isticali su takođe nužnost kontakta sa različitim kulturama, jezicima, mišljenjima, navikama i po mogućstvu trajnijeg dru-

ženja i komunikacije sa tim ljudima. Nova istraživanja ukazuju da prethodna izloženost različitim kulturama povećava kreativnost, a da grupe koje imaju visoku raznolikost članova postižu veću kreativnost (Leung *et al.*, 2008; Nemeth & Nemeth-Brown, 2003).

Lehrer ističe da je urbana frikcija važan izvor kreativnosti, ohrabruje mešanje različitosti i pospešuje prelivanje znanja. Između ostalog, kada se ideje razmenjuju, one se ne sabiraju nego se multipliciraju. Ali samo gustina i trenje nisu dovoljni, moraju postojati pravila, institucije i zakoni koji omogućavaju kreativnost. Iznad svega, te kulture dele meta-pravila kao što su sloboda izražavanja, slobodna igra i radoznalost, podržavaju rizike i promovišu iskrenost (Lehrer, 2012).

7. Korišćenje čula

Neki umetnici i istraživači veruju da koren umetnosti leži u čulima. U dvanaest istraživanja Džen Forster i Markus Denzler su izučavali efekte globalnog ili lokalnog nesvesnog prajminga (delovanje inicijalnog stimulusa na sledeći perceptivni doživljaj) u kogniciji kroz svih pet čula, i našli da je kreativnost povećana u uslovima globalnog prajminga. Način na koji dodirujemo, gledamo, slušamo, mirišemo i osećamo ukus, automatski utiče na mišljenje i kreativnost. Stimulisanje jednog čula može da pobudi i druga i time dovede do sinestezije. Sinestezija je neurološko-psihološko stanje u kome stimulacije jednog čula ili kognitivnog puta vode do automatskog nevoljnog iskustva u drugim čulima (Cytowic, 2002). Sinestezija u umetnosti predstavlja simultanu percepciju mnogostrukih stimulusa u novo geštalt iskustvo (Campen van, 2009).

Istraživanje

Polazeći od toga da su istraživanja pokazala da se ispitanici razlikuju u odnosu na svoja uverenja o kreativnosti (Kumar *et al.*, 1997), kao i da kreativni ljudi bez obzira na profesionalna opredeljenja imaju ista ili slična uverenja (Runco, 1997), u ovom radu nas je zanimalo da ispitamo uverenja, stavove i implicitne teorije kod mladih sa različitim profesionalnim opredeljenjima. Preciznije, namera je bila da se utvrdi da li postoje razlike u odnosu na procenu vlastite kreativnosti i sklonosti ka određenim kreativnim stilovima između studenata umetničkih i neumetničkih fakulteta.

Metodologija

Uzorak

Istraživanje je sprovedeno na tri uzorka, koji su se razlikovali prema profesionalnom opredeljenju: dva su pripadala umetničkoj, a jedan društveno-humanističkoj orijentaciji.

Prvi uzorak su činili studenti Fakulteta likovnih umetnosti Univerziteta umetnosti iz Beograda, njih 24, od čega 66,7% ženskih i 33,3% muških ispitanika. Prosečna starost ispitanika bila je 24 godine ($M_1=23,96$; $SD_1=1,37$).

Drugi uzorak su činili studenti Fakulteta dramskih umetnosti Univerziteta umetnosti iz Beograda, njih 45, od čega 91,1% ženskih i 8,9% muških ispitanika. Prosečna starost ispitanika i ove grupe bila je 24 godine ($M_2=24,13$; $SD_2=1,18$).

Treći uzorak su činili studenti psihologije sa Fakulteta za medije i komunikacije Univerziteta Singidunum iz Beograda, njih 36, od čega 83,3% ženskih i 16,7% muških ispitanika. Prosečna starost ispitanika ove grupe iznosila je 21 godinu ($M_3=21,5$; $SD_3=1,61$).

