



UNIVERZITET U BANJOJ LUCI
UNIVERSITY OF BANJA LUKA

FILOZOFSKI FAKULTET
FACULTY OF PHILOSOPHY



**ISPITIVANJE DIMENZIJA KREATIVNIH
POSTIGNUĆA I PONAŠANJA U ODNOSU NA
KREATIVNE OSOBINE LIČNOSTI STUDENATA
UNIVERZITETA U BANJOJ LUCI**

MASTER RAD

Mentor:

Doc. dr Siniša Subotić

Student:

Maja Balta

Banja Luka, 2019. godine



UNIVERZITET U BANJOJ LUCI
UNIVERSITY OF BANJA LUKA

FILOZOFSKI FAKULTET
FACULTY OF PHILOSOPHY



**EXAMINING THE DIMENSIONS OF CREATIVE
ACHIEVEMENT AND BEHAVIOR IN RELATION
TO THE CREATIVE PERSONALITY TRAITS OF
STUDENTS AT THE UNIVERSITY OF BANJA
LUKA**

MASTER THESIS

Mentor:

Doc. dr Siniša Subotić

Candidate:

Maja Balta

Banja Luka, 2019

Mentor: Doc. dr Siniša Subotić, Univerzitet u Banjoj Luci, Prirodno-matematički fakultet

Naslov master rada: *Ispitivanje dimenzija kreativnih postignuća i ponašanja u odnosu na kreativne osobine ličnosti studenata Univerziteta u Banjoj Luci*

Sažetak

Inspirisano izostankom sličnih istraživanja na teritoriji Republike Srpske, ovo istraživanje se fokusiralo na ispitivanje relacija između tzv. kreativnih osobina ličnosti, kao dispozicionog potencijala za kreativno stvaralaštvo, sa manifestacijama kreativnosti iz intervala tzv. svakodnevne kreativnosti (prevashodno na nivou malo-k), posmatrane kroz aspekte kreativnih ponašanja i kreativnih postignuća. Kreativne osobine ličnosti su mjerene CPS ček listom, kreativna ponašanja su mjerena BICB upitnikom, a kreativna postignuća su mjerena CAQ upitnikom. Uzorak istraživanja je obuhvatio ukupno 300 ispitanika (66.3% žene) sa teritorije Republike Srpske. Svi ispitanici su bili sadašnji ili nedavno svršeni studenti I ili II ciklusa studija na Univerzitetu u Banjoj Luci. Rezultati su pokazali da korištene mjere svakodnevne kreativnosti pokazuju loša psihometrijska svojstva na uzorku istraživanja, naročito BICB upitnik kreativnih ponašanja. Prosječni skorovi na dimenzijama svakodnevne kreativnosti su bili naglašeno niski. Ipak, u skladu sa polaznim očekivanjem, dobijen je veći broj očekivanih korelacija kreativnih osobina ličnosti sa mjerama svakodnevne kreativnosti. Veze su bile nešto izraženije kada je riječ o kreativnim domenima umjetnosti, nego kreativnim domenima nauke, ali sve veličine efekata su bile osjetno slabije u odnosu na referentna inostrana istraživanja. Može se zaključiti da je generalni pretpostavljeni trend veze dispozicionih karakteristika ličnosti sa mjerama svakodnevne kreativnosti potvrđen, ali da su korištene mjere neadekvatne i vjerovatno neprikladne za sociokulturalni kontekst Republike Srpske. U skladu s tim, trebalo bi izvršiti ispitivanje vrijednosnih stavova unutar naše kulture u vezi sa stvaralaštvom i njegovim najcjenjenijim domenima. Na temelju toga, trebalo bi pristupiti izradi kontekstualno primjerenijeg instrumentarija.

Ključne riječi: svakodnevna kreativnost, kreativna ponašanja, kreativna postignuća, kreativne osobine ličnosti

Naučna oblast: Društvene nauke

Naučno polje: Psihologija

CERIF klasifikacija: S260 – Psihologija

Ova master teza je dostupna za javnu distribuciju u okvirima licence nekomercijalnog autorstva (CC BYNC), kojom se dozvoljava svaka nekomercijalna upotreba, distribucija i reprodukcija na različitim medijima, pod uslovom da se navedu originalni autor i izvor.

Mentor: Siniša Subotić, PhD, Assistant Professor, University of Banja Luka, Faculty of Natural Sciences and Mathematics

Thesis Title: *Examining the dimensions of creative achievement and behavior in relation to the creative personality traits of students at the University of Banja Luka*

Abstract

Inspired by the lack of similar research in the Republic of Srpska, this research examined the relationships between the so-called creative personality traits, as dispositional potential for creativity, with manifestations of creativity at intervals of the so-called everyday creativity (primarily at the little-c level), viewed through aspects of creative behavior and creative achievement. Creative personality traits were measured by a CPS checklist, creative behaviors were measured by a BICB questionnaire, and creative achievement was measured by a CAQ questionnaire. The sample included a total of 300 respondents (66.3% women) from the Republic of Srpska. All respondents were current or recent graduates of the 1st or 2nd cycle of study at the University of Banja Luka. The results showed that the used measures of everyday creativity showed poor psychometric properties in the research sample, especially the BICB creative behavior questionnaire. Average scores on the dimensions of everyday creativity were very low. Nevertheless, in accordance with the initial expectation, numerous expected correlations of creative personality traits with measures of daily creativity were obtained. The associations were somewhat more pronounced for the creative domains of art than the creative domains of science, but all effect sizes were noticeably weaker compared to foreign reference research. It can be concluded that the general assumed trend between dispositional characteristics of personality with measures of everyday creativity is confirmed, but the measures used are inadequate and probably inappropriate for the socio-cultural context of Republic of Srpska. Accordingly, the value attitudes within our culture regarding creativity and its most respected domains should be examined. On that basis, the development of contextually appropriate instrumentation should be undertaken.

Keywords: everyday creativity, creative behaviors, creative achievements, creative personality traits

Scientific area: Social Sciences

Scientific field: Psychology

CERIF Classification: S260 – Psychology

This master thesis is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Noncommercial License (CC BY-NC), which permits any noncommercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

Sadržaj

Sažetak	3
Abstract.....	5
Sadržaj	7
Uvod	1
Određenje kreativnosti i istraživačkih pristupa kreativnosti	1
Svakodnevna kreativnost.....	2
Generalna i domen specifična kreativnost	4
Osobine ličnosti i kreativni potencijal	6
Polne razlike u kreativnosti.....	7
Problem i cilj istraživanja.....	8
Metod	11
Uzorak	11
Instrumenti	11
Postupak.....	13
Varijable i statistička obrada podataka	13
Rezultati.....	16
Latentna struktura CAQ upitnika	16
Latentna struktura BICB upitnika.....	18
Povezanost CAQ i BICB dimenzija	22
Poveznost kreativnih osobina ličnosti i kreativnog postignuća.....	23
Diskusija.....	27
Zaključak i ograničenja istraživanja.....	30

Reference	32
Prilog A: Upitnik kreativnih postignuća – CAQ (Creative Achievement Questionnaire; Carson et al., 2005).....	40
Prilog B: Biografski inventar kreativnog ponašanja – BICB (Biographical Inventory of Creative Behaviours; Batey, 2007)	44
Prilog C: Skala kreativne ličnosti – CPS (Creative Personality Scale; Gough, 1979).....	46
Prilog D	47
Prilog E.....	54
Prilog F.....	55
Prilog G	47
Prilog H	47

Uvod

Kreativnost predstavlja kompleksan fenomen, koji privlači pažnju i interes istraživača, filozofa i teoretičara iz velikog broja epoha i užih naučnih oblasti (Runco & Albert, 2010; Ružić, Vidanović, & Stojiljković, 2015). Neka od pitanja kojima su se istraživači bavili i nastavljaju da se bave tokom godina su: „Da li je opravdano govoriti o generalno kreativnim osobama ili su ljudi ipak kreativni samo u specifičnim oblastima?“; „Kakva je veza između kreativnih osobina, ponašanja i postignuća?“; „Da li je opravdano govoriti o tzv. maloj i velikoj kreativnosti i kakva je razlika između njih (npr. da li je ta razlika kvantitativne ili kvalitativne prirode)?“; „Postoje li i razlike u kreativnosti između žena i muškaraca?“... Nekim od navedenih pitanja i njihovim implikacijama bavi se i ovaj rad, fokusirajući se na kreativnost i njene korelate u domenu „svakodnevnog“ konteksta i opšte populacije.

Određenje kreativnosti i istraživačkih pristupa kreativnosti

Riječ *kreativnost* potiče od latinske riječi *creatus*, koja u prevodu znači *stvaranje* (Sharma, 2016) i često se posmatra kao sinonim riječima: imaginacija, inovacija, inspiracija, originalnost, talent, jedinstvenost i dr. (Plucker & Makel, 2010). Kreativnost se uobičajeno definiše kao proces koji dovodi do stvaranja nečeg novog, nečeg što je korisno, jedinstveno i ima određenu vrijednost (Csikszentmihalyi, 1996; Kaufman & Baer, 2004; Robinson, 2006; Sternberg, 2006).

Istraživačke paradigme kreativnosti moguće je podijeliti na četiri generalne grupe (*engl.* 4P's: person, product, process, and press of the environment; Gruszka & Tang, 2017; Rhodes, 1961): kreativna osoba, kreativni produkt, kreativni proces i pritisak okoline. Kreativna osoba je ona kojoj jedinstveni sklop karakteristika ličnosti omogućava da u određenim okolnostima stvara nove produkte, koji su od šireg društvenog značaja (Feist, 2010; Gruszka & Tang, 2017; Kim, Cramond, & VanTassel-Baska, 2010; Maksić 2006a, 2006b; Rhodes, 1961; Ward & Kolomyts, 2010). Pri vrednovanju samih produkata može se koristiti stručni konsenzus etabliranih eksperata (Amabile, 1996; Batey, 2012), koji obično podrazumijeva procjene stepena „novine“ i „korisnosti“ produkta (Gruszka & Tang, 2017). Izučavanje kreativnog procesa uglavnom se fokusira na opise načina na koji kreativne osobe kreiraju produkte, odnosno na identifikaciju različitih mentalnih mehanizama i faza (npr. prepacija, inkubacija, iluminacija i verifikacija) koji su na djelu prilikom kreativnih aktivnosti (Gruszka & Tang, 2017). Istraživanja koja se

fokusiraju na pritisak okoline izučavaju interakciju osobe sa svojom sredinom, odnosno sa sredinsko-socijalizacijskim faktorima (npr. fizička okolina, porodica, odgoj, školsko i radno okruženje, kulturno-istorijska tradicija itd.) koji mogu da moderiraju ili posreduju u vezi između osobe i kreativnih procesa (Gruszka & Tang, 2017).

Svakodnevna kreativnost

Iako uobičajena svakodnevica ne uključuje ekspertski nivo produkcije i procjene kreativnih produkata, određenom kreativnom ponašanju možemo da svjedočimo kroz svakodnevne aktivnosti – bilo nas samih, bilo ljudi koji nas okružuju. Ako posmatramo kreativnost kao jedan sistem koji se sastoji iz više dijelova, odnosno domena, jedan od njih su i kreativna ponašanja, koja predstavljaju originalnost upravo na svakodnevnom nivou, npr. u školi, na poslu, tokom slobodnog vremena itd. (Runco & Richards, 1998). Kreativna postignuća predstavljaju određenu sumu kreativnih produkata koju je osoba stvorila tokom svog života (Carson, Peterson, & Higgins, 2005), a koji se mogu posmatrati kao proizvod svih kreativnih ponašanja te osobe. Ni ovaj domen kreativnosti ne mora nužno uključivati ekspertski, eminentni ili *veliki* nivo (Runco & Richards, 1998) i može se odnositi na aspekte *male*, odnosno tzv. *svakodnevne kreativnosti* (Batey, 2007; Richards, 2010).

Razlikovanje tipova kreativnosti na „veliku“ i „malu“ ima prednost u smislu toga što omogućava ispitivanje kreativnosti i na opštim uzorcima i širokim opsezima produkata i ponašanja, koji su dio svakodnevnog ljudskog bivstvovanja. Istovremeno, ovo za sobom povlači i problem klasifikacije, odnosno pravljenja razlike između aspekata velike i male kreativnosti. Postoje modeli koji ovu dihotomiju velike-male kreativnosti dodatno razrađuju na nekoliko podnivoa i preciznije određuju karakteristike svakog od njih. Jedan takav model je „četiri K“ (engl. „*the Four C Model*“; Kaufman & Beghetto, 2009), koji obuhvata: 1) eminentnu, odnosno veliku kreativnost, tj. „Veliko-K“ (engl. *Big-C*), 2) profesionalnu, ali neeminentnu kreativnost, tj. „Pro-k“ (engl. *Pro-c*), 3) svakodnevnu, odnosno malu kreativnost, tj. „malo-k“ (engl. *little-c*) i 4) kreativnost prisutnu u procesu učenja, tj. „mini-k“ (engl. *mini-c*).

Ispitivanja na prvom, odnosno Veliko-K nivou, imaju u fokusu priznate naučnike i umjetnike (npr. eminentni kompozitori klasične muzike, pisci i slikari), koji su dobijali prestižne nagrade ili se nalaze u enciklopedijama (npr. Ludwig van Beethoven, Albert Einstein, Sigmund Freud, Leonardo da Vinci, Leo Tolstoy i drugi). Postupci istraživanja u vezi sa Veliko-K nivoom se najčešće zasnivaju na studijama slučaja, koje podrazumijevaju istraživanja biografija ovakvih

velikana, njihovih načina života i proučavanja procesa njihovog stvaranja. Često se dešava da se postignuća takvih ličnosti vrednuju i priznaju tek posthumno i rijetko se susreću primjeri živih osoba koje bi spadale u ovu kategoriju (Kaufman & Beghetto, 2009).

Pri proučavanju Veliko-K kreativnosti često se koriste sistematski pristupi (npr., Csiksentmihaly, 1996), koji kreativnost posmatraju kroz prizmu složene interakcije raznolikih faktora, poput *oblasti* koja se proučava (npr. muzika, fizika, matematika...), zatim *polja*, koje predstavljaju ljudi u toj oblasti (uključujući i mentore, učitelje, kritičare) i *osobina ličnosti*. Iako je fokus na Veliko-K nedvosmisleno od centralne važnosti za razumijevanje fenomena kreativnosti uopšte, on sa sobom nosi rizik od ideje da samo određeni ljudi mogu biti kreativni, da se „računaju“ samo djela koja su na nivou eminentnih naučnika ili umjetnika, ali možda i da kreativnost tipično podrazumijeva nepoželjne oblike mentalnih poteškoća (Kaufman & Beghetto, 2009; Silva & Kaufman, 2010). Ako posmatramo kreativnost isključivo na Veliko-K nivou, zanemarili bismo sva ostala postignuća koje ljudi učine na svakodnevnom nivou, u učionici, na poslu, a koja ne predstavljaju nužno veliki pomak u određenoj oblasti (Richards, 2007a, 2007b).

Pro-k nivo je uveden zbog opasnost od previđanja potencijalno važnih djela (najčešće odraslih ljudi) ili onih koja možda imaju veliku društvenu važnost, ali nisu još dostigla (a možda nikad i neće) Veliko-K status. Pro-k nivo predstavlja postignuća koja su rezultat dugogodišnjeg profesionalnog rada, ali osobe koje ostvaruju ta postignuća nemaju, u datom momentu, status eminentnog istraživača ili umjetnika (Kaufman & Beghetto, 2009). Pod ovo potpada npr. nivo nacionalnog ili regionalnog priznanja za doprinos određenom području. Za dostizanje nivoa profesionalne ekspertize je potrebno vrijeme. Često se u literaturi pominje tzv. *pravilo 10 godina* (Kaufman & Kaufman, 2007), prema kojem je potrebno minimum 10 godina aktivnog izučavanja, eksperimentisanja i bavljenja problemom da bi se stvorilo nešto izvrsno kreativno. Prema jednom stanovištu (Mumford & Gustafson, 1988), stvaraoci veliki doprinosi svojoj oblasti najčešće započinju u mladoj odrasloj dobi, da bi se vrhunac stvaranja desio u srednjoj dobi, koji potom opada, što je osoba bliža starijoj dobi. Pri tome će samo mali broj stvaralaca i njihovih postignuća iz Pro-k nivoa dostići Veliko-K nivo (Kaufman & Beghetto, 2009).

Prva u kategoriji svakodnevne kreativnosti je malo-k. Suštinu ovog nivoa je moguće ilustrovati kroz konstataciju da umjesto režiranja filmova i ispisivanja istorije, malo-k najčešće uključuje kreiranje ilustracija, pletenje šalova, izmišljanja novih kulinarskih recepata, smišljanja

pjesama, rješavanja nekih kompleksnih problema na radnom mjestu ili školi/fakultetu i slično (Conner & Silvia, 2015; Kaufman & Beghetto, 2009).

Komponentna teorija kreativnosti (Amabile, 2012), koja se bavi malom kreativnošću, opisuje je putem sljedećih faktora: vještine i znanja relevantna za područje djelovanja, osobine ličnosti, intrinzička motivacija i okolina. Kako se ne bi previdjeli upravo oni aspekti svakodnevne kreativnosti koja je značajna za samu osobu i njen proces razvoja vještina i znanja, autori „četiri K“ modela (Kaufman & Beghetto, 2009) su predložili i mini-k, kao dodatnu kategoriju svakodnevne kreativnosti. Mini-k kategorija je često prisutna u procesu učenja i najčešće se sreće kod djece i mladih školskog uzrasta, mada je karakteristična i za odrasle koji su na početku svog kreativnog procesa. Konkretno, mini-k nivo predstavlja novinu u dosadašnjem iskustvu koju osoba interpretira kada uči nešto novo. Ovaj nivo je koristan za opisivanje kreativnosti koja se javlja na samom početku kreativnog stvaranja, koji prethodi većim, značajni(ji)m produktima.

„Četiri K“ model (Kaufman & Beghetto, 2009) podrazumijeva poveznice, odnosno prelaze između nivoa. Te poveznice predstavljaju svojevrstan hod od mini-k nivoa ka ostalim kategorijama. One su sačinjene od različitih aktivnosti, kao što je *formalno obučavanje*, najčešće ostvareno kroz obrazovne institucije, što je karakteristično za put od mini-k prema profesionalnoj ekspertizi. Putem aktivnog bavljenja i razmišljanja o određenom problemu, kao i putem formalnog ili neformalnog obučavanja (npr. stariji kolega ili uzor/mentor) mini-k i mala-k može da preraste u profesionalnu ekspertizu. Pored tog ishoda, moguće je da osoba ni ne želi da njeno angažovanje preraste u ekspertizu, te ostaje na nivou *refleksije*, koja predstavlja težnju da dosadašnja kreativnost služi kao svrha sama sebi, za istraživanje ideja ili životnih iskustava. Nakon nivoa ekspertize, osoba može da dostigne svoj maksimum – *veličanstvenost* (engl. *greatness*), bez da eksplicitno strijemi ka Velikoj-K, ali da ipak postigne potencijal za dobijanje statusa eminentnog istraživača ili umjetnika kod budućih generacija. Neki profesionalci mogu da dođu do nivoa *zastoja*, gdje prestaju da stvaraju značajne doprinose, a na samom kraju ovog niza, preostaje Veliko-K, koje osobu čini *legendom* i te osobe su najrjeđe (npr. Newton, Einstein) (Kaufman & Beghetto, 2009).

