

KREATOLOGIJA: „EVO NAS“

Tijana Mandić¹

Univerzitet umetnosti u Beogradu
Fakultet dramskih umetnosti, Beograd

159.954/955.075
159.923.075
ID: 183375884

Irena Ristić²

Univerzitet umetnosti u Beogradu
Centar za interdisciplinarnе studije,

i saradnici³

Apstrakt:

Ovo je drugi u nizu članaka u oblasti kreatologije, nastalih na FDU. Spada u domen empirijskog psihološkog izučavanja kreativne individue i kreativnog tima. Istraživanje koje je izvedeno uz učešće 23 studenta i 10 profesora, potvrđuje hipotezu da metod kreativne stimulacije i povezivanja pozitivno utiče na maštovitost, originalnost i kreativnost. Studija otvara istraživačka i pedagoška pitanja o edukovanju mladih umetnika, i ukazuje na razlike u kreativnom procesu budućih reditelja i dramaturga.

279

Ključne reči:

kreatologija, M faktor, kreativna stimulacija i povezanost, studenti dramaturgije-režije, verbalna analiza.

Tijana Mandić, Irena Ristić

1. Uvod

Ovo je drugi članak u oblasti kreatologije koji prikazuje rezultate istraživanja izvedenog na Fakultetu dramskih umetnosti u Beogradu. U okviru vežbi iz predmeta Psihologija pokrenuli smo projekat: „Roršah i homo narrator“. Tri-

1 tianamandic@gmail.com

2 irris@eunet.rs

3 U istraživanju su učestvovali studenti FDU: Damir Romanov, Maja Veljić, Ognjen Glavonjić, Predrag Uzelac, Ognjen Isailović, Raško Milatović, Milica Tomović, Dane Komljen, Predrag Jelenić, Jelena Maksimović, Jelena Rosić, Ana Stojanovic i Vladimir Radovanović.

naest studenata FDU je napravilo nacrt, angažovalo deset drugih studenata da učestvuju kao subjekti, izvelo istraživanje i snimilo ga kamerama. Verbalni deo snimljenog materijala je transkribovan, i dat ekspertima na procenu i statističku obradu⁴. Pored namere da se pokaže da se psihologija može učiti na različite načine (sem klasičnog *ex cathedra* ili radioničarskog pristupa), ova pilotska studija je motivisala i studente i nastavnici da nastave da se na ovakav način bave temama relevantnim za FDU. U međuvremenu su prethodne studije u oblasti kreatologije, nakon brojnih prikaza na seminarima i kongresima, postigle zanimljive reakcije i sugestije za dalja istraživanja (Mandić i Ražić 2006: 184, Mandić 1997, Mandić 1999). U tom kontekstu se zahvaljujemo mr Andriji Dimitrijeviću, koji nam je ukazao na rade Mađari-Beka u oblasti kreatologije (*Magyari-Beck* 1977/1993). Upoznavanje sa novijim studijama nas je, takođe, navelo da promenimo ime K faktora u M faktor.

2. Teorijsko-referentni okvir

Pošto kreativnost nije monolitski entitet, već multidimenzionalni i multidisciplinarni koncept koji znači različito različitim naučnicima, smatramo da je za istraživanje i za edukaciju korisno korišćenje nove nezavisne interdisciplinarnе nauke koja može da obezbedi integraciju uvida iz pojedinih disciplina i da sintetiše različita postignuća koja su u ovom trenutku izolovana jedna od drugih. Termin kreatologija se pojavio 1977. godine, kada je ekonomista Ištvan Mađari-Bek prvi put objavio članak: *About the Necessity of Complex Creatology* (*Magyari-Beck* 1977/1993). Stav autora prema psiholozima koji se bave istraživanjima umetnosti je, najblaže rečeno, ambivalentan. „Na našu nesreću, psiholozi su počeli da studiraju kreativnost na suprotnom kraju: oni su počeli od individualne sposobnosti“, ističe Mađari Bek, što zvuči pomalo paradoksalno kada se uzme u obzir da je svoj rad započeo na osnovu Roudsa (*Rhodes* 1961/87: 216), mada sve češće zaboravlja da ga spomene. Činjenica da je Robert J. Sternberg uveo koncept na svoj način na američko tlo, izuzetno ga iritira; međutim, većina nas njihov uzajamni konflikt i stavove Mađari-Beka prema psiholozima smatra irelevantnim za nauku. Kao odgovor na takvo ponašanje od psihologa stiže knjiga: *The International Handbook of Creativity*, u kojoj Kaufman i Sternberg prave izuzetan pregled istraživanja o kreativnosti širom sveta, ali preskaču Mađarsku i Mađari-Beka (*Kaufman & Sternberg*, 2006). Srećom, pored naučnih sudara, postoje i institucije koje