Instrument

U istraživanju je korišćen Kumarov i Holmanov revidirani Upitnik stilova kreativnosti (Creativity Styles Questionnaire – CSQ-M), (Kumar, Kemmler & Holman, 1997). Upitnik sadrži 76 tvrdnji, datih u formi petostepene Likertove skale. Tvrdnje ispituju: opštu meru procene krea-

tivnog kapaciteta – koja izražava u kom stepenu osoba vidi sebe kao kreativnu (npr. *Smatram sebe kreativnom osobom*), i sedam stilova kreativnosti, koji su nazvani:

1. vera u nesvesne procese (npr. *Imam izvore inspiracije koje ne razumem i ne znam da objasnim*);
2. korišćenje tehnika (npr. *Obično dobijam novu ideju kombinujući postojeće*);
3. korišćenje drugih ljudi (npr. *Kada naiđem na prepreku, konsultujem se ili razgovaram sa nekim kako da nastavim*);
4. orijentacija ka finalnom produktu (npr. *Uživam u procesu stvaranja novih ideja iako je potrebno mnogo vremena do realizacije*);
5. sujeverje (npr. *Imam poseban alat bez koga bi mi bilo teško da se koncentrišem dok se bavim kreativnim radom*);
6. kontrola sredine/bihejvioralna samoregulacija (npr. *Imam posebno mesto ili mesta gde se bavim kreativnim razmišljanjem*) i
7. korišćenje čula (npr. *Dosta koristim svoja čula prilikom kreativnog rada*).

Visoki skorovi na dimenzijama odražavaju stav da osoba sebe vidi kao visoko kreativnu i koje uverenje o kreativnosti dominira kod nje.

Postupak istraživanja

Ispitivanje je organizovano u okviru svake grupe posebno. Ispitanici su popunjavali upitnik, tako što su za svaku tvrdnju davali odgovore putem procene na petostepenoj skali Likertovog tipa, od 1 do 5. Zaokruživanjem 1 – značilo je da se ispitanik u potpunosti slaže, 2 – da se delimično slaže, 3 – da je neodlučan ili neopredeljen, 4 – da se delimično ne slaže i 5 – da se uopšte ne slaže sa datom tvrdnjom. Ispitivanje je u proseku trajalo 30 minuta po grupi.

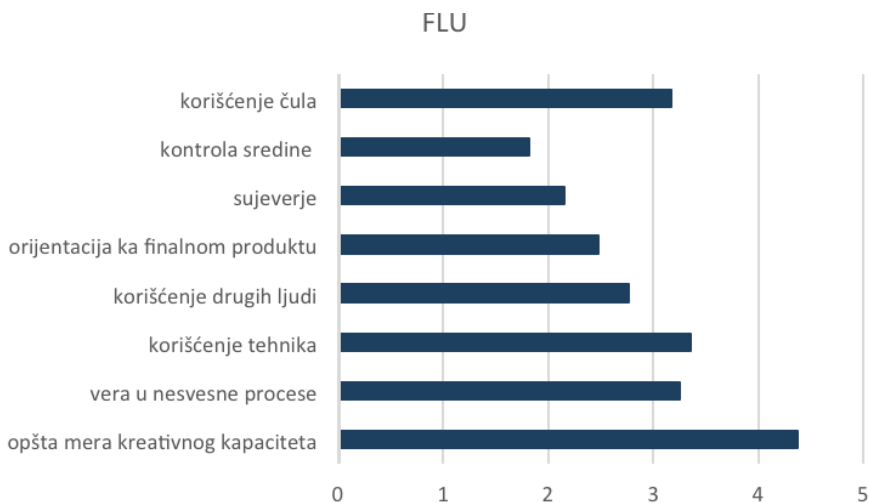
Rezultati

Obrada podataka je obuhvatala izračunavanje prosečnih vrednosti po dimenzijama za svaku grupu ispitanika i testiranje značajnosti razlika između grupa na svakoj dimenziji.