Generalna i domen specifična kreativnost

Svakodnevna kreativna ponašanja (i malo-k i mini-k) mogu da predstavljaju neku vrstu poveznice između kreativnog potencijala s jedne strane, koji npr. podrazumijeva nivo

kognitivnih kapaciteta, strukturu ličnosti, posebno nivo otvorenosti ka iskustvu, sklonost ka divergentnom mišljenju itd. (Batey, Furnham, & Safiullina, 2010; Benedek, Jauk, Sommer, Arendasy, & Neubauer, 2014; McCrae, 1987; Nusbaum & Silvia, 2011) i kasnijih etablirani(ji)h kreativnih postignuća, s druge strane. Međutim, prije razmatranja pitanja konkretnih varijabli koje predviđaju ili predstavljaju kreativni potencijal, nameće se konceptualno pitanje u vezi s tim na šta konkretno se kreativni potencijal uopšte odnosi, tj. da li je opravdano govoriti o opštem kreativnom potencijalu ili višestrukim kreativnim potencijalima za različite domene, koji mogu, ali ne moraju biti međusobno povezani. Samo identifikovanje kreativnih postignuća se najčešće dešava unutar jedne ili eventualno unutar više sličnih oblasti djelovanja, ali rijetko unutar više različitih sfera. U skladu s tim, ekvivalentno dilemi o broju kreativnih potencijala, pitanje je i da li je sama kreativnost sposobnost koja je generalna za sve oblasti ili se radi o tom da je domenski specifična. Šta to zapravo znači? Ako je kreativnost generalna, to bi značilo da osoba koja postiže iznadprosječne rezultate u jednoj oblasti – trebala da postiže dobre rezultate i u svim drugim oblasima kreativnog djelovanja ili bar onima koje su slične (Qian, Plucker, & Yang, 2019). Ako je kreativnost domenski specifična sposobnost, to bi značilo da kad bismo mjerili varijable u vezi sa kreativnošću iz različitih oblasti, dobili bismo niske povezanosti ili odsustvo povezanosti, pošto bi se osobe ostvarivale npr. ili kao slikar ili kao inovator, ali jako rijetko kao oboje (Baer, 2010; Julmi & Scherm, 2016; Sternberg, 2009).

Dokazi za domensku specifičnost često dolaze iz studija u kojima su ispitanicima zadavani zadaci iz različitih oblasti, koje su potom ocjenjivali eksperti. Povezanosti između različitih domena na osnovu ovakvih ekspertskih procjena su tipično niske, podržavajući zaključak o domenskoj specifičnosti kreativnosti (Baer, 1991, 2010). S druge strane, istraživanja zasnovana na ček-listama i samoprocjenama češće ukazuju na izvjesnu domen generalnost kreativnosti (Plucker, 1998; Lubart & Guignard, 2004; Silvia, Wigert, Reiter-Palmon, & Kaufman, 2012). Čak i ako se, pri tome, polazi od pretpostavke da različiti domeni kreativnosti mogu, ali ne moraju nužno biti međusobno povezani, ovakva istraživanja pronalaze da se veći broj domena grupiše u dva ili tri latentna faktora (Carson et al., 2005). Postoje i potvrde hijerarhijske organizacije domena i faktora kreativnosti (Kaufman, Cole, & Baer, 2009). Neki noviji nalazi pokazuju da izuzev muzike, koja ima tendenciju očitijeg izdvajanja, ostali domeni kreativnosti imaju tendenciju generalnog grupisanja, uz eksplicitnu opasku da je na nivoima svakodnevnog kreativnosti (posebno na nivou malo-k) i na učeničkim uzrastima, kreativnost

prikladnije posmatrati kao domen generalnu, bez mnogo koristi od razdvajanja po individualnim domenima (Qian et al., 2019). Na tragu ovog su i navodi (Piffer & Hur, 2014) po kojima postoje dokazi za tendenciju ka domen specifičnosti u genetskim faktorima koji određuju kreativnost, ali uz opasku da je vjerovatno doprinos sredinskih faktora mnogo važniji na dječijem uzrastu i ranoj adolescenciji, dok specifični „urođeni talenti za kreativno postignuće“ (p. 155) preuzimaju primat tokom odraslog doba.

Oni domeni koji se najčešće tiču samoprocijenjene svakodnevne (malo-k) kreativnosti, poput aktivnosti pravljenja kolaža, dekorisanja prostora, kulinarstva, pravljenja blogova i veb-sajtova, uspješnog organizovanja grupa (najčešće studentskih) itd. imaju tendenciju da se grupišu u okviru latentnih faktora kao što su: komunikacija, socijalna interakcija, liderstvo, umjetnost, nauka, matematika itd. (Kaufman & Baer, 2004; Kaufman et al., 2009, Silvia et al., 2012).

Osobine ličnosti i kreativni potencijal

Kao što je već rečeno, postoji neslaganje u literaturi u pogledu generalne u odnosu na domen specifičnu prirodu kreativnosti. Ipak, bez obzira na ovu dilemu, identifikovane su određene karakteristike koje su veoma slične ili zajedničke za sve kreativne osobe, tj. neke osobine se mogu posmatrati kao antecedente i prediktori kreativnog stvaranja, bilo u generalnijem smislu, bilo u nekim specifičnim domenima.

Veliki broj istraživanja, uglavnom polazeći iz paradigme modela ličnosti Velikih 5, potvrdio je da je pojedine osobine ličnosti opravdano posmatrati kao dispozicione faktore, tj. prediktore tendencije ka kreativnom stvaranju (Baer & Oldham, 2006; Batey et al., 2010; Dollinger, Urban, & James, 2004; Feist, 1998; King, Walker, & Broyles, 1996; Li et al., 2014; McCrae, 1987; Silvia, Nusbaum, Berg, Martin, & O'Connor, 2009; von Stumm, Chung, & Furnham, 2011; Wolfradt & Pretz, 2001), pri čemu se otvorenost ka iskustvu izdvaja kao najstabilniji prediktor kreativnosti, pozitivnog smjera, uz nekonzistentije zabilježene pozitivne doprinose ekstraverzije i negativne veze savjesnosti i prijatnosti, te pozitivne ili negativne veze neuroticizma, zavisno od korištene mjere kreativnosti. Treba istaći da postoje razlike u pogledu doprinosa nekih osobina ličnosti zavisno od domena stvaralaštva, npr. savjesnost je izraženija kod naučnika nego umjetnika (Feist, 1998). Robusna veza otvorenosti i kreativnosti ne iznenađuje, s obzirom na činjenicu da ljudi koji su otvoreniji ka iskustvu teže da budu maštoviti i znatiželjni, nekonvencionalani, intelektualno radoznali, skloniji su maštanju, estetskoj

osjetljivosti i emocionalnoj diferencijaciji (John & Srivastava, 1999; Smederevac, & Mitrović, 2006).

U literaturi se susreće i veliki broj specifičnih, izolovanih atributa, tj. opisa kreativne ličnosti, koji ne polaze nužno od teorijskog okvira zadanog modelom Velikih 5, kao npr: tolerancija neizvjesnosti, spremnost na rizike, originalnost, dominacija, autonomija, samopouzdanost i samopoštovanje, inovativnost, duhovitost, fleksibilnost itd. (npr., Barbot, 2018; Barron & Harrington, 1981; Batey & Furnham, 2006; Ivošević, 2013; Sternberg, 2006;).

Najpoznatiji od pristupa izučavanju ličnosti u kontekstu predikcije kreativnosti, izvan paradigme modela Velikih 5, vjerovatno je Gofova (Gough, 1979) Skala kreativne ličnosti, koja predstavlja empirijski ustanovljen set od 30 atributa ličnosti, u pogledu kojih se ispitanici samoprocjenjuju po principu ček-liste. Za ove attribute je ustanovljena veza sa brojnim mjerama kreativnosti i pokazateljima kreativnog postignuća iz raznovrsnih domena stvaralaštva (npr., Batey & Furnham, 2008; Carson et al., 2005; Gough, 1979; McCrae, 1987; Wolfradt & Pretz, 2001). Važno je naglasiti da skor Skale kreativne ličnosti umjereno do visoko korelira sa (raznovrsnim modalitetima procijenjenim) skorovima otvorenosti ka iskustvu, uz niže do umjerene veze sa ekstraverzijom i nekonzistentno zabilježene niže pozitivne korelacije sa savjesnošću (McCrae, 1987; Wolfradt & Pretz, 2001).

Polne razlike u kreativnosti

Jedan od potencijalno važnih aspekata u vezi sa ispitivanjem kreativnosti jesu i polne razlike, s obzirom na to da pol ponekad može da igra ulogu pri izboru oblasti kreativnih postignuća. Prema postavkama teorije socijalnih uloga, postoje razlike u pogledu očekivanja koje ljudi imaju u vezi s tim šta bi drugi trebali da čine, u zavisnosti od svog pola (Eagly, 2013). Socijalna očekivanja za žene se češće usmjeravaju na ponašanja u domenu brige za druge, zbog čega se svojstvenijim za žene smatraju zanimanja kao što su: učiteljice, medicinske sestre, socijalne radnice itd; karakterističnije muškim zanimanjima se doživljavaju ona koja su u polju nauke, sporta ili fizičko-manuelnih aktivnosti (Eagly, 2013). U skladu sa ovom tezom, postoje određeni nalazi koji ukazuju na to da su muškarci aktivniji po pitanju kreativnih ponašanja u oblasti nauke, matematike, popravljavanja predmeta, crtanja stripova itd., dok se žene više ističu u oblasti izrade svakodnevnih predmeta, odjeće, društvenim aktivnostima i umjetnosti generalno (Kaufman, 2006; Kaufman & Baer, 2004; Kaufman et al., 2009; Ljubotina et al., 2015). Prilikom samoprocjene kreativnih osobina, žene najčešće biraju one koje tiču društvenosti, brige,

saosjećajnosti i bojažljivosti, dok muškarci sebe češće doživljavaju više energičnim, dominantnim i nezavisnim (Živoder & Kolega, 2014). Međutim, posljednjih decenija dolazi do progresivnih promjena u socijalnim strukturama, čime se mijenjaju percepcije razlika (Eagly, 2013). U skladu s tim, novija istraživanja pronalaze sve manje polnih razlika u pogledu postignuća iz domena nauke i umjetnosti (npr., Piffer & Hur, 2014).

Problem i cilj istraživanja

Utvrđivanje relacija osobina ličnosti sa domenima kreativnog ispoljavanja nije novo pitanje. Zapravo, veze kreativnosti sa otvorenošću ka iskustvu (npr., Feist, 1998) ili sa Goughovom ček-listom kreativnih osobina ličnosti (Gough, 1979) su dobro ustanovljene i već duže vremena postoji određeni trend umanjenja interesa u pogledu istraživanja na ovu temu (Woodman & Schoenfeldt, 1989), vjerovatno dijelom i zbog rastuće tendencije istraživača da se fokusiraju na integrativne pristupe ovoj problematici (Sternberg & Lubart, 1999). Ipak, s obzirom na raznolikost korištenih mjera i razlika u konceptualizaciji aspekata kreativnosti koji su predmet izučavanja, nije lako izvršiti obuhvatnu sistematizaciju i generalizaciju nalaza, čak ni u pogledu nekih bazičnih aspekata iz ove problemsko-tematske oblasti (Batey & Furnham, 2006). Međutim, uprkos potencijalnim problemima u pogledu sistematizacije korpusa znanja, važna poenta jeste da ipak brojni nalazi i brojne mjere na osnovu kojih su ti nalazi dobijeni. Ako na ova problemska pitanja gledamo geografski lokalno, ovo nije slučaj. Velika većina nalaza, instrumenata i konceptualnih pristupa iz kojih oni proističu, potiče iz Zapadnih kultura, tj. uglavnom sa anglosaksonskih govornih područja. Ako kao ilustraciju uzmemo domen svakodnevne kreativnosti, na koju se ovaj rad fokusira, i pažnju usmjerimo na teritoriju Republike Srpske, BiH, ali i šire regije bivše Jugoslavije, može se konstatovati da postoje samo sporadični nalazi iz oblasti kreativnosti i njihovih dispozicionih antecedenti. U svjetskoj literaturi se govori o zasićenju nalazima i umanjenju istraživačkog interesa, dok je na BiH i široj regiji umjesno govoriti samo o – odsustvu nalaza i istraživačkog interesa. Čak ni uobičajeni instrumenti prikladni za mjerenje svakodnevne kreativnosti, bilo u smislu kreativnih ponašanja, npr. Biografski inventar kreativnih ponašanja (BICB, Batey, 2007), bilo u smislu kreativnog postignuća, npr. Upitnik kreativnih postignuća (CAQ; Carson et al., 2005) – nisu adaptirani ili validirani na našem govornom području. Ovo važi i za pomenutu Goughovu (Gough, 1979) Skalu kreativne ličnosti (CPS). Premda inostrani nalazi očigledno predstavljaju validnu polaznu osnovu za razumijevanje problematike (svakodnevne) kreativnosti i njenih prediktora,

kulturološki faktori u bitnoj mjeri moduliraju značenje kreativnosti, kao i njene procese i produkte. Konkretno, rezimirajući saznanja u pogledu toga na koji način kultura oblikuje kreativnost, Shao i saradnici (Shao, Zhang, Zhou, Gu, & Yuan, 2019) skreću pažnju da: 1) ljudi iz različitih kultura imaju drugačije implicitne i eksplicitne koncepcije kreativnosti; 2) pripadnici različitih kultura (npr. više kolektivističkih ili više individualističkih) preferiraju različite attribute i aspekte kreativnih procesa (npr. upotrebna vrijednost se više cijeni na Istoku, a novina na Zapadu); 3) su nalazi u vezi sa kreativnošću precizni samo onda kada su zasnovani na kulturološki prikladnim mjerama. Ovi navodi služe kao argument u korist opravdanosti ispitivanja na drugim kulturama čak i već relativno etabliranih relacija u vezi sa kreativnošću. U skladu s tim, problem ovog istraživanja jeste utvrđivanje relacija kreativnih osobina ličnosti sa mjerama svakodnevne kreativnosti, posmatrane kroz modalitete kreativnih postignuća i kreativnih ponašanja, na uzorku ljudi mlađeg odraslog doba – aktivnih ili nedavno svršenih studenata najvećeg univerziteta u Republici Srpskoj: Univerziteta u Banjoj Luci. Pored ispitivanja međusobnih relacija kreativnih osobina ličnosti i svakodnevne kreativnosti, čak i prije ispitivanja tih relacija, važan zadatak rada ogleda se u preliminarnoj provjeri dimenzionalnosti instrumenata za mjerenje kreativnih ponašanja i kreativnih postignuća, koji do sada nisu evaluirani na srpskom govornom području. Takođe, u obzir će biti uzete i moguće polne razlike u prosječnim skorovima na ovim mjerama, kao i eventualne moderatorske uloge pola u korelacijama ovih mjera sa kreativnim osobinama ličnosti.

Hipoteze istraživanja su sljedeće:

H1: Postoji pozitivna povezanost kreativnih osobina ličnosti i aspekata svakodnevne kreativnosti.

Budući da se radu koristi Skala kreativne ličnosti – CPS (Gough, 1979), koju je moguće posmatrati kao generalni potencijal za stvaranje, u tom smjeru se može očekivati dobijanje pozitivne korelacije sa mjerama kreativnih ponašanja – BICB (Batey, 2007) i postignuća – CAQ (Carson et al., 2005). Referentnih vrijednosti radi, u ranijim istraživanjima (Batey & Furnham, 2008) zabilježena je korelacija ukupnog CPS skora od .34 sa BICB ukupnim skorom i korelacija od .33 sa CAQ ukupnim skorom.

Pored totalne CPS sume, biće razmotrene i korelacije individualnih CPS osobina sa mjerama svakodnevne kreativnosti, ali se u ovom pogledu ne navode specifična očekivanja, zbog

nemogućnosti apriorne predikcije finalnog broja i sadržaja latentnih dimenzija BICB i CAQ upitnika koje će biti zadržane u analizama.

H1.1: Postoji povezanost između aspekata svakodnevne kreativnosti – kreativnih postignuća i kreativnih ponašanja.

Ranija istraživanja su pokazala umjerenu pozitivnu korelaciju između BICB i CAQ skorova. Na primjer, McKibben i Silvia (2017) izvještavaju o korelaciji od .36 između ukupnih skorova ova dva instrumenta. Zbog nemogućnosti predikcije finalnog broja i sadržaja BICB i CAQ faktora koji će biti zadržani u analizama, nije moguće navesti eksplicitno očekivanje u pogledu povezanosti eventualnih individualnih faktora, ali moguće je načelno pretpostaviti da će između svih faktora postojati pozitivne korelacije nižeg do umjerenog intenziteta.

H2: Postoji razlika u prosječnim skorovima svakodnevne kreativnosti između žena i muškaraca.

Ranija istraživanja, u slučaju da se razlika manifestuje, ukazuju na više procjene postignuća muškaraca u domenu nauke i srodnih domena, a žena u domenu umjetnosti, stvaralaštva/hobija koji uključuju svakodnevne predmete i društvenih aktivnosti (Kaufman, 2006; Kaufman & Baer, 2004; Kaufman et al., 2009; Ljubotina et al., 2015). Ove razlike se makar jednim dijelom vezuju za očekivanja u pogledu socijalnih uloga (Eagly, 2013). Iako ove razlike vremenom slabe, s obzirom na razumno prisutnu zaostavštinu patrijarhalne tradicije na području BiH, za pretpostaviti je da trend razlika slijedi navedeni tradicionalniji obrazac polnih razlika, uz opasku da se, iz razloga nemogućnosti predviđanja finalnog broja i sadržaja BICB i CAQ faktora, ni ovdje ne navode specifična očekivanja u pogledu razlika na individualnim latentnim dimenzijama tih upitnika.

Dopunski, biće eksplorativno razmotrena i eventualna uloga pola kao moderatorske varijable u relacijama osobina kreativne ličnosti s jedne strane i BICB i CAQ dimenzija s druge strane.

Metod

Uzorak

Uzorak istraživanja (Tabela 1) je biran prigodnim putem i obuhvatio je ukupno 300 ispitanika, uzrasta od 18 do 30 godina. U uzorku je bilo disproporcionalno više žena nego muškaraca. Svi ispitanici su bili aktivni ili nedavno svršeni studenti I (BA) ili II (MA) ciklusa studija na Univerzitetu u Banjoj Luci. Pri tome, najveći broj ispitanika navodi da je završio ili studira osnovne fakultetske studije (58%), dok nije bilo ispitanika koji su završili samo osnovnu školu ili viši nivo studija od mastera. Najveći broj ispitanika studira ili je završio psihologiju (16.7%), pravo (9.7%), ekonomiju (9.3%), medicinu (7.7%) i pedagogiju (6.3%). Kada je riječ o obrazovanju roditelja, većina pripada grupi sa srednjom stručnom spremom ($N=112$; 37.3%). Najveći broj ispitanika je pripadao grupi prvorodene djece ($N=149$; 49.7%), zatim najmlađe djece ($N=98$; 32.7%), a najmanji broj je pripadao grupi srednjerodene djece ($N=53$; 17.7%).

Tabela 1. Struktura ukupnog uzorka prema polu, uzrastu i nivou obrazovanja

		<i>N</i>	%	Godine starosti			Nivo obrazovanja			
				Min	Max	<i>M (SD)</i>	BA – u toku	BA	MA – u toku	MA
Pol	Muškarci	101	33.7	18	30	24.71 (3.19)	45	52	0	4
	Žene	199	66.3	18	30	24.37 (3.01)	88	74	9	28
	Ukupno	300	100%			24.48 (3.07)	133	126	9	32

Napomene: BA-bachelor/Baccalaureat/osnovne studije na fakultetu; MA-master studije.