⁴ Autori su zahvaljuju svim profesorima FDU koji su bili voljni da pročitaju i procene dobijenih 100 priča, zatim Biljani Kosanović, koja je pomogla oko prikupljanja i unošenja podataka, kao i Srđanu Bogosavljeviću za savetodavnu podršku.

uspešno integrišu različita shvatanja i pristupe. Dobar primer je Fakultet u Bufalu, u državi Njujork⁵, na kome se može intenzivno studirati kreativnost i koji već godinama omogućuje ispitivanja različitih modela i viđenja. Zainteresovane za ovu temu – čemu ta nauka, zašto to ime, koje teme i kako ih to kreatologija izučava – upućujemo na knjigu Ajseksona i njegovih saradnika *Understanding and Recognizing Creativity: The Emergence of a Discipline* (Isaksen, Murdock, Firestien & Treffinger 1993). Ovde ćemo ukratko izložiti teorijsko polazište.

Autor koncepta smatra da je nužno uspostaviti opšti referentni okvir za interdisciplinarni pristup kreativnosti. Predlaže dve matrice i jednu piramidu kako bi olakšao razumevanje osnovne paradigme nove nauke. Za ovaj rad izdvajamo dve matrice.

	SPOSOBNOST	PROCES	PRODUKT
KULTURA	1.1 Kreativno društvo	1.2 Istorijski (kreativni) proces	1.3 Kreativni ishod
ORGANIZACIJA	2.1 Humanistička organizacija	2.2 Proces novina	2.3 Inovacija kao proizvod
GRUPA	3.1 Kreativan tim	3.2 Kreativno rešavanje problema od strane grupe ljudi	3.3 Kompleksni ponekad interdisciplinarni rezultati
INDIVIDUA	4.1 Kreativna ličnost	4.2 Kreativno rešavanje problema od strane individue	4.3 Subjektivna kreacija

Tabela 1: Bazična kreatološka matrica (Magyari-Beck 1977/1993)

Kao i mnogi pre i posle njega, Mađari-Bek polazi od Roudsovog modela, po kome se kreativnost izučava kroz četiri P: persona, proces, produkt i pritisak. Umesto persone, on koristi pojam sposobnost, i izbacuje pojam pritiska (koji, po njemu, može da stvori utisak pogrešnog determinizma). Zatim uvodi pojmove društvo, kultura, organizacija i grupa. Kao rezultat tih promena dobija-

5 International Center for Studies in Creativity. Buffalo State College Center for Studies in Creativity: Chase Hall 244: 1300 Elmwood Avenue: Buffalo, NY

mo dve bazične grupe koncepata: u jednu grupu spadaju sposobnost, proces i produkt, u drugu grupu ulaze kultura, organizacija, grupa i ličnost. Ako ove dve grupe koncepata pripadaju nezavisnim dimenzijama, onda je moguće složiti ih u matricu koju je autor nazvao kreatološka matrica.

U bazičnoj kreatološkoj matrici, svaka celija se može podeliti na četiri subćelije: kvalitativnog spram kvantitativnog izučavanja, i činjeničkog spram normativnog izučavanja.

SPOSOBNOST

KVALITATIVNO		4.1.1.2 Lična kreativnost teorijski izražena kao cilj pedagogije, industrije i sl.	
KVANTITATIVNO	ČINJENIČKI	4.1.2.1 Mera lične kreativnosti na psihodijagnostički način-testovi	4.1.2.2 Kvantitativne norme za ličnosti u različitim poslovnim situacijama (istraživački instituti, npr. za arhitekturu, dizajn, industriju.)