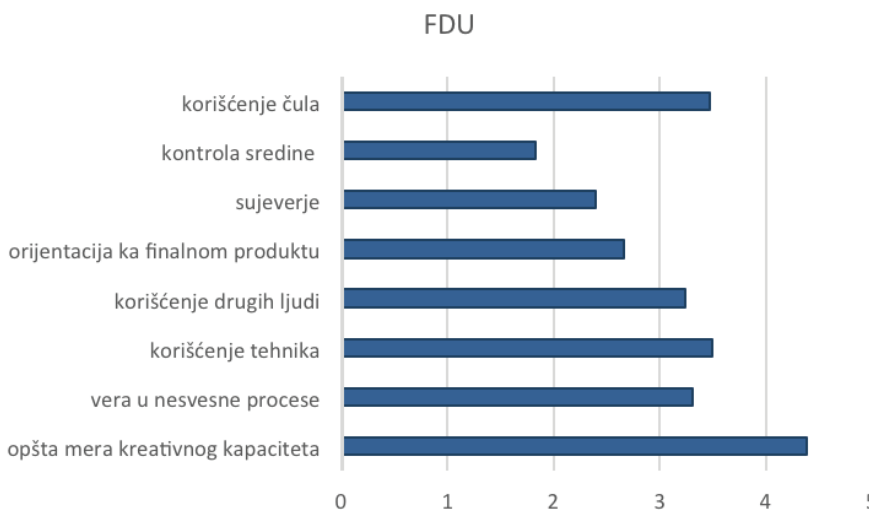
Tabela 1. Prosečne vrednosti i standardne devijacije po dimenzijama i grupama ispitanika

Dimenzija	studenti FLU		studenti FDU		studenti psihologije	
	M ₁	SD ₁	M ₂	SD ₂	M ₃	SD ₃
opšta mera kreativnog kapaciteta	4.375	.630	4.389	.602	3.861	.953
vera u nesvesne procese	3.250	.340	3.310	.412	3.435	.411
korišćenje tehnika	3.357	.339	3.492	.344	3.246	.484
korišćenje drugih ljudi	2.769	.690	3.244	.728	2.784	.686
orijentacija ka finalnom produktu	2.482	.480	2.663	.389	2.722	.527
sujeverje	2.157	.509	2.390	.486	2.474	.564
kontrola sredine / bihejvioralna samoregulacija	1.813	.965	1.833	.989	1.806	1.009
korišćenje čula	3.175	.689	3.471	.905	3.172	.972

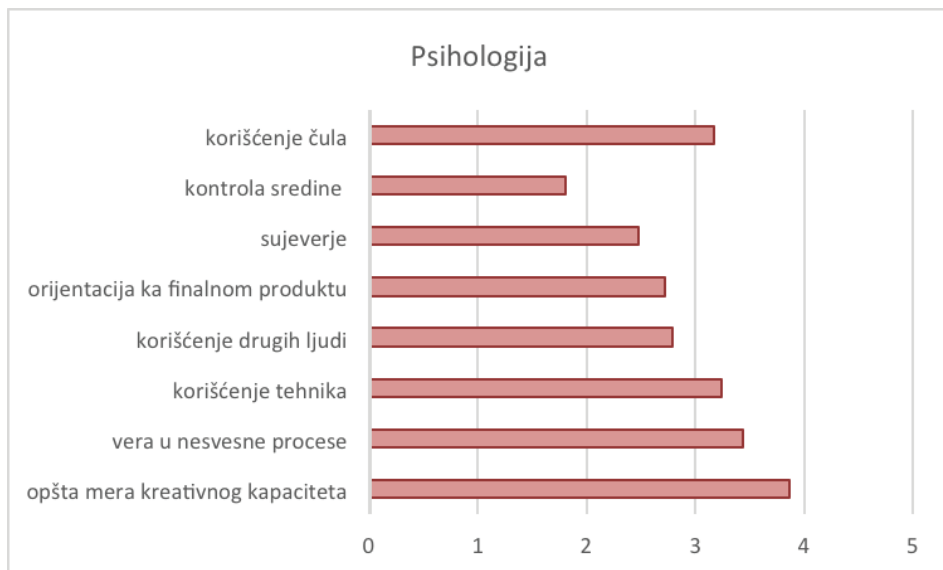
Analiza prosečnih vrednosti na dimenzijama (Tabela 1) pokazuje da studenti FLU sebe procenjuju kao visoko kreativne osobe, sa izraženim sklonostima ka korišćenju više tehnika, veri u nesvesne procese i korišćenju čula (Slika 1). Studenti FDU sebe vide kao visoko kreativne osobe, sa izraženim sklonostima ka korišćenju više tehnika i korišćenju čula, veri u nesvesne procese i korišćenju drugih ljudi (Slika 2). Studenti psihologije, takođe, sebe procenjuju kao kreativne osobe, izražavaju verovanje u nesvesne procese i sklonosti ka korišćenju više tehnika i čula (Slika 3).