Instrumenti

Upitnik kreativnih postignuća – CAQ (Creative Achievement Questionnaire; Carson et al., 2005) se sastoji iz tri dijela. U prvom dijelu, ispitanici obilježavaju oblasti za koje smatraju da imaju izražen talenat više nego drugi ljudi. U drugom dijelu se nalazi 80 stavki, podijeljenih u 10 domena (vizuelne umjetnosti, muzika, ples, arhitektonski dizajn, kreativno pisanje, humor, inovacije, naučna istraživanja, pozorište i film, kulinarska umijeća). Za svaki domen, ispitanici biraju jedan od ponuđenih osam odgovora, koji se odnose na stepen umijeća, talenta i sposobnosti i variraju u rasponu od 0 (ispitanik nema prepoznat talent ili trening u datom domenu) do 7 (ispitanik ima formalno prepoznato postignuće, npr. djelo koje je bilo recenzirano

u nacionalnoj publikaciji, naučni rad koji su citirali drugi naučnici, prodan patent i slično; za ovu stavku ispitanici navode i koliko puta se navedeni oblik priznanja/postignuća dogodio). Primjer stavki: „Izlagao/la sam svoj rad u galeriji.“; „Osmislio/la sam originalne plesne koreografije.“; „Osvojio/la sam nagradu ili priznanja za svoje recepte.“ itd. Treći dio upitnika sadrži tri pitanja koja se odnose na samoprocjenu ispitanika u pogledu toga šta drugi ljudi misle o njegovoj/njenoj kreativnosti (ispitanik čeka sve što smatra tačnim). CAQ je moguće posmatrati kao dvodimenzionalnu ili trodimenzionalnu mjeru. Provjera dimenzionalnosti i metrijske karakteristike upitnika prikazani su u okviru sekcije Rezultati. Sam instrument je prikazan u Prilogu A.

Biografski inventar kreativnog ponašanja – BICB (Biographical Inventory of Creative Behaviours; Batey, 2007). Ovaj upitnik se sastoji od 34 stavke, koje sadrže tvrdnje u vezi sa određenim kreativnim aktivnostima izvršenim u periodu od prethodnih 12 mjeseci. Obuhvaćeni domeni kreativnih aktivnosti se uglavnom odnose na svakodnevne aktivnosti (kreativno pisanje, slikanje, kuhanje...). Ispitanici daju samoprocjene o sopstvenoj kreativnosti, označavanjem polja za aktivnosti u koje su bili uključeni. Primjer stavki: „U posljednjih 12 mjeseci da li ste...: ...napisali kratku priču; ...objavili članak; ...napravili kratak film; ...napravili nekom poklon? Inventar nema jasno ustanovljenu latentnu strukturu (Silvia, Wigert, Reiter-Palmon, & Kaufman, 2012). Tako, npr. Batey (2007) tretira BICB kao unidimenzionalnu mjeru, dok su u jednom istraživanju sa našeg govornog područja (Ljubotina et al., 2015) konstatovane četiri dimenzije. Provjera dimenzionalnosti i metrijske karakteristike upitnika prikazani su u okviru sekcije Rezultati. Sam instrument je prikazan u Prilogu B.

Skala kreativne ličnosti – CPS (Creative Personality Scale; Gough, 1979) predstavlja ček-listu pridjeva, koji se odnose na karakteristike ličnosti koje podrazumijevaju kreativni potencijal i u vezi su sa kreativnim ponašanjima i postignućima (Gough, 1979). CPS se sastoji od 30 stavki, od kojih 18 predstavlja inidikaciju kreativne osobe, a 12 kontraindikaciju. Indikativnim se smatraju osobine (dodjeljuju se pozitivne ocjene): sposoban/na, pametan/na, pouzdan/a, egoističan/na, smiješan/na, individualan/na, opušten/a, pronicljiv/a, inteligentan/na, dosjetljiv/a, originalan/na, zamišljen/a, snalažljiv/a, samopouzdan/a, privlačan/na, umišljen/a, nekonvencionalan/na, neograničen/na. Kontraindikativne su osobine (dodjeljuju se negativne ocjene): uobražen/a, obazriv/a, običan/na, konzervativan/a, standardan/na, nezadovoljan/na, iskren/a, učtiv/a, uskogrudan/na, odan/a, poslušan/na, sumnjiv/a. Ukupan skor se dobija

sabiranjem pozitivnih i negativnih ocjena. Veći rezultat predstavlja vjerojatnoću da je kreativni potencijal veći. Ova skala je posmatrana kao formativna struktura, koja govori o generalnom potencijalu kojeg osoba može da posjeduje. Sam instrument je prikazan u Prilogu C.

Sociodemografska pitanja obuhvatila su upite o polu, uzrastu, obrazovnom statusu (ispitanika i roditelja) i redoslijedu rođenja.

Postupak

Podaci su prikupljeni putem društvenih mreža, onlajn anketom. Ovaj modalitet prikupljanja podataka je odabran zbog svoje ekonomičnosti (Wright, 2005) i procijenjen je kao prikladan s obzirom na problem istraživanja. Anketa je sadržavala uputstvo o načinu popunjavanja upitnika i osnove informacije o svrsi istraživanja. Ispitanicima je zagarantovana anonimnost odgovora i ponuđena im je mogućnost dobijanja više informacija putem e-pošte.

Varijable i statistička obrada podataka

Svakodnevna kreativnost je mjerena kroz dva aspekta: 1) *kreativna postignuća* i 2) *kreativna ponašanja*.

Aspekt kreativnih postignuća se određuje putem CAQ upitnika (Carson et al., 2005), kojim je moguće ustanoviti stepen postignuća koji je uglavnom u intervalu malo-k, ali može da detektuje i Pro-k nivoe, iako je, s obzirom na uzorak istraživanja, realistično očekivati skorove koji se nalaze unutar malo-k raspona i ne zalaze u Pro-k nivoe. CAQ je multidimenzionalna mjera, koja obuhvata dvije ili tri dimenzije. Ako se posmatra kao dvodimenzionalna mjera, moguće je govoriti o faktorima: Umjetnost i Nauka (u okviru faktora Nauka je uključen i domen kulinartstvo). Ako se posmatra kao trodimenzionalna mjera, onda se može govoriti o faktorima: Ekspresija, Izvođenje i Nauka. S obzirom na strukturu uzorka istraživanja (opšta populacija, studenti), neophodnim je bilo prethodno provjeriti koji od ovih modela se na njemu ponaša optimalnije i shodno tome izvršiti skorovanja. Pošto postoje jasna prethodna očekivanja u pogledu moguće dimenzionalnosti CAQ upitnika, provjera toga koji od opisanih modela posjeduje bolja svojstva na podacima iz ovog istraživanja izvršena je uz pomoć konfirmativne faktorske analize (CFA). Analiza je sprovedena u programu „lavaan“ (Rosseel, 2012) i zasnovana je na WLSMV/DWLS postupcima ekstrakcije i procjene parametara. Prilikom procjene fita modela, korišteni su sljedeći indikatori i načelni kriterijumi njihovog tumačenja (Hooper, Coughlan, & Mullen, 2008): 1) CFI – CFI $\geq$.90 sugerše prihvatljiv fit, CFI $\geq$.95 sugerše

dobar fit; 2) TLI – $TLI \geq .90$ sugerije prihvatljiv fit, $TLI \geq .95$ sugerije dobar fit; 3) RMSEA – $RMSEA < .07$ ukazuje na prihvatljiv fit, $RMSEA < .06$ ukazuje na dobar fit; 4) SRMR – $SRMS < .08$ ukazuje na prihvatljiv fit, $SRMS < .05$ ukazuje na dobar fit).

Aspekt kreativnih ponašanja se određuje putem BICB inventara, koji mjeri svakodnevna ponašanja na poslu, u slobodno vrijeme itd., tj. uglavnom obuhvata malo-k manifestacije (Batey, 2007). Imajući u vidu karakteristike uzorka istraživanja, kao i nekonzistentne nalaze u pogledu BICB faktorske strukture (Silvia et al., 2012), bilo je potrebno provjeriti dimenzionalnost, tj. latentnu strukturu ovog instrumenta, kako bi se ustanovilo koji je najprimjereniji način njegovor skorovanja. Ovo je izvršeno uz pomoć eksplorativne faktorske analize (EFA), sprovedene u programu FACTOR (Lorenzo-Seva & Ferrando, 2013). EFA je zasnovana na MRFA metodu ekstrakcije i matrici tetrahoričnih korelacija. Eksplorativnoj analizi je data prednost u odnosu na konfirmativnu, kako zbog činjenice da u ranijoj literaturi ne postoje dobro definisani konkurentni modeli ovog instrumenta koje bi bilo opravdano komparirati, tako i zbog činjenice da na našem uzorku zapravo nije bilo moguće replicirati referentno pretpostavljenu jednodimenzionalnu BICB strukturu (npr., Batey & Furnham, 2008). Prilikom utvrđivanja optimalnog broja faktora konsultovani su rezultati paralelne analize (PA) i HULL postupka (Subotić, 2013). Kao kriterijum za isključenje ajtema iz analize uzeta su faktorska zasićenja ispod $\Lambda < |.32|$ (Tabachnick & Fidell, 2013, p. 654).

Kreativne osobine ličnosti operacionalizovane su kroz sumativni skor CPS (Gough, 1979) skale. U obzir su uzete i korelacije sa individualnim stavkama, tj. pojedinačnim pridjevima iz ček-liste kreativnih osobina. Prilikom utvrđivanja povezanosti dimenzija iz domena svakodnevne kreativnosti i kreativnih osobina ličnosti, zbog naglašene asimetrije skorova, prednost je data neparametrijskim (τ_b) koeficijentima korelacija.

Analize na ajtem nivou podrazumijevaju utvrđivanje preko stotinu individualnih korelacionih efekata, kao rezultat čega dolazi do izrazitog povećanja vjerovatnoća za javljanje statističke greške tipa I. Kako bi se ovo preveniralo, izvršena je Bonferroni korekcija p statistika, koja podrazumijva dijeljenje kovencionalnog nivoa statističke značajnosti ($p < .05$) brojem vršenih analiza ili komparacija, čime se dobija nova granična vrijednost za procjenu statističke značajnosti (Frane, 2015). Na primjer, u slučaju računanja 15 korelacionih parova, kao novu granicu statističke značajnosti po Bonferroni proceduri trebalo bi uzeti $p < .003$ ($p < .05/15$). Međutim, s obzirom na izuzetno veliki broj komparacija u odnosu na veličinu uzorka istraživanja

i utvrđene veličine statističkih efekata (koje su generalno niske), Bonferroni korekcija se može smatrati suviše restriktivnom u ovom slučaju. Stoga su u obzir uzete i Bayesove procjene stepena u kojem dobijeni podaci idu u prilog pretpostavci o „postojanju“ efekta, u odnosu na vjerovatnoću pretpostavke o izostanku efekta, tj. $H_A:H_0$ omjer, odnosno Bayesov faktor (Wetzels & Wagenmakers, 2012). Bayesov faktor predstavlja potencijalno teorijski utemeljeniju alternativu p statistiku za potrebe procjene pouzdanosti, tj. vjerovatnoće statističkih efekata o kojima se zaključuje iz nekog seta podataka (Wetzels & Wagenmakers, 2012). Kao verzija Bayesovog faktora odabran je BF_{10} (Wetzels & Wagenmakers, 2012), pri čemu je kao donja prihvatljiva granica za procjenu vjerovatnoće H_A u odnosu na H_0 uzeta vrijednost $BF_{10} \geq 10$, koja (do okvirne vrijednosti od 30) implicira snažnu potvrdu H_A u odnosu na H_0 . Vrijednosti iznad ove ukazuju na još snažniju vjerovatnoću u prilog tačnosti H_A (konkretno: $100 < BF_{10} \leq 30$ – vrlo snažna vjerovatnoća, $BF_{10} \geq 100$ – ubjedljiva vjerovatnoća), dok vrijednosti ispod ukazuju na inkrementalno niže vjerovatnoće (konkretno: $10 < BF_{10} \leq 3$ – substantivna vjerovatnoća, $3 < BF_{10} \leq 1$ – anegdotska vjerovatnoća). BF_{10} vrijednosti računata su u JASP programu (JASP Team, 2018).

Sociodemografske varijable nisu u značajnijoj mjeri uzimane u obzir prilikom analiza, izuzev provjera polnih razlika (koje su primarno bile zasnovane na Mann-Whitney neparametrijskim testovima). Sve takve analize, kao i sve deskriptivne i korelacione analize prikazane u rezultatima vršene su u JASP (JASP Team, 2018) i R (R Core Team, 2013) programima.

Rezultati

Latentna struktura CAQ upitnika

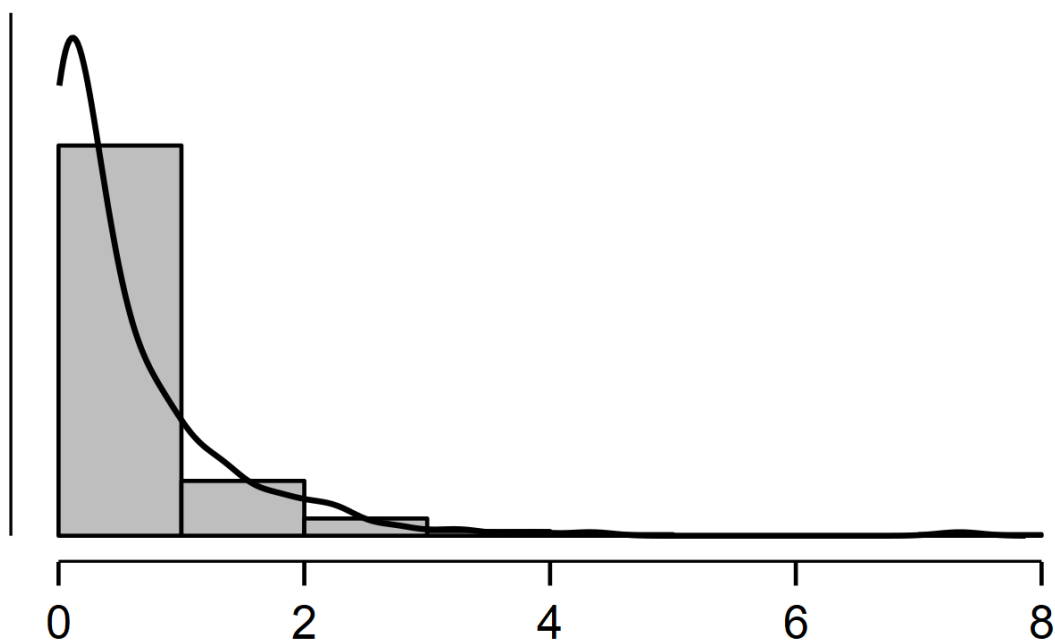
Konfirmativno su upoređena dva pretpostavljena CAQ modela (Carson et al., 2005): 1) dvofaktorski model, koji obuhvata faktore: Umjetnost i Nauka, 2) trofaktorski model, koji obuhvata faktore: Ekspresija, Izvođenje i Nauka. U oba slučaja dobijen je adekvatan fit testiranih modela (Hooper et al., 2008), ali uz neznatnu prednost dvofaktorskog modela. Fit dvofaktorskog modela je: CFI=.969, TLI=.957, RMSEA=.046 90% CI [.017, .070], SRMR=.063. Fit trofaktorskog modela je: CFI=.969, TLI=.953, RMSEA=.047 [.019, .072], SRMR=.061. Za oba modela, dobijene su pozitivne korelacije faktora: .31 u dvofaktorskom modelu, odnosno .25, .21 i .27 u trofaktorskom modelu. S obzirom na čestu praksu agregiranja CAQ stavki u jedan zajednički skor, dodatno je provjeren i jednofaktorski model, koji je pokazao granično prihvatljiv fit: CFI=.921, TLI=.898, RMSEA=.065 [.046, .084], SRMR=.089.

Tabela 1. *Faktorska zasićenja dvofaktorskog modela CAQ upitnika*

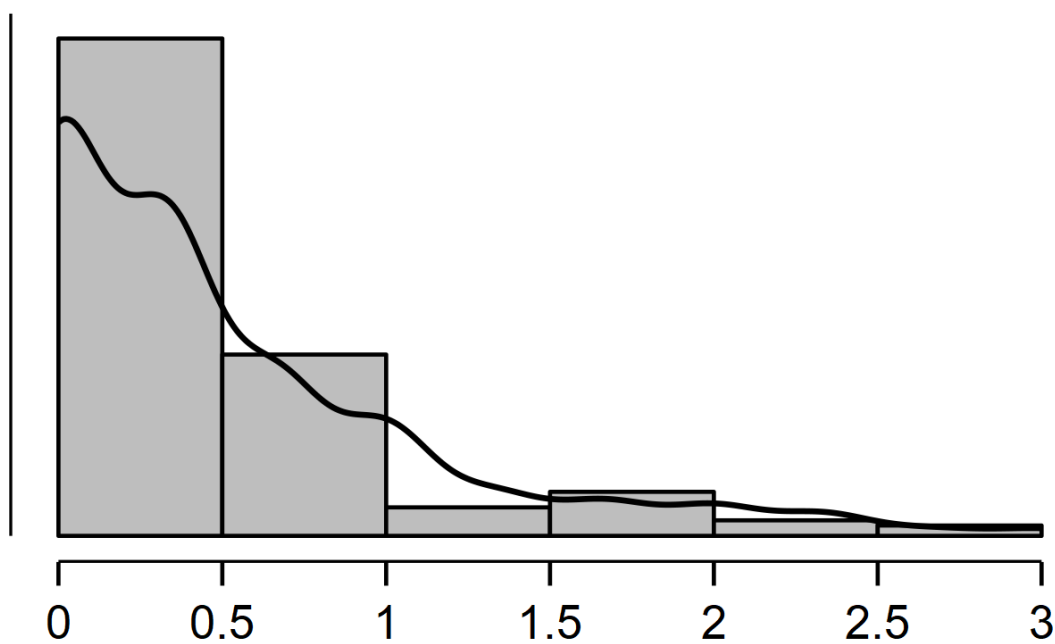
Ajtemi	Zasićenja (Λ)	
	Umjetnost	Nauka
9 Pozorište i film	.66	
5 Kreativno pisanje	.69	
6 Humor	.51	
2 Muzika	.68	
1 Vizuelne umjetnosti	.45	
3 Ples	.60	
7 Inovacije		.56
8 Naučna istraživanja		.50
10 Kulinarstvo		.62

U oba modela utvrđeno je prisustvo niskih internih konzistencija faktora (npr., $\alpha < .70$; Kline, 2000). Alfe za Umjetnost i Nauku u dvofaktorskom modelu su iznosile, redom: .76 i .55, dok su vrijednosti za Ekspresiju, Izvođenje i Nauku u trofaktorskom modelu bile, redom: .58, .71 i .55. Imajući u vidu da su interne konzistencije faktora očitije niske u trofaktorskom modelu, kao i da je dvofaktorski model ostvario marginalno bolji fit – ovom modelu je data prednost u nastavku analiza. Standardizovana faktorska zasićenja prikazana su u Tabeli 1.

Distribucije skorova dimenzija Umjetnosti i Nauke za kompletan uzorak prikazane su na Slikama 1 i 2.



Slika 1. Distribucija skorova CAQ dimenzije Umjetnost. $M=0.58$, $SD=0.81$, $Min=0.00$, $Max=7.33$, $Sk=3.28$, $Ku=18.23$.



Slika 2. Distribucija skorova CAQ dimenzije Nauka. $M=0.52$, $SD=0.63$, $Min=0.00$, $Max=3.00$, $Sk=1.64$, $Ku=2.53$.