Tabela 2. Polje matrice SPOSOBNOST/INDIVIDUA (4.1) u elaboriranoj formi

Tako dobijamo izuzetno elaboriran sistem naučnih konstrukata i dilema. Autor sugerije da nastale podele treba shvatiti ozbiljno. Iako su početna istraživanja zasnovana na kvalitativnim metodama, napredak je moguć tek kada se kvalitativna faza preklopi sa periodom kvantitativnog istraživanja.

Kada se svako polje podeli na četiri dela, što je ne samo moguće već i nužno, dobija se elaborirana kreatološka matrica koja sadrži 48 celija (12 x 4). Kako autor ističe, matrica nije popunjavana nasumice, već je to rezultat rada čitave jedne zajednice istraživača kreativnosti. Ali treba obratiti pažnju da broj polja koje jedno istraživanje može da „pokrije“, varira u zavisnosti od specifičnih ciljeva i sadržajnog opsega. Iako se nekom njegovo istraživanje učini ogromnim, može biti da ono zauzima samo mali deo jedne celije, dok neko drugo istraživanje zauzima nekoliko celija. U ovom trenutku, kada se evidentiraju sve studije u domenu kreativnosti, elaborirana kreatološka matrica otkriva ve-

liki broj nepotpunjenih ćelija koje ostaju kao neka vrsta inspiracije i putokaz budućim istraživačima.

	SPOSOBNOST	PROCES	PRODUKT	
KULTURA	Teorija kreativne kulture	Istorijski proces	Koncept kreativnog produkta	
			Kreatometrija	
ORGANIZACIJA	Teorija humanističke organizacije		Koncept inovacije	
		Grafički model inovacije		
GRUPA	Koncept kreativnog tima			
INDIVIDUA		Eksperimenti individualnog rešavanja problema	Koncepti subjektivne kreacije	
	Psihološki testovi kreativnosti			

Tabela 3. Elaborirana (delimično popunjena) kreatološka matrica

Većina savremenih autora smatra da kreatološka matrica predstavlja najobuhvatniji referentni okvir za studije kreativnosti, ne samo zato što je korisna za definisanje i ispitivanje područja kreativnosti, već zato što nam dozvoljava da identifikujemo čak i one probleme koji još uvek nisu ni pomenuti. Tako sagedana, kreatološka matrica je istovremeno terminološki sistem i strateški plan za istraživanje. Potrebno je imati svest o celini i izučavati delove u međusobnim odnosima, kao i u odnosu na celinu. Prihvatanje jedinstvenog referentnog okvira među istraživačima bi u velikoj meri olakšalo postizanje tog cilja.

Mi ostajemo u domenu psiholoških istraživanja kreativnosti, a naša studija spada u oblast izučavanja *kreativne individue* putem psihološkog testa, ali i u kategoriju *kreativnog tima* jer je korišćen timski dijalog i situacija povezivanja, u okviru vežbi na Fakultetu dramskih umetnosti. U finalnoj interpretaciji

se i dalje opredeljujemo za Adlerov koncept i okvir transakcione analize, kao što smo to činili u prethodnom članku.

3. Roršahov izazov

Skromni i tihi Švajcarac je ostavio neverovatan trag u psihologiji kreirajući test koji je nazvan po njemu – Roršahov test (*Rorschach* 1998). To je psihološki test u kome se beleži i analizira percepcija subjekta prilikom posmatranja 10 vizuelnih stimulusa u vidu mrlja. Važno je naglasiti da su početna Roršahova istraživanja bila fokusirana na percepciju, a da su psihanalitičke interpretacije koje se skoro automatski povezuju sa testom nastale kasnije, bez učešća samog Roršaha. Po originalnom Roršahovom protokolu analiziraju se: sadržaj odgovora, lokacija i determinante odgovora. Za naš rad su značajna istraživanja determinanti koje se dele na: a) formu, b) boju, d) pokret i e) osenčenost. Naročito su nam zanimljive i inspirativne hipoteze o percepciji pokreta – M faktoru.