Slika 1. Procene studenata FLU po dimenzijama



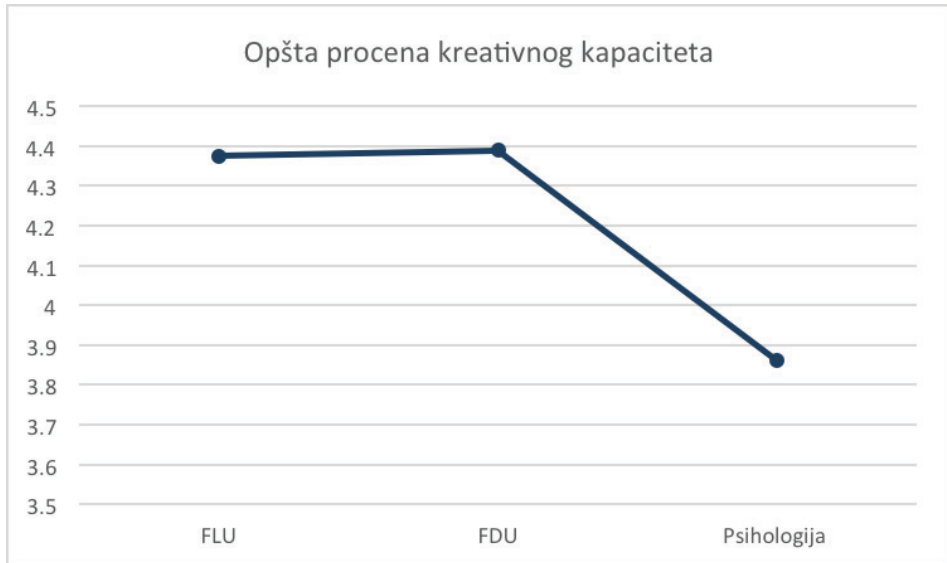
Slika 2. Procene studenata FDU po dimenzijama