Muškarci su ostvarili blago niže prosječne skorove od žena na obje dimenzije: 1) Umjetnost: $M_{\text{žene}}=0.66$ ($SD=0.87$), $M_{\text{muškarci}}=0.42$ ($SD=0.63$), $Z=-3.17$, $p=.002$, $BF_{10}=2.13$, $|r|=.22$, 2) Nauka: $M_{\text{žene}}=0.57$ ($SD=0.65$), $M_{\text{muškarci}}=0.41$ ($SD=0.57$), $Z=-2.60$, $p=.009$, $BF_{10}=1.13$, $|r|=.18$.

Latentna struktura BICB upitnika

Inicijalni set stavki nad kojim je započeta EFA obuhvatio je originalne 34 stavke BICB upitnika. Većina ajtema imala je vrlo niske frekvencije/varijabilitete, a ajtemi: 19 („Napisali tekst za TV seriju“), 28 („Napisali roman/pripovjetku“), 31 („Napravili kratak film“) i 33 („Napravili crtani film“) su čak pokazivali nulte frekvencije. Ilustracije radi, prosječan sumacioni skor za sve 34 stavke iznosio je svega 5.69 ($SD=3.64$), što je izrazito mnogo niže u odnosu na referentne vrijednosti iz drugih studija; npr. u odnosu na $M=8.96$ ($SD=4.56$) iz istraživanja Batey i Furnham (2008) ustanovljena je sljedeća razlika, visokog intenziteta: $t(299)=-15.56$, $p<.001$, $BF_{10}=1.120 \times 10^{37}$, $d=1.80$.

U slučaju pokušaja ekstrahovanja jednog latentnog faktora, skoro sve stavke su pokazivale nulta zasićenja, a PA i HULL postupci (Subotić, 2013) su sugerisali broj faktora u rasponu od 2 do 6. Stoga je EFA analiza vršena po principu isprobavanja svih faktorskih solucija u datom rasponu i eliminacije ajtema sa dosljedno niskim zasićenjima. Na ovaj način, etapno su isključeni ajtemi br. 5, 6, 10, 11, 13, 15, 16, 17, 20, 22, 23, 24, 27 i 34. Nakon njihove eliminacije, PA i HULL su počeli da sugerišu trofaktorsko rješenje kao najoptimalnije, zbog čega je zadržano kao referentni okvir. Nakon dodatne etapne eliminacije ajtema 10, 13, 15 i 22, zbog prisustva višestrukih netrivialnih zasićenja na po dva faktora, u finalnoj trofaktorskoj BICB soluciji zadržano je svega 10 od polazne 34 stavke. Ovo rješenje je prikazano u Tabeli 2 (za vrijednosti korelacija pogledati Tabelu 3). Tri faktora su objašnjavala ukupno 70.54% zajedničke varijanse zadržanih ajtema.

Tabela 2. *Faktorska matrica sklopa finalnog BICB trofaktorskog rješenja*

Br.	Stavke	F1	F2	F3
11	Bili mentor/trener za poboljšanje nekog učinka	.84		
5	Odabrani da budete vođa/lider drugima	.73		
16	Bili vođa/kapiten tima/grupe (npr. predsjedavajući u društvenoj debati, kapiten sportskog tima itd.)	.68		

20	Napravili svoj veb sajt	.90		
34	Komponovali muziku	.73		
17	Dizajnirali i proizveli nešto od tekstila (npr. napravili odjevni predmet ili proizvod za domaćinstvo)	.67		
27	Osmislili plesnu koreografiju	.60		
23	Prepoznali dijelove prihvaćene naučne teorije, koji ne objašnjavaju ono što bi trebalo	.86		
24	Smislili teoriju kako bi objasnili neki fenomen	.81		
6	Koristili predmet drugačije	.52		
	Cronbachova α	.51	.47	.45

Napomene: F1= mk Liderstvo, F2= mk Izvođenje, F3= mk (Naučna) inovativnost.

Kao što je već naglašeno, stavke koje su uključene u BICB se mahom dotiču aktivnosti koje potpadaju pod svakodnevnu, malu kreativnost (Batey, 2007), odnosno malo-k. Ovo je naročito izraženo kada je riječ o ajtemima koji su ostali u finalnoj faktorskoj soluciji, koji potencijalno zalaze i u niži, mini-k nivo. U skladu s tim, u nazive svih BICB faktora je ugrađen prefiks „mk“, sekundarno i zbog toga da bi se napravila jasnija diferencijacija u odnosu na nomenklaturno slične CAQ faktore.

Prvi BICB faktor obuhvata manifestacije koje se odnose na liderstvo i mentorstvo. Budući da vođenje grupe ljudi ili individualaca zahtijeva iznalaženja novih i kompleksnih ideja koji uključuju kreativno mišljenje i rješavanje problema na nov način (npr., Kaufman & Baer, 2005), faktor je imenovan kao „mkLiderstvo“. Ovaj naziv (engl. Leadership) je npr. korišten i kao dio faktora „interakcija“ ili „preduzetništvo“ u skraćenoj revidiranoj verziji Creative Domain Questionnaire – CDQ upitnika (Kaufman et al., 2009).

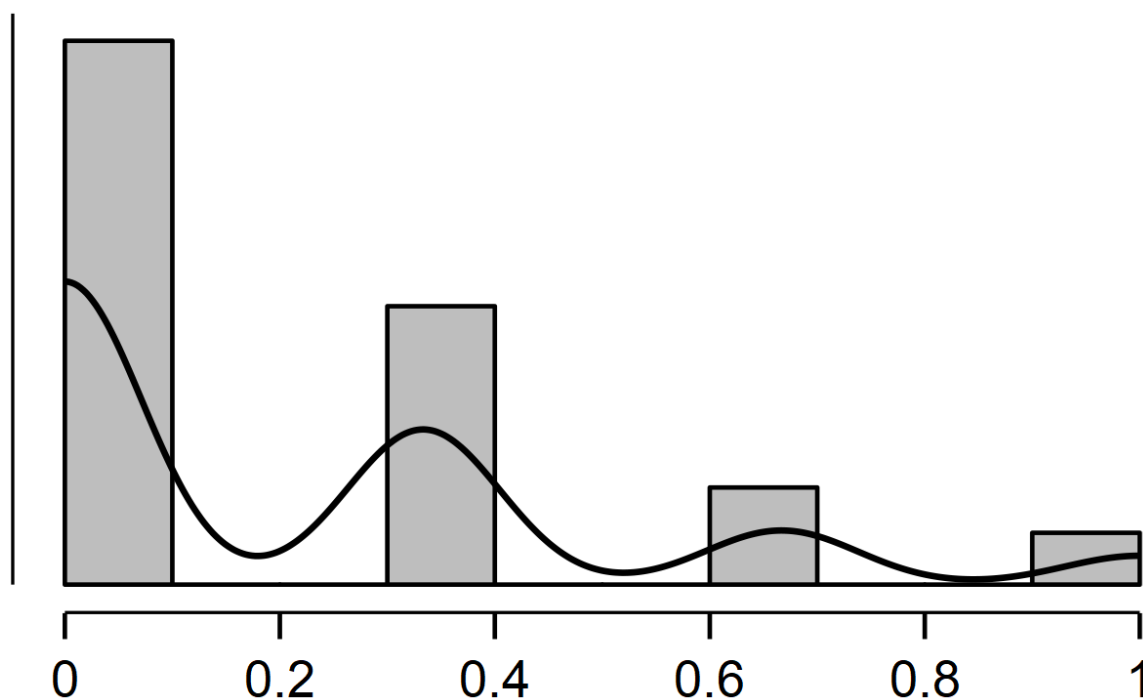
Za drugi BICB faktor odabran je naziv „mkIzvođenje“, takođe po uzoru na revidiranu skraćenu verziju CDQ upitnika, ali i u skladu sa Gardnerovim razmatranjima, po kojima se muzički i kintestetički domeni mogu svesti pod istu kategoriju (Kaufman, 2012, Silvia et al., 2012). Aktivnosti koje su se u ovom BICB faktoru svrstale zajedno sa muzikom i plesom tiču se kreiranja stvari od tekstila i svog veb sajta. Zajedničko svim ovim aktivnostima jeste sklonost ka skladnom dizajniranju i aranžiranju (uključujući i veb dizajn, s obzirom na to da ove aktivnosti danas uglavnom mogu biti izvršene u grafičkim okruženjima, koja ne iziskuju veliko tehničko znanje, već upravo sposobnosti skladnog aranžiranja elemenata).

Treći BICB faktor obuhvata manifestacije koje se odnose na inovativnost u naučnom i praktično-upotrebnom kontekstu. U skladu s ovim, faktor je imenovan kao „ m_K (Naučna) inovativnost“.

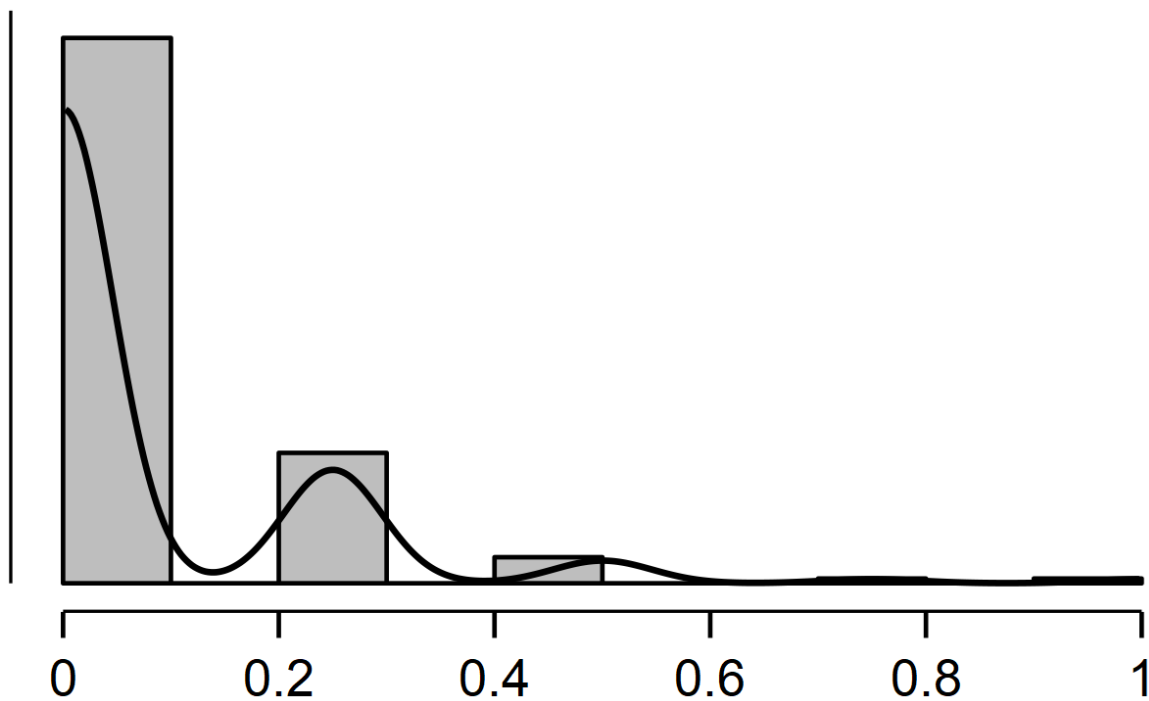
Najveći problem sa dobijenim BICB faktorima odnosi se na izrazito niske interne konzistencije. Iako je broj ajtema po faktoru mali, što samo po sebi ima efekt na umanjenje pouzdanosti, ovako niske vrijednosti ipak ukazuju na neprihvatljivo visoko prisustvo greške mjerenja. U skladu s tim, sve naredne analize koje uključuju BICB dimenzije treba uzeti sa velikom dozom opreza.

Jedina polna razlika zabilježena je za drugi faktor, na kojem su žene ostvarivale neznatno više skorove: 1) m_K Liderstvo: $M_{\text{žene}}=0.20$ ($SD=0.29$), $M_{\text{muškarci}}=0.24$ ($SD=0.29$), $Z=-1.18$, $p=.237$, $BF_{10}=0.27$, $|r|=.08$; 2) m_K Izvođenje: $M_{\text{žene}}=0.09$ ($SD=0.25$), $M_{\text{muškarci}}=0.05$ ($SD=0.15$), $Z=-2.47$, $p=.014$, $BF_{10}=5.11$, $|r|=.13$; 3) m_K (Naučna) inovativnost: $M_{\text{žene}}=0.21$ ($SD=0.28$), $M_{\text{muškarci}}=0.18$ ($SD=0.21$), $Z=-0.89$, $p=.371$, $BF_{10}=0.19$, $|r|=.06$.

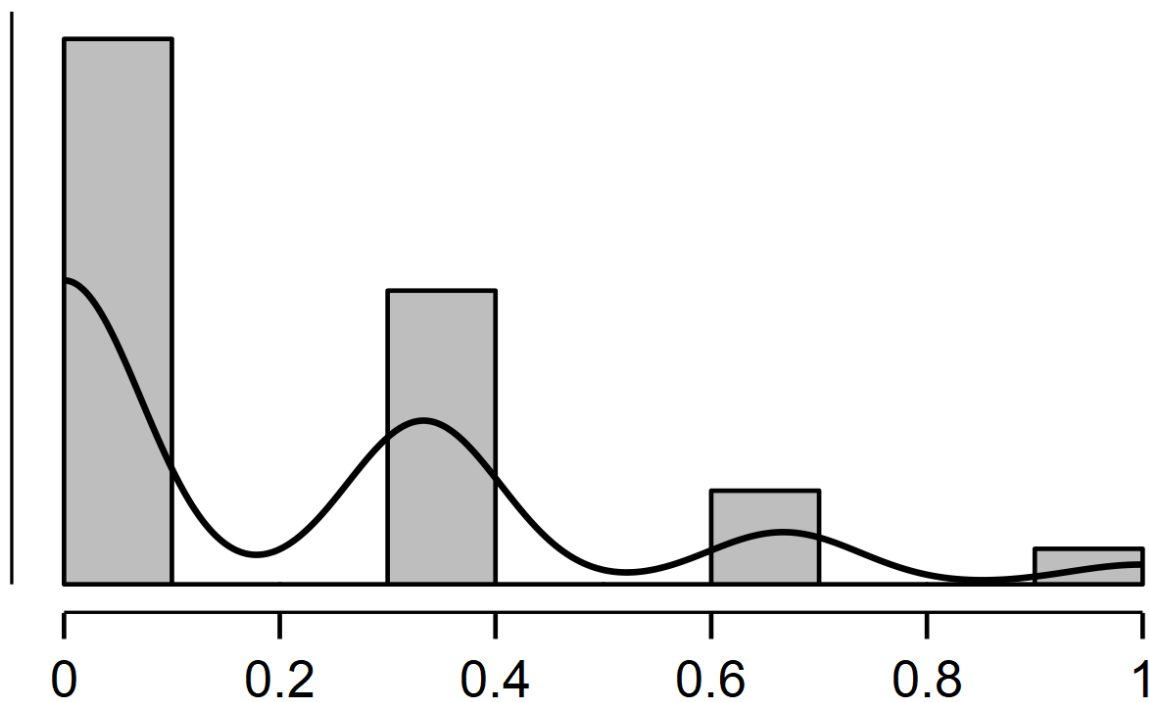
Distribucije skorova BICB faktora date su na Slikama 3-5.



Slika 3. Distribucija skorova BICB dimenzije m_K Liderstvo. $M=0.22$, $SD=0.29$, $Min=0.00$, $Max=1.00$, $Sk=1.25$, $Ku=0.73$.



Slika 4. Distribucija skorova BICB dimenzije m_K Izvođenje. $M=0.08$, $SD=0.16$, $Min=0.00$, $Max=1.00$, $Sk=2.68$, $Ku=9.09$.



Slika 5. Distribucija skorova BICB dimenzije m_K (Naučna) inovativnost. $M=0.20$, $SD=0.27$, $Min=0.00$, $Max=1.00$, $Sk=1.25$, $Ku=0.92$.

Povezanost CAQ i BICB dimenzija

Korelacije sumacionih skorova dva CAQ i tri BICB faktora date su u Tabeli 3.

Tabela 3. *Međusobne korelacije CAQ i BICB skorova*

Varijable		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	τ_b	—				
(1) CAQ Umjetnost	p	—				
	BF_{10}	—				
	τ_b	<u>.28</u> ^{***}	—			
(2) CAQ Nauka	p	<.001	—			
	BF_{10}	8.37 x 10 ⁹	—			
	τ_b	-.06	-.11	—		
(3) BICB _{mK} Liderstvo	p	.203	.022	—		
	BF_{10}	0.26	5.53	—		
	τ_b	-.10	.11	.05	—	
(4) BICB _{mK} Izvođenje	p	.034	.035	.340	—	
	BF_{10}	2.91	3.59	0.18	—	
	τ_b	.07	.02	.12 [*]	.09	—
(5) BICB _{mK} (Naučna) inovativnost	p	.135	.663	.017	.115	—
	BF_{10}	0.42	0.09	13.48	0.84	—

Napomene: * $BF_{10} > 10$, ** $BF_{10} > 30$, *** $BF_{10} > 100$; boldovane vrijednosti (**X**) označavaju tzv. statistički značajne efekte ($p < .05$) bez korekcije vjerovatnoća, a podvučene vrijednosti (X) označavaju značajne efekte nakon Bonferroni korekcije (korigovana granična vrijednost značajnosti: $p < .002$).

Dobijene korelacije su generalno veoma niske do niske, te osim već ranije konstatovane pozitivne korelacije između CAQ dimenzija Umjetnost i Nauka¹ i pozitivne povezanosti BICB dimenzija Liderstva i (Naučne) inovativnosti, za preostale korelacije nema dovoljno razloga da se o njima pouzdano zaključuje. Tačnije, Bayesov faktor ukazuje na postojanje ubjedljivih činjenica za postojanje korelacije faktora CAQ Umjetnost i CAQ Nauka i snažnih činjenica u prilog korelaciji dimenzija _{mK}Liderstvo i _{mK}(Naučna) inovativnost; za negativnu korelaciju CAQ Umjetnosti sa BICB_{mK}Izvođenje i pozitivnu korelaciju CAQ Nauka sa istom BICB dimenzijom

¹ Ova vrijednost korelacije je neznatno niža od vrijednosti prikazane uz propratni tekst Tabele 1 (.28 u odnosu na .31), zbog toga što je ovdje data τ_b korelacija, a prethodna vrijednost predstavlja r koeficijent.

(BICB_{mK}Izvođenje) postoje samo anegdotske potvrde. Kriterijum anegdotske potvrde za postojanje ispunjava i negativna korelacija dimenzije CAQ Nauka sa dimenzijom BICB_{mK}Liderstvo.

Poveznost kreativnih osobina ličnosti i kreativnog postignuća

Dobijene su niske pozitivne korelacije sumacionog skora svih kreativnih osobina ličnosti i CAQ dimenzija kreativnog postignuća (Tabela 4). Na osnovu vrijednosti Bayesovog faktora može se konstatovati da postoje ubjedljive činjenice u prilog postojanju korelacije CAQ Umjetnosti i sume kreativnih osobina ličnosti, ali samo anegdotske potvrde za postojanje korelacije CAQ Nauke i sume kreativnih osobina ličnosti. Pri tome se visine korelacija sume kreativnih osobina ličnosti nisu značajno razlikovale kod muškaraca i žena, niti za Umjetnost: $Z=-0.17$, $p=.865$, niti za Nauku: $Z=-0.90$, $p=.368$, iako postoji naznaka trenda snažnije korespondencije kreativnih osobina ličnosti i Nauke kod žena ($\tau_b(199)=.14$, $p=.012$, $BF_{10}=6.08$), nego kod muškaraca ($\tau_b(101)=.03$, $p=.733$, $BF_{10}=0.14$).