Najčešće interpretacije M odgovora se zasnivaju na tezi o antropomorfnoj tendenciji kod ljudi (pripisivanje ljudskih karakteristika neživotinjskom svetu) i o projekciji kao osnovnom mehanizmu ispoljavanja antropomorfnih tendencija (*Schachtel* 2001: 229). Kada se govori o M faktoru, često se polazi od hipoteza:

- da motorni impulsi mogu motivisati;
- da postoji specifična projekcija kinestetičkih senzacija na statičan objekt;
- da je izuzetno važan stav osobe koja projektuje, a taj stav ne može biti otuđen, već se stvara specijalna veza (*bonding*) u kojoj se projektuju važni delovi vrednosnog sistema individue (Mandić 2003: 39);
- da je često ponavljanje specifičnog M odgovora u protokolu signifikantno;
- da se M odgovori mogu kretati na skali konstruktivnog-destruktivnog;
- da se identifikacija autoreferentnosti može pratiti po uključenju subjekta, identifikacijom sa viđenim, i stepenom svesnosti ili prisutnim negacijama subjektovog vrednosnog sistema.

Ako se prisetimo Adlerovog koncepta kreativnog selfa koji se zasniva na aktivnom pristupu i principu stalnog pokreta, onda M odgovore možemo posmatra-

ti kao indikatore kreativnosti (*Ansbacher & Ansbacher 1956*). A odavno se zna da se na M odgovore tokom testiranja može uticati, što je nama izuzetno zanimljivo. Na primer, Barbara Lejn je 1948. godine, koristeći hipnozu, privremeno otklanjala inhibicije subjekata i tako povećavala broj M odgovora u protokolu (*Schachtel 2001: 229*). Povećanje M odgovora je interpretirala kao situaciono, bez implikacija o indukciji talenta. Nas je interesovala upravo ta mogućnost uticanja na M odgovore koji mogu biti indikatori kreativnosti. S jedne strane, inspiraciju smo našli u Adlerovoj analizi kreativnog selfa (*Ansbacher & Ansbacher 1956*). S druge strane, eksperimentalnu manipulaciju smo koncipirali prateći postulate transakcione analize (*Erskine 1997*). Želeli smo da proverimo u kojoj meri se može uticati na M odgovore kroz komunikaciju, dok su subjekti svesni, u grupnom kontekstu na Fakultetu dramskih umetnosti.

4. FDU pilotska studija

Šta? Ispitivali smo da li kreativna stimulacija i situacija povezanosti kod mlađih umetnika mogu delovati na učestalost M odgovora i kvalitet kreativnog produkta.

285

Kako? Izabrali smo empirijski pristup: istraživanje je izvedeno u kontrolisanim eksperimentalnim uslovima. Prisustvo pokreta u pričama smo pratili klasičnom Roršahovom analizom M odgovora, kao i analizom glagola.

Gde? Istraživanje smo sproveli na FDU, čiji studenti prolaze kroz ozbiljnu selekciju pre upisa.

Zašto? Krenuli smo od hipoteze da je kreativnost moguće stimulisati u grupnom kontekstu kroz verbalnu komunikaciju (postavljanjem pitanja), i kroz neverbalnu komunikaciju (stvaranjem kreativne povezanosti sa subjektom). Ako bismo koristili terminološki okvir transakcione analize, roditeljska poruka je glasila: „Igra je vrednost“, poruka iz Odraslog ego stanja glasila je: „Evo kako se igrati“, a poruka iz vizure Deteta – „Hajde da se igramo“. Neformalno rečeno, razigrani i nasmejani istraživači gledali su da oraspolože subjekte za pričanje priča.