Slika 3. Procene studenata psihologije po dimenzijama

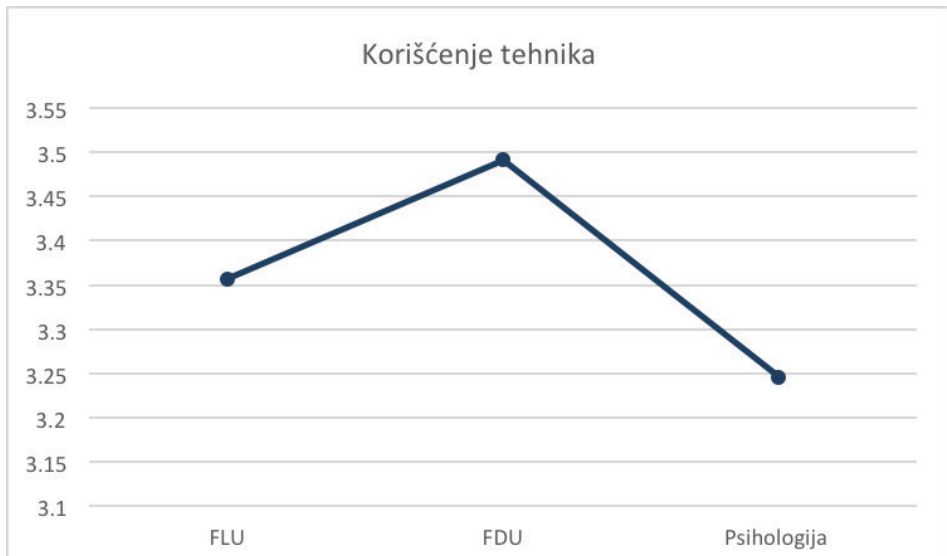
Analiza varijanse pokazuje da postoje statistički značajne razlike između grupa na dimenzijama: opšta procena kreativnog kapaciteta ($F(2;102)=5.804, p=.004$), korišćenje tehnika ($F(2;102)=3.906, p=.023$) i korišćenje drugih ljudi ($F(2;102)=5.634, p=.005$). Na dimenzijama: vera u nesvesne procese ($F(2;102)=1.772, p=.175$), orijentacija ka finalnom produktu ($F(2;102)=2.038, p=.136$), kontrola sredine ili bihejvioralna samoregulacija ($F(2;102)=2.766, p=.068$), sujeverje ($F(2;102)=.009, p=.991$) i korišćenje čula ($F(2;102)=1.454, p=.238$), nisu dobijene statistički značajne razlike između grupa.

U daljoj analizi podataka, ispitivane su pojedinačne razlike između grupa na ovim trima dimenzijama: opšta procena kreativnog kapaciteta, korišćenje tehnika i korišćenje drugih ljudi. Kada je reč o opštoj proceni kreativnosti, rezultati pokazuju da se studenti psihologije značajno razlikuju po svojim procenama od studenata FLU i FDU. Studenti psihologije u nižem stepenu procenjuju svoj kreativni kapacitet, odnosno sebe vide kao manje kreativne, nego što to sebe vide druge dve grupe. Razlike između studenata FLU i FDU nisu nađene. Ove dve umetničke grupe slično procenjuju svoj kreativni kapacitet, odnosno svoju kreativnost (Slika 4, Tabela 2)



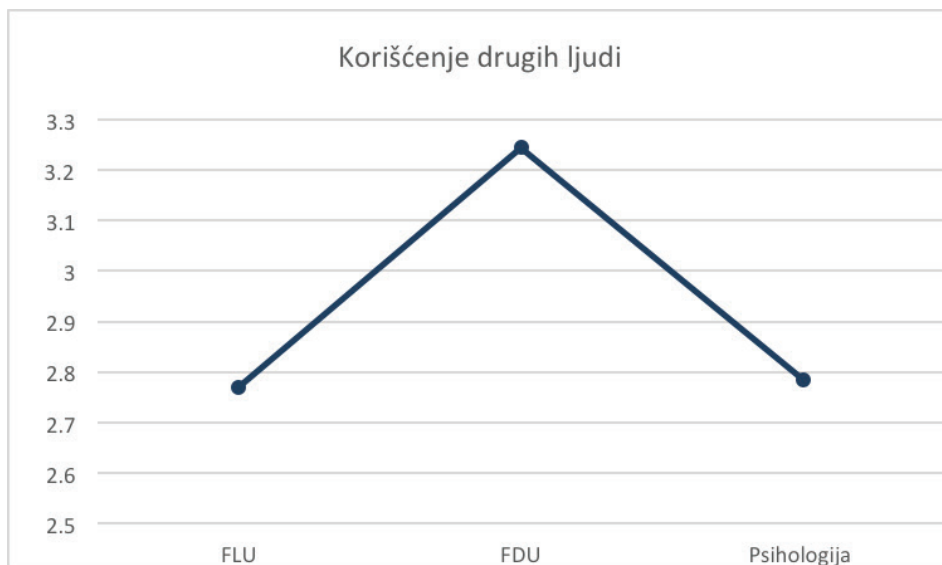
Slika 4. Procene studenata FLU, FDU i psihologije na dimenziji opšta mera kreativnosti

Kada je reč o korišćenju tehnika, rezultati pokazuju da su nađene značajne razlike samo između studenata FDU i psihologije, dok se studenti FLU ne razlikuju po svojim procenama u odnosu na obe ove grupe. Studenti FDU imaju izraženiju sklonost da koriste različite tehnike od studenata psihologije. (Slika 5, Tabela 2).