Korelacije BICB faktora sa kreativnim osobinama ličnosti bile su niske za prvu i treću dimenziju, uz vezu blizu nultoj u slučaju druge dimenzije (Tabela 4). Na osnovu vrijednosti Bayesovog faktora može se konstatovati da postoje vrlo snažne činjenice u prilog postojanju treće korelacije, ali samo anegdotske potvrde za postojanje druge korelacije, uz snažnu potvrdu izostanka druge korelacije. Visine korelacija sa sumom kreativnih osobina ličnosti se nisu značajno razlikovale kod muškaraca i žena za bilo koja od tri BICB faktora (redom): $Z=-0.41$, $p=.682$; $Z=0.56$, $p=.576$; $Z=0.75$, $p=.453$.

Tabela 4. *Korelacije CAQ i BICB dimenzija sa sumom kreativnih osobina ličnosti*

Variable		CAQ Umjetnost	CAQ Nauka	BICB _{mK} Liderstvo	BICB _{mK} Performans	BICB _{mK} (Naučna) inovativnost
Suma	τ_b	.16***	.10	.09	-.01	.14**
kreativnih	p	<.001	.024	.045	.868	.004
osobina	BF_{10}	235.74	2.29	1.51	0.08	35.60
ličnosti						

Napomene: * $BF_{10} > 10$, ** $BF_{10} > 30$, *** $BF_{10} > 100$; boldovane vrijednosti (X) označavaju tzv. statistički značajne efekte ($p < .05$) bez korekcije vjerovatnoća, a podvučene vrijednosti (X) označavaju značajne efekte nakon Bonferroni korekcije (korigovana granična vrijednost značajnosti: $p < .01$).

Korelacije pojedinačnih kreativnih osobina ličnosti iz ček-liste sa aspektima svakodnevnosti kreativnosti, tj. kreativnim postignućem (CAQ faktori) i ponašanjem (BICB faktori) date su u Tabeli 5.

Tabela 5. *Korelacije individualnih atributa kreativnih osobina sa CAQ i BICB faktorima*

Varijable		CAQ	CAQ	BICB	BICB	BICB
		Umjetnost	Nauka	m_K Liderstvo	m_K Izvođenje	m_K (Naučna) inovativnost
Sposoban/na	τ_b	.06	.07	.01	.09	.04
	p	.258	.198	.895	.108	.452
	BF ₁₀	0.22	0.34	0.08	1.18	0.13
Uobražen/a	τ_b	-.01	-.08	.07	.06	.04
	p	.905	.137	.226	.304	.478
	BF ₁₀	0.08	0.56	0.33	0.23	0.13
Pouzdan/a	τ_b	.12	.02	.06	.07	.12
	p	.018	.708	.315	.204	.037
	BF ₁₀	8.37	0.09	0.21	0.42	6.05
Iskren/a	τ_b	.06	.02	.06	.07	.07
	p	.273	.689	.283	.243	.187
	BF ₁₀	0.21	0.09	0.24	0.33	0.44
Inteligentan/na	τ_b	.18***	.11	.06	.03	.06
	p	<.001	.037	.265	.588	.260
	BF ₁₀	3675.70	3.93	0.26	0.10	0.27
Inovativan/na	τ_b	.21***	.04	.03	-.03	.14**
	p	<.001	.429	.539	.557	.012
	BF ₁₀	128707.75	0.13	0.11	0.11	44.96
Originalan/na	τ_b	.18***	.22***	.01	.09	.15***
	p	<.001	<.001	.845	.096	.007
	BF ₁₀	3675.72	942404.09	0.08	1.45	120.81
Odan/na	τ_b	.10	.03	.02	.07	.04
	p	.057	.529	.750	.201	.436
	BF ₁₀	1.60	0.11	0.08	0.43	0.14
Snalažljiv/a	τ_b	.11	.05	.08	.04	.13*
	p	.028	.376	.139	.541	.023

	BF ₁₀	4.33	0.15	0.68	0.11	13.68
Pametna/na	τ_b	.11	.07	.13*	.05	.08
	p	.026	.32	.021	.350	.132
	BF ₁₀	5.04	0.21	15.76	0.19	0.75
Opušten/a	τ_b	.05	-.07	.06	.03	-.03
	p	.353	.189	.254	.620	.619
	BF ₁₀	0.16	0.36	0.28	0.10	0.10
Učtiv/a	τ_b	.22***	.15**	-.03	.13*	.08
	p	<.001	.005	.598	.019	.127
	BF ₁₀	723645.16	82.69	0.10	27.90	0.80
Samopouzdan/a	τ_b	.05	.02	.17***	-.09	.09
	p	.324	.679	.003	.103	.103
	BF ₁₀	0.17	0.09	647.62	1.29	1.12
Obazriv/a	τ_b	.19***	.12	-.08	.15***	.08
	p	<.001	.021	.134	.006	.143
	BF ₁₀	6449.95	9.32	0.72	206.70	0.67
Egoističan/na	τ_b	.10	.03	.05	.01	.07
	p	.042	.545	.347	.862	.188
	BF ₁₀	2.42	0.11	0.18	0.08	0.44
Nezadovoljan/na	τ_b	-.09	.03	.02	.002	.02
	p	.070	.585	.738	.973	.788
	BF ₁₀	1.21	0.10	0.08	0.08	0.08
Individualac	τ_b	.15***	.10	-.01	.09	.11
	p	.003	.046	.858	.115	.042
	BF ₁₀	130.71	2.74	0.08	1.07	4.92
Običan/na	τ_b	-.002	-.01	-.02	.07	-.02
	p	.972	.827	.765	.228	.676
	BF ₁₀	0.08	0.08	0.08	0.36	0.09
Standardan/na	τ_b	-.05	-.12*	.03	-.02	-.06
	p	.370	.020	.566	.686	.308
	BF ₁₀	0.15	10.15	0.11	0.09	0.22
Poslušan/na	τ_b	.01	-.09	-.03	.03	-.05
	p	.817	.086	.640	.649	.394
	BF ₁₀	0.08	1.09	0.09	0.09	0.16

Privlačan/na	τ_b	.02	.09	.03	.02	.09
	p	.689	.072	.574	.782	.093
	BF_{10}	0.09	1.42	0.10	0.08	1.32
Neograničen/a	τ_b	.09	-.01	.05	-.06	.11
	p	.071	.927	.324	.307	.055
	BF_{10}	1.18	0.08	0.20	0.23	3.15
Sumnjičav/a	τ_b	.14**	.11	.02	.05	-.03
	P	.006	.030	.695	.394	.562
	BF_{10}	39.66	5.30	0.09	0.16	0.11
Nekonvencionalan/na	τ_b	.04	.09	.02	.13*	-.04
	P	.415	.099	.708	.025	.454
	BF_{10}	0.13	0.89	0.09	15.89	0.13
Zamišljen/a	τ_b	.09	.06	-.01	.14**	-.01
	P	.078	.265	.837	.017	.813
	BF_{10}	1.04	0.23	0.08	33.56	0.08
Umišljen/a	τ_b	.03	-.05	.02	.02	-.03
	P	.620	.372	.675	.734	.617
	BF_{10}	0.09	0.16	0.09	0.09	0.10
Pronicljiv/a	τ_b	.11	.07	-.06	.04	.06
	P	.027	.192	.265	.510	.311
	BF_{10}	4.60	0.35	0.26	0.12	0.21

Napomene: * $BF_{10} > 10$, ** $BF_{10} > 30$, *** $BF_{10} > 100$; boldovane vrijednosti (X) označavaju tzv. statistički značajne efekte ($p < .05$) bez korekcije vjerovatnoća, a podvučene vrijednosti (X) označavaju značajne efekte nakon Bonferroni korekcije (korigovana granična vrijednost značajnosti: $p < .00037$). Zbog niskih varijansi, nije bilo moguće izračunati korelacije sa atributima/osobinama: uskogrudan/na, konzervativan/na i duhovit/a.

Na osnovu vrijednosti Bayesovog faktora, moguće je konstatovati da postoje uvjerljive činjenice za postojanje korelacija svih dimenzija (CAQ i BICB) sa jednom ili više kreativnih osobina: inteligentan, inovativan, originalan, učtiv, obazriv, samopouzdan i individualac, s tim da ih je najveći broj povezano sa CAQ Umjetnost.

Vrlo snažne činjenice u prilog postojanju korelacija odnose se i na kreativne osobine sumnjičav i zamišljen, takođe sa CAQ Umjetnost, te BICB_{mK}Izvođenje. Nadalje, snažne činjenice idu u prilog postojanju korelacija CAQ Nauka i BICB_{mK}Izvođenje sa atributima: standardan, snalažljiv, učtiv i nekonvencionalan.

Na kraju, prisutne su anegdotske potvrde za postojanje korelacije sumnjičav, neograničen, individualac, obazriv, snalažljiv, pametan, inteligentan, pouzdan - za sve dimenzije osim za prvi i drugi BICB faktor (m_K Liderstvo, m_K Izvođenje).

Diskusija

Ovaj rad se fokusirao na ispitivanje načelno dobro ustanovljenih (npr., Feist, 1998; Gough, 1979; Qian et al., 2019) relacija između osobina ličnosti, kao dispozicionog potencijala za kreativno stvaralaštvo, sa manifestacijama kreativnosti iz intervala tzv. svakodnevne kreativnosti, posmatrane kroz kreativna ponašanja i kreativna postignuća. Međutim, niti ove relacije, niti tipično korišteni instrumenti za mjerenje kreativnosti, nisu (do sada) adekvatno testirani na kulturno-geografskom području Republike Srpske i BiH, a kulturno specifična ispitivanja i kulturološki prikladne mjere su nužan preduslov za dobijanje preciznih nalaza, s obzirom na vrlo sistematičan uticaj koji kultura ima na manifestacije kreativnosti (Shao et al., 2019). U skladu s tim, prije provjere hipoteza istraživanja, izvršena je validacija mjera samoprocijenjenog kreativnog postignuća – CAQ (Carson et al., 2005) i kreativnog ponašanja – BICB (Batey, 2007).

Za CAQ upitnik je ustanovljeno da i dvofaktorski i trofaktorski model ostvaruju adekvatan fit, ali je u oba slučaja bila prisutna pojačana količina greške mjerenja, tj. interne konzistencije dimenzija nisu bile visoke, što je bilo naglašenije izraženo u trofaktorskom modelu i u domenenu koji se odnosi na naučno postignuće. Shodno tome, prednost u analizama je data dvofaktorskom CAQ modelu, koji podrazumijeva dimenzije Umjetnost i Nauka. I jedna i druga dimenzija su ispoljile naglašenu pozitivnu asimetriju skorova, tj. ispitanici su uglavnom izvještavali o vrlo niskim nivoima kreativnih postignuća, što je donekle razumljivo, s obzirom na fokus istraživanja na svakodnevnu kreativnost i odabir uzorka shodno tome, ali čak i u komparaciji sa drugim sličnim uzorcima (npr. studentski poduzorak iz referentne studije: Carson et al., 2005), nivo postignuća se može okarakterisati kao vrlo nizak. Za BICB upitnik, čija latentna struktura nije dobro ustanovljena ni u drugim istraživanjima, nije bilo moguće identifikovati dobro definisane latentne faktore, a često korištena (ali ne i empirijski utemeljeno opravdana) jednofaktorska struktura (npr., Batey, 2007; Batey & Furnham, 2008) nije bila uopšte podržana podacima. Tek nakon ekstenzivne redukcije ajtema, uglavnom zbog trivijalno niskih faktorskih zasićenja, koja je podrazumijevala zadržavanje svega 10 od početne 34 stavke,

dobijeno je uslovno prihvatljivo trofaktorsko BICB rješenje, sa faktorima: Liderstvo, Izvođenje i (Naučna) inovativnost, čije manifestacije su dominantno unutar malo-k, na prelazu u mini-k nivo kreativnosti (Kaufman & Beghetto, 2009). Ostvarena prosječna postignuća na ovim dimenzijama su takođe vrlo niska. Slično kao i u slučaju CAQ upitnika, samo izraženo u još većoj mjeri, interne konzistentnosti BICB faktora su bile niske, na nivou neprihvatljivih. Odnosno, dok se svojstva CAQ upitnika na ovom uzorku mogu okarakterisati kao uslovno prihvatljiva, BICB se može okarakterisati kao potpuno neadekvatan. Tačnije, nije neopravdano okarakterisati BICB kao loš instrument na ispitivanoj populaciji, te iskazati skepsu u pogledu njegove moguće ponovne upotrebe.

Između CAQ i BICB dimenzija, kao i u pogledu BICB faktora između sebe, praktično da nije bilo izraženijih korelacija. Ovo je kontra polaznom očekivanju, s obzirom da je, na osnovu ranijih nalaza (npr., McKibben & Silvia, 2017), bilo opravdano pretpostaviti nižu umjerenu pozitivnu korelaciju između CAQ i BICB skorova (H1.1) Na prvi pogled, ovo bi se moglo tumačiti kao argument u prilog domen specifičnosti kreativnosti. Međutim, s obzirom na niske prosječne skorove i interne konzistencije instrumenata, kao i na ekstenzivnu sadržinsku (ajtemsku) redukciju BICB upitnika, ovakvi nalazi se prije mogu pripisati niskom varijabilitetu mjerenih fenomena i lošim svojstvima mjernih instrumenata na datom uzorku. Zbog ovog je teško protumačiti i ozbiljnije uzeti u obzir naočigled vrlo kontraintuitivan nalaz u pogledu BICB faktora Izvođenje, koji uključuje različite performanse – najčešće umjetničke, koji je u niskoj, ali negativnoj vezi sa CAQ Umjetnost faktorom. Prema tom nalazu, što je neka osoba imala više skorova za neke umjetničke performans aktivnosti, to bi značilo da se niže kotira na postignućima za umjetnost. Pored zapažanja o pojačanoj grešci mjerenja, treba naglasiti i da vrijednost Bayesovog faktora govori samo o anegdotskoj potvrdi za ovu korelaciju (Wetzels & Wagenmakers, 2012). Slična opaska se može uputiti i u pogledu veze faktora CAQ Nauka sa BICB Liderstvom, koji su u niskom inverznom odnosu. Eventualno, ovaj nalaz se može smjestiti u interpretativni okvir po kojem je liderstvo sastavni dio faktora preduzetništvo u (takođe relativno etabliranom) CDQ upitniku (Kaufman et al., 2009), a preduzetništvo se često veže uz neizvjesnost, kompetitivnost i rizike (npr., Acs & Amorós, 2008). U tom smislu bi se mogao slijediti određeni rezon po kojem se nauka posmatra kao nešto egzaktno, kolaborativno, a ne kompetitivno, tj. kao nešto što nije procijenjenom tj. doživljeno od strane ispitanika kao oblast u kojoj ima mjesta za preduzetništvo i povezane rizike. Međutim, s obzirom na ustanovljenu

nepouzdanost korištenih mjera, ovakve interpretacije i potencijalne implikacije koje iz njih proizlaze, ostaju na nivou špekulacije.

Kada je riječ o primarnoj hipotezi istraživanja (H1), koja se tiče očekivanih nižih umjerenih pozitivnih korelacija (Batey & Furnham, 2008; Carson et al., 2005) skora Skale kreativne ličnosti – CPS (Gough, 1979) sa CAQ i BICB skorovima (dimenzija svakodnevnosti), ona je uglavnom potvrđena, ali uz opasku da su dobijene korelacije znatno niže od navoda iz referentnih Zapadnih studija i da se nalaze oko granice vrlo niskih intenziteta efekata. Značajna veza nije dobijena sa BICB faktorom Performans, anegdotski su potvrđene pozitivne korelacije zabilježene sa CAQ faktorom Nauka i BICB faktorom Performans, dok su najrobusnije (ali i dalje u rasponu veličine efekta koji ne prelazi .16) potvrđene veze skora kreativne ličnosti sa CAQ faktorom umjetnosti i BICB faktorom (Naučne) inovativnosti. Odnosno, postoje određene naznake da su karakteristike kreativne ličnosti u niskim pozitivnim vezama sa naukom i na nivou (svakodnevnih) ponašanja i na nivou postignuća, dok je na planu umjetnosti veza prisutna samo u pogledu postignuća, ali ne i ponašanja. Nije moguće egzaktno utvrditi u kojoj mjeri je ovo artefakt loših metrijskih svojstava instrumenata i ukupne niske varijabilnosti i stepena izraženosti mjerenih fenomena. Na planu pojedinačnih osobina sa CPS ček-liste, takođe govorimo samo o niskim vezama sa mjerama (svakodnevnosti) kreativnosti, ali najstabilnije povezanosti se mogu konstatovati sa osobinama originalnosti, samopouzdanosti, obazrivosti, te nešto manje sa zamišljenosti, nekonvencionalnosti i snalažljivost. Uz izuzetak osobine obazrivosti, ovi rezultati načelno jesu u skladu sa prethodnim istraživanjima (Silvia et al., 2009), uz mogućnost da se obazrivost možda posmatra kao opreznost ili odmjerjenost. Csikszentmihaly (1996) presjekom osobina kreativnih osoba pokazuje da se i takve i slične osobine mogu naći u istom sistemu funkcionisanja kreativne osobe. Naime, riječ je o ideji da su kreativne osobe, u stvari, spoj naizgled suprotnih osobina, koje u konačnici čine balans unutar same osobe, koji onda indukuje određeni sklad, naizgled haotičan, koji predstavlja plodno tlo za stvaranje (Csikszentmihaly, 1996).

Uz opasku da je riječ o nižim veličinama dobijenih efekata, rezultati za osobine snalažljivosti, pouzdanosti, originalnosti i inovativnosti su generalno slični kao i u prethodnim istraživanjima (Carson et al., 2005; Dollinger et al., 2004; Kaufman & Sternberg, 2010). Slično nalazima i razmatranjima iz drugih istraživanja (Feist, 1998; Sapranaviciute, Perminas, Liuda, 2010), dobijene su neke poveznice svakodnevnih umjetničkih kreativnih ispoljavanja sa

osobinama koje ukazuju na odbacivanje normi i pravila (individualnost, sumnjičavost), ali veću snalažljivosti i pronicljivosti. U cjelini govoreći, korelacije kreativnih osobina su izraženije, i brojem i intenzitetom, u odnosu na umjetničku nego na naučnu kreativnost.

Posljednja hipoteza (H2) se odnosila na pitanje polnih razlika u kreativnom postignuću i ponašanju, uz implicitno očekivanje da će muškarci imati više skorove u domenima koji se odnose na nauku, a žene u domenima koji se odnose na umjetnost (i domene stvaralaštva/hobija koji uključuju svakodnevne predmete i društvenih aktivnosti; Kaufman, 2006; Kaufman & Baer, 2004; Kaufman et al., 2009; Ljubotina et al., 2015). Hipoteza nije potvrđena. Kod kreativnih postignuća, muškarci su ostvarili blago niže prosječne skorove na oba faktora – Umjetnost i Nauka, pri čemu je to za očekivati za domen umjetnosti (Kaufman, 2006; Kaufman & Baer, 2004; Kaufman et al., 2009; Hughes, Furnham, & Batey, 2012; Ljubotina et al., 2015), ali ne i za domen nauke. Ovaj ishod može da bude rezultat stvarno više uspješnosti žena u naučnim oblastima, ali se može javiti i kao artefakt polne nebalansiranosti uzorka, budući da je nesrazmjerno više žena učestvovalo u istraživanju. Konzistentno nalazu o višim skorovima žena na CAQ dimenziji umjetnosti, efekt istog smjera je opažen na BICB faktoru Izvođenje, koji uključuje performanse, najčešće u umjetnosti. Ipak, treba naglasiti da su svi ovi efekti niskog intenziteta i na nivou anegdotsko-substantivnih potvrda, tj. ne prelaze vrijednosti Bayesovog faktora od 10, koje se mogu posmatrati kao snažnije potvrde u prilog postojanju efekta (Wetzels & Wagenmakers, 2012). Nije utvrđena ni polna razlika u intenzitetima korelacija kreativnih osobina ličnosti s jedne strane i dimenzija svakodnevne kreativnosti s druge strane, te postoji samo naznaka anegdotskog trenda nešto snažnije korespondencije osobina ličnosti i postignuća iz domena nauke kod žena nego kod muškaraca.