Slika 5. Procene studenata FLU, FDU i psihologije na dimenziji korišćenje tehnika

Na kraju, kada je u pitanju korišćenje drugih ljudi, rezultati pokazuju da se studenti FDU značajno razlikuju po svojim procenama od studenata FLU i psihologije. Razlike između studenata FLU i psihologije nisu nađene. Studenti FDU imaju izraženije sklonosti da koriste druge ljude od druge dve grupe (Slika 6, Tabela 2).



Slika 6. Procene studenata FLU, FDU i psihologije na dimenziji korišćenje drugih ljudi

Tabela 2. Značajnost razlika između grupa

Dimenzija	Parovi grupe	MD	<i>p</i>
opšta mera kreativnog kapaciteta	FLU = FDU	-.014	.941
	FLU > psihologija	.514	.010
	FDU > psihologija	.528	.002
korišćenje tehnika	FLU = FDU	-.135	.181
	FLU = psihologija	.112	.287
	FDU > psihologija	-.460	.004
korišćenje drugih ljudi	FLU < FDU	-.476	.009
	FLU = psihologija	-.015	.934
	FDU > psihologija	.460	.004

Diskusija i zaključak

Nalazi pokazuju da studenti umetničkih fakulteta, očekivano, procenjuju da imaju veće kreativne sposobnosti od studenata neumetničkih fakulteta, što je u skladu sa njihovim odabirom struke, koja podrazumeva viši stepen kreativnih zadataka. Umetnički orijentisani studenti u oblasti dramskih umetnosti su uverenja da u kreativnom procesu treba više koristiti tehnike i uključivati druge ljude, dok studenti orijentisani na psihologiju smatraju da treba više kontrolisati sredinu. Uključivanje drugih ljudi u kreativnom zadatku manje je prisutan u likovnoj umetnosti, jer je sama priroda kreativnog produkta individualna. Kako su pokazala istraživanja, uspešni likovni umetnici imaju često mali i ograničen krug ljudi koji predstavljaju ličnu mrežu podrške. Faktor latentne inhibicije, predstavlja neku vrstu mentalnog zatvaranja i uproščavanja polja okoline i prema nalazu, kreativno uspešna osoba ima snažnu podršku primarne grupe prijatelja i rođaka, pokazuje nizak nivo latentne inhibicije (otvorenost iskustva) i više intelektualne sposobnosti (Keri, 2011).

Što se opštih nalaza tiče, uočava se da iako postoje razlike između umetnički i naučno orijentisane grupe, sve tri grupe imaju relativno visok nivo samoprocene kreativnih kapaciteta, što bi se moglo smatrati optimističkim nalazom koji ukazuje na veliki značaj kreativnosti u ličnom radu. Ovo je posebno važno uočiti uzimajući u obzir činjenicu da se kreativni kapaciteti, iako visoko vrednovani od strane nastavnika i mentora u obrazovanju, najčešće nikako ili slabo uklapaju u opšti obrazovni milje. U našem obrazovanju, isti nastavnici koji visoko procenjuju važnost kreativnih kapaciteta (91%), u najvećem procentu ne vide kako bi se to sistematski moglo uklopiti u obrazovanje, osim kroz individualni (30% nastavnika) ili vanškolski rad (16% nastavnika), kao da je kreativnost, iako smo svesni njene fundamentalne važnosti, na neki način isključena iz obrazovanja (Maksić i Bodroža, 2012). Nalazi našeg istraživanja pokazuju stav visokog vrednovanja lične kreativnosti i to svakako predstavlja jednu od važnih naznaka u kom smeru bi obrazovni kontekst bilo potrebno dalje razvijati i menjati na takav način da se uoče i poštuju kreativni kapaciteti koji često ostaju zanemaren ljudski resurs.