Zaključak i ograničenja istraživanja

Okosnicu ovog rada je činilo ispitivanje povezanosti tzv. kreativnih osobina ličnosti sa dimenzijama svakodnevnih kreativnih ponašanja i postignuća. U skladu sa polaznim očekivanjima, ustanovljen je veći broj značajnih korelacija između ukupnog skora kreativne ličnosti i pojedinačnih kreativnih osobina/atributa sa mjerama svakodnevne kreativnosti. Međutim, korelacije su bile osjetno slabije, i kvantitetom i intenzitetom, u odnosu na referentna inostrana istraživanja, a prosječni skorovi kreativnih ponašanja i postignuća su bili dosta niži. Nisu potvrđene očekivane polne razlike u smjeru većih skorova muškaraca u naučnim, a žena u umjetničkim domenima, pošto su žene ostvarile marginalno veće skorove na obje grupe varijabli.

Međutim, svi nalazi trebaju biti uzeti s velikom dozom rezerve, ponajviše zbog samih mjernih instrumenata, koji su se generalno pokazali loše na uzorku istraživanja, posebno kada je riječ o mjeri kreativnog ponašanja. Nije moguće odbaciti ni tezu o neprimjerenosti instrumenata kulturno-geografskom području Republike Srpske/BiH, ali ni neadekvatnost ili nemotivisanost ispitanika iz uzoka. Za kreativnost su potrebni motiv i odluka da se djeluje i da se savladaju prepreke, spoljašnje i unutrašnje (Sternberg, 2006). Prepreke mogu biti i proizvod kulturoloških faktora, vjerovanja i uticaja o tom koliko je intelektualno/fizičko stvaranje važno kako za samu individuu i društvo. Moguće je da aspekti stvaralaštva koji se mjere korištenim instrumentarijem prenatraglašenom odražavaju vrijednosti Zapadnog društva i ne obuhvataju domene koji su bliži našem mentalitetu i sociokulturalnom kontekstu. Istovremeno, moguće je i da su naši studenti (ili bar studenti iz uzorkom obuhvaćenih užih disciplina) pojačano nezainteresovani za kreativna stvaranja ili da nisu najpreciznije ni upućeni u sve mogućnosti stvaranja koje pružaju različite oblasti kreativnog ispoljavanja (npr. nauka). Postojeće potrebe savremenog svijeta za kreativnim pojednicima ne znače da svako mora postati kreativan stručnjak ili ostvariti vrhunski napredak, ali je poželjno tražiti od svakog da pruži svoj doprinos u skladu sa svojim kapacitetima (Maksić, 2006a, 2006b). Otvoreno je pitanje u kojoj mjeri naše društvo uopšte njeguje i prepoznaje važnost „malih“ (ali i drugih) nivoa i domena kreativnog stvaralaštva i eksplicitan prijedlog za buduća istraživanja se kreće u smjeru ispitivanja vrijednosnih stavova našeg društva/kulture u vezi sa stvaralaštvom i njegovim domenima koji se kod nas najviše cijene. Ovo bi moglo informisati i kriterijume i indikatore za izradu i/ili adaptaciju kulturološki nama prikladni(ji)h mjera kreativnih ponašanja i postignuća, što se čini neophodnim sljedećim istraživačkim korakom.

Ovo istraživanje treba tretirati kao preliminarni, za naše prostore donekle pionirski, ali svejedno konceptualno uzak poduhvat. Kreativne osobine ličnosti su posmatrane samo iz ugla Goughove Skale kreativne ličnosti (Gough, 1979), dok nije uzet u obzir doprinos otvorenosti ka iskustvu i drugih dimenzija iz modela Velikih 5, na kojem se bazira veliki procenat recentnih istraživanja stvaralaštva. Dalje, Sternberg (2006) rezimira da je za kreativnost potrebno šest različitih, ali povezanih komponenti. Ovdje je u obzir uzeta samo jedna komponenta – ličnost, dok preostale komponente, koje se tiču: intelektualnih sposobnosti, znanja, stila mišljenja, motivacije i okruženja, nisu uzete u obzir. Takođe, istraživanje se fokusiralo na svakodnevne aspekte kreativnosti, ali bez teorijske elaboracije ili empirijski ustanovljene definicije toga šta bi

uopšte bila prikladna granica svakodnevnih, u odnosu na „više“ nivoe kreativnih ponašanja i postignuća u našoj kulturi, posebno ako se uvaži da, premda donekle korisna, ovakva podjela na „male“ i „velike“ kreativnosti predstavlja simplifikaciju realnosti, pošto je prelaz između ovih nivoa ipak gradiiran i vjerovatno je prije kontinualan nego kategorijalan (Runco, 2014).

Reference

- Acs, Z. J., & Amorós, J. E. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305-322.
- Amabile, T. M. (1996). Creativity and innovation in organizations. *Harvard Business School Background Note*, 396-239. Available from <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=13672>
- Amabile, T. M. (2012). Componential theory of creativity. *Harvard Business School*, 12(96), 1-10.
- Baer, J. (1991). Generality of creativity across performance domains. *Creativity Research Journal*, 4, 23-39.
- Baer, J. (2010). Is creativity domain specific? In J. C. Kaufman & R. J. Sternberg (Eds.), *The Cambridge handbook of creativity* (pp. 321-341). New York, NY, US: Cambridge University Press.
- Baer, M., & Oldham, G. R. (2006). The curvilinear relation between experienced creative time pressure and creativity: Moderating effects of openness to experience and support for creativity. *Journal of Applied Psychology*, 91(4), 963-970.
- Barbot, B. (2018). Creativity and self- esteem in adolescence: A study of their domain- specific, multivariate relationships. *The Journal of Creative Behavior*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1002/jocb.365>
- Barron, F., & Harrington, D. M. (1981). Creativity, intelligence, and personality. *Annual Review of Psychology*, 32(1), 439-476.
- Batey, M. (2007). *A psychometric investigation of everyday creativity*. Unpublished Doctoral Thesis. London: University College.
- Batey, M., & Furnham, A. (2006). Creativity, intelligence, and personality: A critical review of the scattered literature. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 132(4), 355-429.

- Batey, M., & Furnham, A. (2008). The relationship between measures of creativity and schizotypy. *Personality and Individual Differences*, 45, 816-821.
- Batey, M., Furnham, A., & Safiullina, X. (2010). Intelligence, general knowledge and personality as predictors of creativity. *Learning and Individual Differences*, 20(5), 532-535.
- Benedek, M., Jauk, E., Sommer, M., Arendasy, M., & Neubauer, A. C. (2014). Intelligence, creativity, and cognitive control: The common and differential involvement of executive functions in intelligence and creativity. *Intelligence*, 46, 73-83.
- Carson, S. H., Peterson, J. B., & Higgins, D. M. (2005). Reliability, validity, and factor structure of the creative achievement questionnaire. *Creativity Research Journal*, 17(1), 37-50.
- Conner, T. S., & Silvia, P. J. (2015). Creative days: A daily diary study of emotion, personality, and everyday creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 9(4), 463-470.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: The work and lives of 91 eminent people*. New York, NY: HarperCollins Publishers.
- Dollinger, S. J., Urban, K. K., & James, T. A. (2004). Creativity and openness: Further validation of two creative product measures. *Creativity Research Journal*, 16(1), 35-47.
- Eagly, A. H. (2013). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation* [eBook]. New York, NY: Psychology Press.
- Feist, G. J. (1998). A meta-analysis of personality in scientific and artistic creativity. *Personality and Social Psychology Review*, 2(4), 290-309.
- Feist, G. J. (2010). The function of personality in creativity – the nature and nurture of the creative personality. In J. C. Kaufman & R. J. Sternberg (Eds.), *The Cambridge handbook of creativity* (pp. 113-130). New York, NY: Cambridge University Press.
- Frane, A. V. (2015). Are per-family type I error rates relevant in social and behavioral science? *Journal of Modern Applied Statistical Methods*, 14(1), Article 5.
- Gough, H. G. (1979). A creative personality scale for the adjective check list. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(8), 1398-1405.
- Gruszka, A., & Tang, M. (2017). The 4P's creativity model and its application in different fields. In M. Tang & C. H. Werner (Eds.), *Handbook of the management of creativity and*

- innovation: Theory and practice* (pp. 51-71). Toh Tuck Link, SG: World Scientific Publishing.
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60. Retrieved from <http://goo.gl/NfO8SD>
- Hughes, D. J., Furnham, A., & Batey, M. (2012). The structure and personality predictors of self-rated creativity. *Thinking Skills and Creativity*, 9, 76-84.
- Ivošević, A. (2013). *Creative techniques in class teaching*. (Unpublished doctoral dissertation). University of Osijek, Osijek, Croatia.
- JASP Team (2018). JASP (Version 0.9)[Computer software]. Retrieved from <https://jasp-stats.org/>
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The Big-Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. In L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (Vol. 2, pp. 102-138). New York, NY: Guilford Press.
- Julmi, C., & Scherm, E. (2016). *Measuring the domain-specificity of creativity*. Discussion Paper No. 502. Hagen, DE: FernUniversität.
- Kaufman, J. C. (2006). Self-reported differences in creativity by ethnicity and gender. *Applied Cognitive Psychology*, 20(8), 1065-1082.
- Kaufman, J. C. (2012). Counting the muses: Development of the Kaufman domains of creativity scale (K-DOCS). *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 6(4), 298-308.
- Kaufman, J. C., & Baer, J. (2004). Sure, I'm creative—but not in mathematics!: Self-reported creativity in diverse domains.. *Empirical studies of the Arts*, 22(2), 143-155.
- Kaufman, J. C., & Baer, J. (Eds.). (2005). *Creativity across domains: Faces of the muse*. Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Kaufman, J. C., & Beghetto, R. A. (2009). Beyond big and little: The four c model of creativity. *Review of General Psychology*, 13(1), 1-12.
- Kaufman, J. C., & Sternberg, R. J. (Eds.). (2010). *The Cambridge handbook of creativity*. New York, NY, US: Cambridge University Press.
- Kaufman, J. C., Cole, J. C., & Baer, J. (2009). The construct of creativity: Structural model for self-reported creativity ratings. *The Journal of Creative Behavior*, 43(2), 119-134.

- Kaufman, J. C., Waterstreet, M. A., Ailabouni, H. S., Whitcomb, H. J., Roe, A. K., & Riggs, M. (2009). Personality and self-perceptions of creativity across domains. *Imagination, Cognition and Personality*, 29(3), 193-209.
- Kaufman, S. B., & Kaufman, J. C. (2007). Ten years to expertise, many more to greatness: An investigation of modern writers. *The Journal of Creative Behavior*, 41(2), 114-124.
- Kim, K. H., Cramond, B., & VanTassel-Baska, J. (2010). The relationship between creativity and intelligence. In J. C. Kaufman & R. J. Sternberg (Eds.), *The Cambridge handbook of creativity* (pp. 395-412). New York, NY: Cambridge University Press.
- King, L. A., Walker, L. M., & Broyles, S. J. (1996). Creativity and the five-factor model. *Journal of Research in Personality*, 30(2), 189-203.
- Kline, P. (2000). *Handbook of psychological testing* (2nd ed.). London, UK: Routledge.
- Li, W., Li, X., Huang, L., Kong, X., Yang, W., Wei, D., ... & Liu, J. (2014). Brain structure links trait creativity to openness to experience. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 10(2), 191-198.
- Lorenzo-Seva, U., & Ferrando, P. J. (2013). Factor 9.2: A comprehensive program for fitting exploratory and semiconfirmatory factor analysis and IRT models. *Applied Psychological Measurement*, 37(6), 497-498.
- Lubart, T., & Guignard, J.-H. (2004). The Generality-Specificity of Creativity: A Multivariate Approach. In R. J. Sternberg, E. L. Grigorenko, & J. L. Singer (Eds.), *Creativity: From potential to realization* (pp. 43-56). Washington, DC, US: American Psychological Association.
- Ljubotina, D., Juničić, N., & Vlahović Štetić, V. (2015). Struktura i prediktori samoprocjene kreativnosti kod srednjoškolaca. *Psihologijske teme*, 24(3), 369-399.
- Maksić, S. (2006a). Darovitost, talenti i kreativnost: od mjerenja do implicitnih teorija. U N. Milićević, I. Ristić, V. Nešić, & S. Vidanović (Ur.), *O kreativnosti i umetnosti – savremena psihološka istraživanja, Tematski zbornik radova* (str. 11-27). Niš, RS: Izdavački centar Filozofskog fakulteta u Nišu.
- Maksić, S. (2006b). *Podsticanje kreativnosti u školi*. Beograd, RS: IPI.
- McCrae, R. R. (1987). Creativity, divergent thinking, and openness to experience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(6), 1258-1265.

- McCrae, R. R. (1987). Creativity, divergent thinking, and openness to experience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(6), 1258-1265.
- McKibben, W. B., & Silvia, P. J. (2017). Evaluating the distorting effects of inattentive responding and social desirability on self-report scales in creativity and the arts. *The Journal of Creative Behavior*, 51(1), 57-69.
- Mumford, M. D., & Gustafson, S. B. (1988). Creativity syndrome: Integration, application, and innovation. *Psychological Bulletin*, 103(1), 27-43.
- Nusbaum, E. C., & Silvia, P. J. (2011). Are intelligence and creativity really so different?: Fluid intelligence, executive processes, and strategy use in divergent thinking. *Intelligence*, 39(1), 36-45.
- Piffer, D., & Hur, Y. M. (2014). Heritability of creative achievement. *Creativity Research Journal*, 26(2), 151-157.
- Plucker, J. A. (1998). Beware of simple conclusions: The case for content generality of creativity. *Creativity Research Journal*, 11(2), 179-182.
- Plucker, J. A., & Makel, M. C. (2010). Assessment of creativity. In J. C. Kaufman & R. J. Sternberg (Eds.), *The Cambridge handbook of creativity* (pp. 48-73). New York, NY: Cambridge University Press.
- Qian, M., Plucker, J. A., & Yang, X. (2019). Is creativity domain specific or domain general? Evidence from multilevel explanatory item response theory models. *Thinking Skills and Creativity*, 33, 100571.
- R Core Team (2013). R: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. Retrieved from <http://www.R-project.org/>
- Rhodes, M. (1961). An analysis of creativity. *The Phi Delta Kappan*, 42(7), 305-310.
- Richards, R. (2007a). Everyday creativity and the arts. *World Futures*, 63(7), 500-525.
- Richards, R. (2007b). Everyday creativity: Our hidden potential. In R. Richards (Ed.), *Everyday creativity and new views of human nature: Psychological, social, and spiritual perspectives* (pp. 25-53). Washington, DC, US: American Psychological Association.
- Richards, R. (2010). Everyday creativity – process and way of life – four key issues. In J. C. Kaufman & R. J. Sternberg (Eds.), *The Cambridge handbook of creativity* (pp. 189-215). New York, NY: Cambridge University Press.

- Robinson, K. (2006, February). *Ken Robinson: Do schools kill creativity?* [Video file]. Retrieved from http://www.ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity
- Rosseel, Y. (2012). lavaan: An R package for structural equation modeling. *Journal of Statistical Software*, 48(2), 1-36. Preuzeto s <http://goo.gl/l4kgYS>
- Runco, M. A. (2014). “Big C, little c” creativity as a false dichotomy: Reality is not categorical. *Creativity Research Journal*, 26(1), 131-132.
- 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* (pp. 48-73). New York, NY: Cambridge University Press.
- Runco, M. A., & Richards, R. (Eds.). (1997). *Eminent creativity, everyday creativity, and health*. Greenwich, CT: Ablex Publishing Corporation.
- Ružić, M., Vidanović, S., Stojiljković, S. (2015). Kreativnost, inteligencija i anksioznost učenika različitog školskog uspeha. *Nastava i vaspitanje*, 65(4), 715-734.
- Sapranaviciute, L., Perminas, A., & Sinkariova, L. (2010). Links between creativity and personality traits in students of artistic and social profile. *Socialiniai Moksalai*, 70(4), 60-68.
- Shao, Y., Zhang, C., Zhou, J., Gu, T., & Yuan, Y. (2019). How does culture shape creativity? A mini-review. *Frontiers in Psychology*, 10, 1-8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01219>
- Sharma, R. (2016). Effect of school and home environments on creativity of children. *MIER Journal of Educational Studies, Trends and Practices*, 1(2), 188-196.
- Silva, P. J., & Kaufman, J. C. (2010). Creativity and mental illness. In J. C. Kaufman & R. J. Sternberg (Eds.), *The Cambridge handbook of creativity* (pp. 381-394). New York, NY: Cambridge University Press.
- Silvia, P. J., Nusbaum, E. C., Berg, C., Martin, C., & O'Connor, A. (2009). Openness to experience, plasticity, and creativity: Exploring lower-order, high-order, and interactive effects. *Journal of Research in Personality*, 43(6), 1087-1090.
- Silvia, P. J., Wigert, B., Reiter-Palmon, R., Kaufman, J. C. (2012). Assessing creativity with self-report scales: A review and empirical evaluation. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 6(1), 19-34.

- Smederevac, S. & Mitrović, D. (2006). *Ličnost – metodi i modeli*. Beograd, RS: Centar za primenjenu psihologiju.
- Sternberg, R. J. (2006). The nature of creativity. *Creativity Research Journal*, 18(1), 87-98.
- Sternberg, R. J. (2009). Domain-generalitv versus domain-specificity of creativity. In P. Meusbur, J. Funke, & E. Wunder (Eds.), *Milieus of creativity: An interdisciplinary approach to spatiality of creativity* (pp. 25-38). Dordrecht, NL: Springer.
- Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1999). The concept of creativity: Prospect and paradigms. In R. J. Sternberg (Ed.), *Creativity research handbook* (pp. 1-19). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Subotić, S. (2013). Pregled metoda za utvrđivanje broja faktora i komponenti (u EFA i PCA). *Primenjena psihologija*, 6(3), 203-229.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Von Stumm, S., Chung, A., & Furnham, A. (2011). Creative ability, creative ideation and latent classes of creative achievement: What is the role of personality? *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(2), 107-114.
- Ward, T. B., & Kolomyts, Y. (2010). Cognition and creativity. In J. C. Kaufman & R. J. Sternberg (Eds.), *The Cambridge handbook of creativity* (pp. 93-112). New York, NY: Cambridge University Press.
- Wetzels, R., & Wagenmakers, E. J. (2012). A default Bayesian hypothesis test for correlations and partial correlations. *Psychonomic Bulletin & Review*, 19(6), 1057-1064.
- Wolfradt, U., & Pretz, J. E. (2001). Individual differences in creativity: Personality, story writing, and hobbies. *European Journal of Personality*, 15(4), 297-310.
- Woodman, R. W., & Schoenfeldt, L. F. (1989). Individual differences in creativity: An interactionist perspective. In J. A. Glover, R. R. Ronning, & C. R. Reynolds (Eds.), *Handbook of creativity: Perspectives on individual differences* (pp. 3-32). New York, NY: Plenum Press.
- Wright, K. B. (2005). Researching Internet-based populations: Advantages and disadvantages of online survey research, online questionnaire authoring software packages, and web survey services. *Journal of Computer-mediated Communication*, 10(3), JCMC1034.

Živoder, V., & Kolega, M. (2014). Razlike između studenata i studentica u identifikaciji s osobinama uspješnih poduzetnika/ca. *Ekonomika misao i praksa*, 23(2), 589-610.