Ovi nalazi mogu da budu korišćeni ne samo u istraživanjima već i u edukaciji kreativnih studenata. Oni takođe odlikavaju i specifične razlike u orijentaciji između grupa i vrsti njihovog profesionalnog zadatka.

Literatura:

- Amabile, T. M. (2012): *Componential theory of creativity*. Boston: Harvard Business School. Harvard Business School Working Paper, n. 12-096.
- Andreasen, N. C. (2011): A Journey into Chaos: Creativity and the Unconscious. In: *Brain, Mind and Consciousness: An International, Interdisciplinary Perspective* (A.R. Singh and S.A. Singh eds.), MSM, 9(1), 42-53.
- Campen, Cretien van (2009): Visual Music and Musical Paintings. The Quest for Synesthesia in the Arts. In: F. Bacci & D. Melcher. *Making Sense of Art, making Art of Sense*. Oxford: Oxford University Press.
- Couger, J. D. (1995): *Creative problem solving and opportunity finding*. Danvers: Mass., Boyd & Fraser Pub.
- Cytowic, Richard E. (2002): *Synesthesia: A Union of the Senses* (2nd ed.). MIT Press.
- Eekes, J. & Roozenburg, N. F. M. (1995): *Product design: fundamentals and methods*. Chichester: Wiley.
- Keri, S. (2011): *Solitary Minds and Social Capital: Latent Inhibition, General Intellectual Functions and Social Network Size Predict Creative Achievements*. Psychology of Aesthetics, Creativity and the Arts. Vol.5, No. 3, 215-221.
- Kumar, V. K., Kemmler, Debra, Holman, E. Riley (1997): The Creativity Styles Questionnaire-Revised. *Creativity Research Journal*, Vol. 10, No. 1, 51-58.
- Lehrer J. (2012): *Imagine*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.
- Leung, A. K., Maddux, W. W., Galinsky, A. D., & Chiu, C. (2008): Multicultural experience enhances creativity: The

when and how. *American Psychologist*, 63, 169–181.

Maksić, S. i Bodroža, B. (2012): Mišljenja nastavnika o podsticanju kreativnosti u školi. *XVIII Naučni skup Empirijska istraživanja u psihologiji*, Filozofski fakultet Beograd.

Mandić, T. (2018): *Creative Blocks*. Newark: Between Sessions Resources.

Mandić, T., Ristić, I. (2003): *Komunikologija, Psihologija komunikacije. II Izdanje*. Beograd: Clio.

Montuori, A. (2011): Beyond postnormal times: The future of creativity and the creativity of the future. *Futures*, 43, 221–227.

Nemeth, C. J., & Nemeth-Brown, B. (2003): Better than individuals? The potential benefits of dissent and diversity. In P. B. Paulus & B. A. Nijstad (Eds.), *Group creativity: Innovation through collaboration* (pp. 63-84). New York, NY: Oxford University Press.

Runco, M. A. (1997): *Creativity Research Handbook*. (Vol. 1-3). Creeskill, NJ: Hampton Press.

Runco, M. A., & Bahleda, M. D. (1987): Birth-order and divergent thinking. *The Journal of Genetic Psychology: Research and Theory on Human Development*, 148(1), 119–125.

Schlicksupp, H. (1989): *Innovation, Kreativität und Ideenfindung*. Würzburg: Vogel.

Smith, G. F. (1998): Idea-generation techniques: a formulary of active ingredients. *The Journal of Creative Behavior*, Vol. 32, No. 2, 107-133.

Škorc, B. (2018): *Kreativnost u interakciji: Psihologija stvaralaštva*. Beograd: Centar za primenjenu psihologiju.

Witt, L. A. & Beorkrem, M. (1989): Climate for creative productivity as a predictor of research usefulness and organizational effectiveness in an R&D organization. *Creativity Research Journal*, 2:30– 40.

Xiaoqian Ding, Tang, Yi-Yuan (2014): Improving creativity performance by short-term meditation. *Behavioral and Brain Functions* 10. 9.