**Prilog A: Upitnik kreativnih postignuća – CAQ (Creative Achievement Questionnaire;
Carson et al., 2005)**

Molimo Vas da pažljivo pročitate priložena uputstva prije ispunjavanja upitnika.

- I.** Stavite znak pored polja za oblasti za koje smatrate da imate više talenta, sposobnosti i vještina nego prosječna osoba
- _vizuelna umjetnost
 - _muzika
 - _ples
 - _individualni sportovi
 - _timski sportovi
 - _arhitektura
 - _preduzetništvo
 - _kreativno pisanje
 - _humor
 - _inovacije
 - _naučna istraživanja
 - _pozorište i film
 - _kulinarstvo
- II.** Označite mjesto pored rečenice koja se odnosi na Vas. U slučaju da je Vaša procjena izbor i rečenica koja sadrži znak „*“, izrazite brojem koliko se puta desila određena aktivnost, događaj. (npr..2 za dva puta, 3 za tri puta itd.).

A. Vizuelne umjetnosti

_0. Nisam učestvovao/la ni u kakvim obukama niti je prepoznat moj talenat u ovoj oblasti. (Pređi na dio Muzika)
_1. Pohadao/la sam kurs iz ove oblasti.
_2. Moj talenat je bio predmet razgovora.
_3. Osvojio/la sam jednu ili više nagrada na takmičenju gdje je žiri procjenjivao radove.
_4. Izlagao/la sam svoj rad u galeriji.
_5. Prodao/la sam jedan od svojih radova.
_6. Moj rad je bio predmet kritike u časopisma lokalnog tipa.
* _7. Moj rad je bio predmet recenzije u stručnim nacionalnim časopisima.

B. Muzika

_0. Nisam učestvovao/la ni u kakvim obukama niti je prepoznat moj talenat u ovoj oblasti. (Pređi na dio Ples)
_1. Vješto sviram jedan ili više instrumenata.

_2. Nastupao/la sam sa poznatim orkestrom ili grupom.
_3. Kreirao/la sam originalnu muzičku kompoziciju.
_4. Moj muzički talenat je bio predmet recenzije u lokalnim časopisima.
_5. Moje kompozicije su snimljene u studiju.
_6. Moje snimljene kompozicije su prodaju.
*_7. Moje kompozicije su bile predmet recenzije u nacionalnim

C. Ples

_0. Nisam učestvovao ni u kakvim obukama niti je niti mi je prepoznat talenat u ovoj oblasti. (Pređi na dio Arhitektura)
_1. Plesao/la sam sa poznatom plesnom grupom.
_2. Osmislio/la sam originalne plesne koreografije.
_3. Prilikom javnog nastupa, izvedena je moja koreografija.
_4. Moje plesne sposobnosti su bile predmet razgovora u lokalnom
_5. Profesionalno se bavim plesnom koreografijom.
_6. Moja koreografija je bila predmet recenzije u lokalnom časopisu.
*_7. Moja koreografija je bila predmet recenzije u nacionalnom časopisu.

D. Arhitektonski dizajn

_0. Nisam učestvovao/la ni u kakvim obukama niti je prepoznat moj talenat u ovoj oblasti. (Pređi na dio Kreativno pisanje)
_1. Dizajnirao/la sam originalnu građevinu.
_2. Na osnovu mog dizajna napravljena je maketa građevine.
_3. Prodao/la sam svoj originalni dizajn iz oblasti arhitekture.
_4. Građevina koju sam dizajnirao/la i prodao/la, napravljena je
_5. Osvojio/la sam jednu ili više nagrada za svoj arhitektonski dizajn.
_6. Moj arhitektonski dizajn je priznat u lokalnom časopisu.
*_7. Moj dizajn je priznat u izdanju nacionalnog časopisa.

E. Kreativno pisanje

_0. Nisam učestvovao ni u kakvim obukama nit je prepoznat moj talenat u ovoj oblasti. (Pređi na dio Humor)
_1. Napisao/la sam originalan rad kraćeg sadržaja (pjesmu ili kratku priču).
_2. Osvojio/la sam jednu ili više nagrada za svoj rad.
_3. Napisao/la sam originalan rad dužeg sadržaja (epika, roman ili dramski
_4. Prodao/la sam svoj rad izdavaču.
_5. Moj rad je štampan i bio je u javnoj prodaji.
_6. Urađena je recenzija mog rada u lokalnom časopisu.
*_7. Urađena je recenzija mog rada u nacionalnom časopisu.

F. Humor

_0. Nisam učestvovao/la ni u kakvim obukama niti je prepoznat moj talenat u ovoj oblasti. (Pređi na dio Inovacije)
_1. Ljudi često komentarišu moj originalni smisao za humor.

<u>2.</u> Smislio/la sam šale/viceve/dosjetke koje sada drugi prepričavaju.
<u>3.</u> Drugima sam pisao/la šale/viceve/dosjetke
<u>4.</u> Smislio/la sam vic/šalu ili karikaturu koja je javno objavljena.
<u>5.</u> Radio/la sam kao profesionalni komičar.
<u>6.</u> Radio/la sam kao profesionalni pisac komedije.
<u>7.</u> Moj smisao za humor su prepoznali u nacionalnom časopisu.

G. Inovacije

<u>0.</u> Nemam prepoznat talenat u ovoj oblasti.
<u>1.</u> Redovno pronalazim nove i neobične načine za korištenje stvari iz
<u>2.</u> Skicirao/la sam neki izum i radio/la na poboljšanju dizajna.
<u>3.</u> Kreirao/la sam originalni računarski softver.
<u>4.</u> Napravio/la sam prototip za jednu od mojih dizajniranih inovacija.
<u>5.</u> Prodao/la sam jednu od mojih inovacija svojim poznanicima.
* <u>6.</u> Napravljen je patent za jednu od mojih inovacija.
* <u>7.</u> Prodao/la sam fabrici/firmi jednu od mojih inovacija.

H. Naučna istraživanja

<u>0.</u> Nisam učestvovao/la ni u kakvim obukama niti je prepoznat moj talenat u ovoj oblasti. (Pređi na dio dio Pozorište i film)
<u>1.</u> Često razmišljam o načinima rješenja naučnih problema.
<u>2.</u> Osvojio/la sam nagradu na sajmu nauke ili na nekom drugom lokalnom
<u>3.</u> Dobio/la sam stipendiju na osnovu mog rada u području nauke ili
<u>4.</u> Autor ili koautor sam istraživanja koje je objavljeno u naučnom
* <u>5.</u> Osvojio/la sam nacionalnu nagradu iz oblasti medicine ili nauke.
* <u>6.</u> Dobio/la sam stipendiju kao vid podrške za nastavak rada u oblasti
<u>7.</u> Moj rad su citirali drugi naučnici u nacionalnim

I. Pozorište i Film

<u>0.</u> Nisam učestvovao/la ni u kakvim obukama niti je prepoznat moj talenat u ovoj oblasti.
<u>1.</u> Igrao sam u pozorištu ili na filmu.
<u>2.</u> Moje glumačke sposobnosti su prepoznate u lokalnom časopisu.
<u>3.</u> Režirao/la sam ili napisao pozorišni komad ili film.
<u>4.</u> Osvojio/la sam priznanje ili nagradu za glumu u pozorištu ili na filmu.
<u>5.</u> Bio/la sam plaćen/a da glumim u pozorištu ili na filmu.
<u>6.</u> Bio/la sam plaćen/a da režiram pozorišnu predstavu ili film.
* <u>7.</u> Moj rad u pozorištu je prepoznat u nacionalnom časopisu.

J. Kulinarstvo

<u>0.</u> Nisam učestvovao/la ni u kakvim obukama niti je prepoznat talenat moj u ovoj oblasti.
<u>1.</u> Često eksperimentišem sa receptima.
<u>2.</u> Moji recepti su objavljeni u lokalnom časopisu o kuhanju.

_3. Moji se recepti koriste u restoranima ili drugim javnim mjestima.
_4. Kuhao/la sam za poznate osobe i ličnosti iz javnog života.
_5. Dobio/la sam nagradu ili priznanje za svoje recepte.
_6. Završio/la sam smjer za kuhara ili neki drugi kulinarški kurs/školu.
*_7. Moji recepti su objavljeni u nacionalnom časopisu.

K. Ovdje možete da navedete neka druga kreativna postignuća koja niste pronašli u ponuđenim kategorijama.

III. U posljednjem dijelu nalaze se tri pitanja, molimo Vas da pažljivo pročitate i odgovorite:

1. Šta drugi misle o vašoj kreativnosti/kreativnim postignućima?
2. Na koji način drugi predstavljaju vaša kreativna postignuća?
3. Kako drugi opisuju vaše kreativne karakteristike?

Prilog B: Biografski inventar kreativnog ponašanja – BICB (Biographical Inventory of Creative Behaviours; Batey, 2007)

Molimo Vas da budete iskreni pri davanju odgovora. Prazno polje ispunite znakom X za aktivnosti u koje ste bili uključeni.

U posljednjih **12 mjeseci** da li ste....

1	Napisali neku kratku priču	
2	Napisali roman/pripovjetku	
3	Organizovali događaj, predstavu, performans/izvođenje ili drugu aktivnost	
4	Napisali tekst za TV seriju	
5	Dizajnirali i proizveli nešto od tekstila (npr. napravili odjevni predmet ili proizvod za domaćinstvo)	
6	Preuredili ili dekorisali sobu, kuhinju, lični prostor itd.	
7	Inventirali i napravili upotrebljiv proizvod	
8	Napravili crtani film	
9	Osnovali klub, asocijaciju ili grupu	
10	Naslikali sliku, NE škrabotine/šaranje (koristeći boje, olovke, ugalj, akrilne boje, itd.)	
11	Objavili članak	
12	Napravili skulpturu ili figuru koristeći odgovarajući materijal	
13	Prepoznali dijelove prihvaćene naučne teorije koji ne objašnjavaju ono što bi trebalo	
14	Izmislili svoj recept	
15	Napravili kratak film	
16	Napravili svoj veb-sajt	
17	Smislili teoriju kako bi objasnili neki fenomen	
18	Osmislili igru ili drugu vrstu zabave	
19	Odabrani da budete vođa/lider drugima	
20	Napravili nekom poklon	
21	Napisali pjesmu	
22	Prepravili i prilagodili neki predmet tako da bolje/drugačije funkcioniše?	
23	Objavili istraživanje	
24	Osmislili plesnu koreografiju	
25	Dizajnirali i uredili vrt	
26	Napravili kolekciju fotografija (NE fotografije povodom praznika, redovnih druženja/izlazaka itd.)	
27	Glumili u nekoj dramskoj produkciji	
28	Održali govor	
29	Bili mentor/trener za poboljšanje nekog učinka	
30	Osmislili eksperiment kako bi razumjeli neki problem	
31	Smislili šalu/vic	
32	Bili vođa/kapiten tima/grupe (npr. predsjedavajući u društvenoj debati,	

	kapiten sportskog tima itd.)	
33	Komponovali muziku	
34	Napravili kolaž	

Prilog C: Skala kreativne ličnosti – CPS (Creative Personality Scale; Gough, 1979)

Molimo Vas da označite mjesto pored osobina za koje smatrate da Vas najbolje opisuju.

Označite sve koje se odnose na Vas.

	Sposoban/na		Iskren/a
	Uobražen/a		Inteligentan/na
	Pametna/na		Učtiv/a-Uljudan/na
	Obazriv/a		Neograničen/a
	Pouzdan/a		Inovativan/na
	Egotističan/na		Originalan/na
	Običan/na		Uskogrudan/na
	Duhovit/a		Zamišljen/a
	Konzervativan/na		Odan/a
	Individualac		Snalažljiv/a
	Standardan/na		Samopouzdan/a
	Opušten/a		Privlačan/na
	Nezadovoljan/na		Poslušan/na
	Pronicljiv/a		Umišljen/a
	Sumnjičav/a		Nekonvencionalan/na

Prilog D

Biografija

Maja Balta, rođena je 12.05.1990. godine u Kozarskoj Dubici, gdje je završila osnovnu i srednju školu. Na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Banjoj Luci 2009. godine upisuje studije Psihologije. Zvanje Diplomiranog psihologa (180 ECTS bodova) stiče 2014. godine. Apsolvent je na master studiju Psihologije na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Banjoj Luci. Trenutno živi i radi u Sarajevu.

Maja Balta je trenutno uključena u rad međunarodnih organizacija u humanitarnom sektoru u Bosni i Hercegovini, u direktnom pružanju humanitarne pomoći izbjeglicama i migrantima sa Bliskog Istoka i Afrike. Angažovana je u međunarodnoj organizaciji „*World Vision International BiH*“, u pružanju asistencije maloljetnicima i odraslima, u ostvarivanju prava izbjeglica/migranata u privremenom prihvatnom centru za migrante i izbjeglice Ušivak, Hadžići, Kanton Sarajevo. Prije toga, Maja je koordinisala projekt organizacije „*SOS dječija sela BiH*“, za osiguravanje zaštite i pristupa osnovnim socijalnim uslugama za djecu izbjeglice i migrante. Maja takođe posjeduje iskustvo rada u međunarodnom razvojnom sektoru, gdje je šest mjeseci stažirala u „*Razvojnom programu Ujedinjenih Nacija u BiH (UNDP)*“.

Prije iskustva sa radom u međunarodnom sektoru, Maja je bila uključena u lokalni humanitarni sektor u BiH, u okviru udruženja „*Nova generacija*“, Banja Luka, pružajući direktnu podršku ranjivim kategorijama djece, kao što su: djeca žrtve porodičnog nasilja, djeca sa poremećajima u ponašanju, djeca u riziku od zlostavljanja i eksploatacije. Takođe je pružala podršku djeci iz autističnog spektra u udruženju „*Djeca svjetlosti*“, Banja Luka i kao asistent u nastavi djetetu iz autističnog spektra, u osnovnoj školi „*Miloš Crnjanski*“, Banja Luka. Svoja stečena znanja i iskustva iz psihologije, Maja je imala priliku primjenjivati i u kraćim angažmanima u sektoru ljudskih resursa, u firmi So Digital, Sarajevo, kao i u oblasti mentalnog zdravlja, na projektu „*Asocijacije XY*“, Sarajevo.

Nakon sticanja diplome mastera psihologije, Maja planira da nastavi karijeru u međunarodnom humanitarnom sektoru, koristeći znanja iz psihologije u podršci najranjivijim kategorijama, pri ostvarivanju njihovih ljudskih prava.

Prilog E

UNIVERZITET U BANJOJ LUCI

PODACI O AUTORU ODBRANJENOG MASTER RADA

Ime i prezime autora master rada: Maja Balta

Datum, mjesto i država rođenja autora: 12.05.1990., Kozarska Dubica, Bosna i Hercegovina

Naziv završenog fakulteta/Akademije autora i godina diplomiranja: Filozofski fakultet
Univerziteta u Banjoj Luci, 2019.godina

Datum odbrane završnog/diplomskog rada autora: -

Naslov završnog/diplomskog rada autora: -

Akademsko zvanje koju je autor stekao odbranom završnog/diplomskog rada: Diplomirani
psiholog

Akademsko zvanje koje je autor stekao odbranom master/magistarskog rada: Diplomirani
psiholog – master

Naziv fakulteta/Akademije na kome je master rad odbranjen: Filozofski fakultet Univerziteta
u Banjoj Luci

Naslov master rada i datum odbrane: „Ispitivanje kreativnih postignuća i ponašanja u odnosu
na kreativne osobine ličnosti studenata Univerziteta u Banjoj Luci“, 27.11.2019.

Naučna oblast master/magistarskog rada prema CERIF šifrarniku: S 260 - psihologija

Imena mentora i članova komisije za odbranu master/magistarskog rada

U Banjoj Luci, dana 25.12.2019.

Dekan 



УНИВЕРЗИТЕТ У БАЊОЈ ЛУЦИ
UNIVERSITY OF BANJA LUKA
ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ БАЊА ЛУКА
FACULTY OF PHILOSOPHY BANJA LUKA
Булевар војводе Петра Бојовића 1А, Бања Лука
Телефон: 051/322-780, 322-790, 323-080, 323-530
Fax: 051/325-811 e-mail: info@ff.unibl.org



KOMISIJA ZA OCJENU ZAVRŠNOG-MASTER RADA
„ISPITIVANJE DIMENZIJA KREATIVNIH POSTIGNUĆA I PONAŠANJA U ODNOSU NA
KREATIVNE OSOBINE LIČNOSTI STUDENATA UNIVERZITETA U BANJOJ LUCI“,
kandidatkinje Maje Balte

NASTAVNO-NAUČNOM VIJEĆU
FILOZOFSKOG FAKULTETA
UNIVERZITETA U BANJOJ LUCI

Na sjednici Naučno-nastavnog vijeća Filozofskog fakulteta u Banjoj Luci održanoj 14.06.2018. godine imenovana je Komisija za ocjenu završnog-master rada pod nazivom: „ISPITIVANJE DIMENZIJA KREATIVNIH POSTIGNUĆA I PONAŠANJA U ODNOSU NA KREATIVNE OSOBINE LIČNOSTI STUDENATA UNIVERZITETA U BANJOJ LUCI“, kandidatkinje Maje Balte (rješenje br. 07/3.1085-22/18).

Komisija u sastavu:

1. dr Ivana Zečević, vanredni profesor Filozofskog fakulteta Univerziteta u Banjoj Luci, predsjednik
2. dr Aleksandra Hadžić, vanredni profesor Filozofskog fakulteta Univerziteta u Banjoj Luci, član
3. dr Siniša Subotić, docent Prirodno-matematičkog fakulteta Univerziteta u Banjoj Luci, član (mentor)

Nakon uvida u dostavljenu dokumentaciju, uvida u završni rad i ishoda procedure utvrđivanja stepena originalnosti kroz softver Univerziteta, Komisija podnosi sljedeći

IZVJEŠTAJ
o ocjeni završnog-master rada

1. Biografski podaci o kandidatkinji

Maja Balta, rođena je 12.05.1990. godine u Kozarskoj Dubici, gdje je završila osnovnu i srednju školu. Na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Banjoj Luci 2009. godine upisuje studije Psihologije. Zvanje Diplomiranog psihologa (180 ECTS bodova) stiče 2014. godine. Apsolvent je na master studiju Psihologije na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Banjoj Luci. Trenutno živi i radi u Sarajevu.

Maja Balta je trenutno uključena u rad međunarodnih organizacija u humanitarnom sektoru u Bosni i Hercegovini, u direktnom pružanju humanitarne pomoći izbjeglicama i migrantima sa Bliskog Istoka i Afrike. Angažovana je u međunarodnoj organizaciji World Vision International BiH, u pružanju asistencije maloljetnicima i odraslima, u ostvarivanju prava izbjeglica/migranata u privremenom prihvatnom centru za migrante i izbjeglice Ušivak, Hadžići, Kanton Sarajevo. Prije toga, Maja je koordinisala projekt organizacije SOS dječija sela BiH, za osiguravanje zaštite i pristupa osnovnim socijalnim uslugama za djecu izbjeglice i migrante.

Maja takođe posjeduje iskustvo rada u međunarodnom razvojnom sektoru, gdje je šest mjeseci stažirala u Razvojnom programu Ujedinjenih Nacija u BiH (UNDP).

Prije iskustva sa radom u međunarodnom sektoru, Maja je bila uključena u lokalni humanitarni sektor u BiH, u okviru udruženja „Nova generacija“, Banja Luka, pružajući direktnu



УНИВЕРЗИТЕТ У БАЊОЈ ЛУЦИ
UNIVERSITY OF BANJA LUKA
ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ БАЊА ЛУКА
FACULTY OF PHILOSOPHY BANJA LUKA
Булевар војводе Петра Бојовића 1А, Бања Лука
Телефон: 051/322-780, 322-790, 323-080, 323-530
Fax: 051/325-811 e-mail: info@ff.unibl.org



podršku ranjivim kategorijama djece, kao što su: djeca žrtve porodičnog nasilja, djeca sa poremećajima u ponašanju, djeca u riziku od zlostavljanja i eksploatacije. Takođe je pružala podršku djeci iz autističnog spektra u udruženju „Djeca svjetlosti“, Banja Luka i kao asistent u nastavi djetetu iz autističnog spektra, u osnovnoj školi „Miloš Crnjanski“, Banja Luka. Svoja stečena znanja i iskustva iz psihologije, Maja je imala priliku primjenjivati i u kraćim angažmanima u sektoru ljudskih resursa, u firmi „So Digital“, Sarajevo, kao i u oblasti mentalnog zdravlja, na projektu „Asocijacije XY“, Sarajevo.

Nakon sticanja diplome mastera psihologije, Maja planira da nastavi karijeru u međunarodnom humanitarnom sektoru, koristeći znanja iz psihologije u podršci najranjivijim kategorijama, pri ostvarivanju njihovih ljudskih prava.

2. Obim i struktura rada

Master rad kandidatkinje Maje Balte, pod naslovom „Ispitivanje dimenzija kreativnih postignuća i ponašanja u odnosu na kreativne osobine ličnosti studenata Univerziteta u Banjoj Luci“, napisan je na ukupno 46 stranica A4 formata, Times New Roman tekстом veličine 12, sa preredom 1.5. Strukturu rada, pored naslovne stranice i sažetaka na srpskom i engleskom jeziku, čine sljedeća poglavlja:

1. Uvod (str. 1-10), sa podsekcijama:
 - Određenje kreativnosti i istraživačkih pristupa kreativnosti (str. 1-2)
 - Svakodnevna kreativnost (str. 2-4)
 - Generalna i domen specifična kreativnost (str. 4-6)
 - Osobine ličnosti i kreativni potencijal (str. 6-7)
 - Polne razlike u kreativnosti (str. 7)
 - Problem i cilj istraživanja (str. 8-10)
2. Metod (str. 11-15), sa podsekcijama:
 - Uzorak (str. 11)
 - Instrumenti (str. 11-13)
 - Postupak (str. 13)
 - Varijable i statistička obrada podataka (str. 13-15)
3. Rezultati (str. 16-27), sa podsekcijama:
 - Latentna struktura CAQ upitnika (str. 16-18)
 - Latentna struktura BICB upitnika (str. 18-21)
 - Povezanost CAQ i BICB dimenzija (str. 22)
 - Poveznost kreativnih osobina ličnosti i kreativnog postignuća (str. 23-27)
4. Diskusija (str. 27-32), sa podsekcijom:
 - Zaključak i ograničenja istraživanja (str. 30-33)
5. Reference (str. 32-38)
6. Prilog A: Upitnik kreativnih postignuća – CAQ (Creative Achievement Questionnaire; Carson et al., 2005) (str. 39-42)
7. Prilog B: Biografski inventar kreativnog ponašanja – BICB (Biographical Inventory of Creative Behaviours; Batey, 2007) (str. 43-44)
8. Prilog C: Skala kreativne ličnosti – CPS (Creative Personality Scale; Gough, 1979) (str. 45)



3. Теоријска заснованост и методолошка утемелjenost истраживања

Kandidatkinja daje zaokružen pregled saznanja i istraživanja kreativnosti, uključujući definicije, objašnjenje glavnih istraživačkih pristupa, osvrt na problematiku domenski specifičnog u odnosu na globalno posmatranje kreativnosti, polne razlike i relacije kreativnosti sa osobinama ličnosti, što posmatra iz ugla dvije najčešće struje izučavanja – u odnosu na model Velikih pet (prije svega sa dimenzijom Otvorenosti ka iskustvu) i na Gofovu (Gough, 1979) Skalu kreativne ličnosti. Posebnu pažnju kandidatkinja poklanja dihotomiji velike-male kreativnosti i predstavlja elaboriraniju konceptualizaciju ove dihotomije, po modelu „četiri K“ (Kaufman & Beghetto, 2009), po kojem se kreativnost raščlanjuje na nekoliko podnivoa: 1) eminentna, odnosno velika kreativnost, tj. „Veliko-K“ (engl. *Big-C*), 2) profesionalna, ali neeminentna kreativnost, tj. „Pro-k“ (engl. *Pro-c*), 3) svakodnevna, odnosno mala kreativnost, tj. „malo-k“ (engl. *little-c*) i 4) kreativnost prisutna u procesu učenja, tj. „mini-k“ (engl. *mini-c*). Kandidatkinja se opredjeljuje za istraživački fokus na malo-k nivou kreativnosti, posmatrano u relaciji sa Gofovim modelom kreativne ličnosti.

Kandidatkinja konstatuje da utvrđivanje relacija osobina ličnosti sa domenima kreativnog ispoljavanja nije novo pitanje, ali da, s obzirom na raznolikost korištenih mjera i razlika u konceptualizaciji aspekata kreativnosti koji su predmet izučavanja, nije lako izvršiti obuhvatnu sistematizaciju i generalizaciju nalaza, čak ni u pogledu nekih bazičnih aspekata iz ove problemsko-tematske oblasti (Batey & Furnham, 2006). Poziva se i na sistematizaciju nalaza u vezi sa načinima na koje kultura oblikuje kreativnost (Shao, Zhang, Zhou, Gu, & Yuan, 2019), prema kojoj se zaključuje da: 1) ljudi iz različitih kultura imaju drugačije implicitne i eksplicitne koncepcije kreativnosti; 2) pripadnici različitih kultura (npr. više kolektivističkih ili više individualističkih) preferiraju različite attribute i aspekte kreativnih procesa (npr. upotreba vrijednost se više cijeni na Istoku, a novina na Zapadu); 3) su nalazi u vezi sa kreativnošću precizni samo onda kada su zasnovani na kulturološki prikladnim mjerama. Na osnovu ovakvih teza, kandidatkinja dedukuje opravdanost ispitivanja relacija ličnosti i kreativnosti na našem govornom području. Podvlači i da većina standardnih instrumenata koji se koriste u inostranim istraživanjima nije nikada adaptiran kod nas, uključujući pomenutu Gofovu (Gough, 1979) Skalu kreativne ličnosti (CPS), te mjere kreativnih ponašanja, npr. Biografski inventar kreativnih ponašanja (BICB, Batey, 2007), odnosno kreativnih postignuća, npr. Upitnik kreativnih postignuća (CAQ; Carson et al., 2005). Zbog ovog se kandidatkinja odlučuje da kreativnost posmatra kroz aspekte ponašanja i postignuća i da ih dovede u vezu sa Gofovim pristupom ispitivanju kreativne ličnosti (a ne npr. da kao reprezent ličnosti odabere Otvorenost iz Modela Velikih 5), pošto je istraživanje istovremeno prilika da se izvrši testiranje navedenog instrumentarija.

Problem i cilj istraživanja

Problem istraživanja je utvrđivanje relacija kreativnih osobina ličnosti sa mjerama svakodnevne kreativnosti, posmatrane kroz modalitete kreativnih postignuća i kreativnih ponašanja, na uzorku ljudi mlađeg odraslog doba – aktivnih ili nedavno svršenih studenata najvećeg univerziteta u Republici Srpskoj: Univerziteta u Banjoj Luci. Pored ispitivanja međusobnih relacija kreativnih osobina ličnosti i svakodnevnog kreativnosti, čak i prije ispitivanja tih relacija, važan zadatak rada ogleda se u preliminarnoj provjeri dimenzionalnosti instrumenata za mjerenje kreativnih ponašanja i kreativnih postignuća, koji do sada nisu evaluirani na srpskom govornom području. Takođe, kandidatkinja u obzir uzima i moguće polne razlike u prosječnim skorovima na ovim mjerama, kao i eventualne moderatorske uloge pola u korelacijama ovih mjera sa kreativnim osobinama ličnosti.



Hipoteze istraživanja

Postavljen problem i ciljevi istraživanja konkretizovani su kroz sljedeće hipoteze, za koje kandidatkinja u radu prezentuje jasnu elaboraciju i teorijsko utemeljenje, čiji izvod je prikazan i ovdje:

H1: Postoji pozitivna povezanost kreativnih osobina ličnosti i aspekata svakodnevne kreativnosti.

Budući da se radu koristi Skala kreativne ličnosti – CPS (Gough, 1979), koju je moguće posmatrati kao generalni potencijal za stvaranje, u tom smjeru se može očekivati dobijanje pozitivne korelacije sa mjerama kreativnih ponašanja – BICB (Batey, 2007) i postignuća – CAQ (Carson et al., 2005). Referentnih vrijednosti radi, u ranijim istraživanjima (Batey & Furnham, 2008) zabilježena je korelacija ukupnog CPS skora od .34 sa BICB ukupnim skorom i korelacija od .33 sa CAQ ukupnim skorom.

Pored totalne CPS sume, biće razmotrene i korelacije individualnih CPS osobina sa mjerama svakodnevne kreativnosti, ali se u ovom pogledu ne navode specifična očekivanja, zbog nemogućnosti apriorne predikcije finalnog broja i sadržaja latentnih dimenzija BICB i CAQ upitnika koje će biti zadržane u analizama.

H1.1: Postoji povezanost između aspekata svakodnevne kreativnosti – kreativnih postignuća i kreativnih ponašanja.

Ranija istraživanja su pokazala umjerenu pozitivnu korelaciju između BICB i CAQ skorova. Na primjer, McKibben i Silvia (2017) izvještavaju o korelaciji od .36 između ukupnih skorova ova dva instrumenta. Zbog nemogućnosti predikcije finalnog broja i sadržaja BICB i CAQ faktora koji će biti zadržani u analizama, nije moguće navesti eksplicitno očekivanje u pogledu povezanosti eventualnih individualnih faktora, ali moguće je načelno pretpostaviti da će između svih faktora postojati pozitivne korelacije nižeg do umjerenog intenziteta.

H2: Postoji razlika u prosječnim skorovima svakodnevne kreativnosti između žena i muškaraca.

Ranija istraživanja, u slučaju da se razlika manifestuje, ukazuju na više procjene postignuća muškaraca u domenu nauke i srodnih domena, a žena u domenu umjetnosti, stvaralaštva/hobija koji uključuju svakodnevne predmete i društvenih aktivnosti (Kaufman, 2006; Kaufman & Baer, 2004; Kaufman et al., 2009; Ljubotina et al., 2015). Ove razlike se makar jednim dijelom vezuju za očekivanja u pogledu socijalnih uloga (Eagly, 2013). Iako ove razlike vremenom slabe, s obzirom na razumno prisutnu zaostavštinu patrijarhalne tradicije na području BiH, za pretpostaviti je da trend razlika slijedi navedeni tradicionalniji obrazac polnih razlika, uz opasku da se, iz razloga nemogućnosti predviđanja finalnog broja i sadržaja BICB i CAQ faktora, ni ovdje ne navode specifična očekivanja u pogledu razlika na individualnim latentnim dimenzijama tih upitnika.

Kandidatkinja naglašava da će kao eksplorativni zadatak istraživanja biti razmotrena i eventualna uloga pola kao moderatorske varijable u relacijama osobina kreativne ličnosti s jedne strane i BICB i CAQ dimenzija s druge strane.

3. Metod istraživanja

Uzorak istraživanja je obuhvatio ukupno 300 ispitanika (66.3% žene) sa teritorije Republike Srpske. S obzirom na istraživački fokus na domene svakodnevne kreativnosti, svi ispitanici su bili iz reda sadašnjih ili nedavno svršenih studenata I ili II ciklusa studija na Univerzitetu u Banjoj Luci.



УНИВЕРЗИТЕТ У БАЊОЈ ЛУЦИ
UNIVERSITY OF BANJA LUKA
ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ БАЊА ЛУКА
FACULTY OF PHILOSOPHY BANJA LUKA
Булевар војводе Петра Бојовића 1А, Бања Лука
Телефон: 051/322-780, 322-790, 323-080, 323-530
Fax: 051/325-811 e-mail: info@ff.unibl.org



Kreativne osobine ličnosti su mjerene CPS ček listom, kreativna ponašanja su mjerena BICB upitnikom, a kreativna postignuća su mjerena CAQ upitnikom. Kandidatkinja daje opis svih instrumenata, objašnjava način operacionalizacije varijabli i u vezi s tim daje prijedlog i opis postupaka statističke obrade podataka, koji uključuje i opise protokola za konfirmativne i eksplorativno faktorske validacije instrumenata. Kandidatkinja, s obzirom na veliki broj ispitivanih efekata, akcentira i neophodnost korekcije statističkih vjerovatnoća i kao dopunu frekvencionističkom pristupu koristi i Bayesov pristup, operacionalizovan kroz tzv. Bayesov faktor BF_{10} (Wetzels & Wagenmakers, 2012).

Kandidatkinja ističe da su sve analize sprovedene u nekomercijalnom statističkom softveru i to: JASP (JASP Team, 2018) i R (R Core Team, 2013).

4. Rezultati istraživanja

Rezultati su pokazali da korištene mjere svakodnevne kreativnosti pokazuju loša psihometrijska svojstva na uzorku istraživanja, naročito BICB upitnik kreativnih ponašanja. Za CAQ upitnik su, konfirmativnom faktorskom analizom, ustanovljene prihvatljive karakteristike dvofaktorskog modela (faktori: Umjetnost i Nauka), dok je za BICB upitnik, eksplorativnom faktorskom analizom, utvrđena slaba povezanost većine stavki, te je, na značajno redukovanoj verziji polaznog korpusa ajtema, zaržano rješenje sa tri faktora: Liderstvo, Izvođenje i (Naučna) inovativnost. Konstatuje se trend niske interne konzistentnosti na svim dimenzijama.

Prosječni skorovi na svim dimenzijama svakodnevne kreativnosti (i za CAQ i za BICB) su bili naglašeno niski i između CAQ i BICB dimenzija je konstatovana vrlo niska povezanost. Ipak, u skladu sa polaznim očekivanjem, dobijen je veći broj očekivanih korelacija kreativnih osobina ličnosti sa mjerama svakodnevne kreativnosti. Veze su bile nešto izraženije kada je riječ o kreativnim domenima umjetnosti, nego kreativnim domenima nauke, ali sve veličine efekata su bile osjetno slabije u odnosu na referentna inostrana istraživanja.

Kada je riječ o polnim razlikama, kontra očekivanju, žene su postigle blago više skorove na obje CAQ dimenzije – Umjetnost i Nauka, kao i na BICB faktoru Izvođenje, bez razlika na drugim BICB dimenzijama. Sve polne razlike su bile niskog intenziteta. Nije utvrđena ni polna razlika u intenzitetima korelacija kreativnih osobina ličnosti s jedne strane i dimenzija svakodnevne kreativnosti s druge strane, te postoji samo naznaka anegdotskog trenda nešto snažnije korespondencije osobina ličnosti i postignuća iz domena nauke kod žena nego kod muškaraca.

Može se zaključiti da je generalni pretpostavljeni trend veze dispozicionih karakteristika ličnosti sa mjerama svakodnevne kreativnosti potvrđen, ali da su korištene mjere neadekvatne i vjerovatno neprikladne za sociokulturalni kontekst Republike Srpske. Pri tome, kandidatkinja ne isključuje ni mogućnost neprimjerenosti konkretnog uzorka i ukazuje na limitacije istraživanja i oprez prilikom tumačenja nalaza.

Kandidatkinja preporučuje da bi trebalo bi izvršiti ispitivanje vrijednosnih stavova unutar naše kulture u vezi sa stvaralaštvom i njegovim najcjenjenijim domenima i da bi, na temelju toga, potencijalno trebalo pristupiti izradi kontekstualno primjerenijeg instrumentarija za ispitivanje kreativnosti na našoj kulturi.



УНИВЕРЗИТЕТ У БАЊОЈ ЛУЦИ
UNIVERSITY OF BANJA LUKA
ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ БАЊА ЛУКА
FACULTY OF PHILOSOPHY BANJA LUKA
Булевар војводе Петра Бојовића 1А, Бања Лука
Телефон: 051/322-780, 322-790, 323-080, 323-530
Fax: 051/325-811 e-mail: info@ff.unibl.org



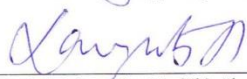
5. Zaključak i prijedlog

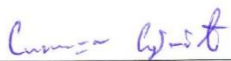
Na osnovu analize master rada Maje Balte „Ispitivanje dimenzija kreativnih postignuća i ponašanja u odnosu na kreativne osobine ličnosti studenata Univerziteta u Banjoj Luci“, Komisija utvrđuje da rad zadovoljava kriterijume za odbranu, te predlažemo Nastavno-naučnom vijeću Filozofskog fakulteta u Banjoj Luci da prihvati Izvještaj Komisije o ocjeni master rada i omogući njegovu odbranu.

Banja Luka, 1. decembar 2019. godine

Članovi komisije:


dr Ivana Zečević, predsjednik


dr Aleksandra Hadžić, član


dr Siniša Subotić, član

Prilog F

IZJAVA O AUTORSTVU

Izjavljujem da je master rad

Naslov rada: Ispitivanje kreativnih postignuća i ponašanja u odnosu na kreativne osobine ličnosti studenata Univerziteta u Banjoj Luci

Naslov rada na engleskom jeziku: Examining the dimensions of creative achievement and behavior in relation to the creative personality traits of students at the University of Banja Luka

- ☐ rezultat sopstvenog istraživačkog rada,
- ☐ da master rad, u cjelini ili u dijelovima, nije bio predložen za dobijanje bilo koje diplome prema studijskim programima drugih visokoškolskih ustanova,
- ☐ da su rezultati korektno navedeni i
- ☐ da nisam kršio/la autorska prava i koristio intelektualnu svojinu drugih lica.

U Banjoj Luci 25.12.2019

Potpis kandidata Maja B

Prilog G

Izjava kojom se ovlašćuje Filozofski fakultet Univerziteta u Banjoj Luci da master rad učini javno dostupnim

Ovlašćujem Filozofski fakultet Univerziteta u Banjoj Luci da moj master, pod naslovom „Ispitivanje kreativnih postignuća i ponašanja u odnosu na kreativne osobine ličnosti studenata Univerziteta u Banjoj Luci“ koji je moje autorsko djelo, učini javno dostupnim.

Master rad sa svim priložima predao/la sam u elektronskom formatu, pogodnom za trajno arhiviranje.

Moj master/magistarski rad, pohranjen u digitalni repozitorijum Univerziteta u Banjoj Luci, mogu da koriste svi koji poštuju odredbe sadržane u odabranom tipu licence Kreativne zajednice (Creative Commons), za koju sam se odlučio/la.

1. Autorstvo
2. Autorstvo - nekomercijalno
3. Autorstvo - nekomercijalno - bez prerade
4. Autorstvo - nekomercijalno - dijeliti pod istim uslovima
5. Autorstvo - bez prerade
6. Autorstvo - dijeliti pod istim uslovima

U Banjoj Luci 25.12.2019.

Potpis kandidata Maja B

Prilog H

Izjava o identičnosti štampane i elektronske verzije master rada

Ime i prezime autora: Maja Balta

Naslov rada: Ispitivanje kreativnih postignuća i ponašanja u odnosu na kreativne osobine ličnosti studenata Univerziteta u Banjoj Luci

Mentor: doc.dr Siniša Subotić

Izjavljujem da je štampana verzija mog master rada identična elektronskoj verziji koju sam predao/la za digitalni repozitorijum Univerziteta u Banjoj Luci.

U Banjoj Luci 25.12.2019.

Potpis kandidata

Maja B