Ko? U istraživanju su učestvovali studenti FDU⁶. Studenti su se prijavili za istraživače (13) i subjekte (10). Uzorak subjekata je podeljen u dve grupe: ekspe-

6 Potpuno smo svesni da je uzorak mali, a da je ovo samo pilotska studija koju ćemo nastaviti. Naš fakultet ima male klase, i nismo želeli suviše heterogen uzorak, pa smo zadržali samo studente režije i dramaturgije kao subjekte.

rimentalnu (u daljem tekstu E grupu) od 5 studenata, i kontrolnu (K grupu) od 5 studenata. Slučajnim izborom je određeno kojoj grupi svaki subjekt pripada. Obe grupe su izložene Roršahovim⁷ mrljama na njima bliskom mediju: ekranu. U instrukciji im je svima rečeno da će gledati Roršahove mrlje, ali da nas ne interesuje ničija psihopatologija ni inteligencija, već nas zanimaju priče, to jest pričanje priča. Istraživači su pripremili eksperiment, snimali kamerama, organizovali i postavljali pitanja. Dok su gledali na ekranu Roršahove mrlje, subjektima su timski postavljana pitanja. Svim subjektima je postavljen isti broj pitanja, s tim što su ona bila različita u kontrolnoj i eksperimentalnoj grupi. U kontrolnoj grupi, postavljana su pitanja iz standardnog Roršahovog protokola: „Šta vidite? Gde vidite? Po čemu vas to podseća na...“ i tako dalje. U eksperimentalnoj grupi, subjektima su postavljana drugačija pitanja (za koje verujemo da podstiču kreativnost). Naime, sem prvog, koji je uvek bilo isto („Šta vidite?“), svako sledeće pitanje je zavisilo od dobijenog odgovora. Na primer, posle odgovora „Vidim medveda“ sledilo bi pitanje „A kako se medved zove?“ ili „Kakav mu je karakter?“ ili „Čime se medved bavi?“. Na odgovor: „Vidim dve žene oko kazana“, pitanje je bilo „O čemu razgovaraju?“ ili „Jesu li udate?“ i sl. Studenti nisu imali unapred fiksirana pitanja jer je pitanje zavisilo od konkretne situacije. U pripremnom periodu, studenti-istraživači su se upoznali sa Roršahovim protokolom, uradili nekoliko probnih testiranja (na malom i velikom ekranu) i timski se pripremali za postavljanje eksperimentalnih pitanja. Nikakav teorijski koncept nije nametan. Postojala je namera da se pitanjima pospeši priča. Snimljeni materijali su transkribovani i dobijeno je 100 priča. Priče su isečene i pomešane, zatim date na procenu nezavisnim ekspertima, profesorima Fakulteta dramskih umetnosti. Koristeći skale od 1 do 5, profesori su svaku priču procenili na osnovu tri kriterijuma: maštovitosti, originalnosti i kreativnosti. Takođe je urađena analiza glagola i različitih vrsta reči u sto priča.

5. Rezultati i diskusija

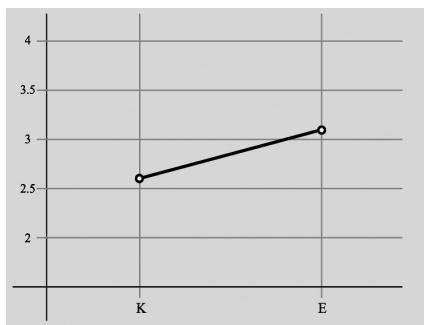
U obradi podataka korišćena je analiza varijanse.⁸ Proverili smo da li postoje razlike na dimenzijama kreativnosti, originalnosti i maštovitosti, između

⁷ Zahvaljujući dr Robertu Elenbogenu, koristili smo originalne Roršahove tablice iz 1925. godine.

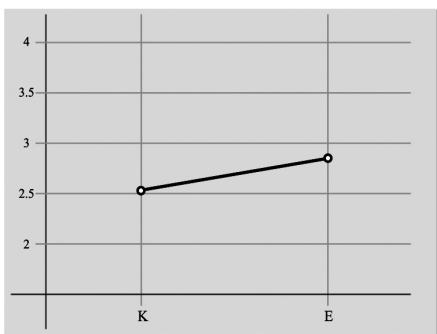
⁸ U preliminarnoj statističkoj analizi, proverili smo da li je značajan glavni efekat faktora PRIČE, odnosno da li je sam sadržaj stimulacije bio odlučujući u kreiranju priča, i da li postoji interakcija sa faktorom GRUPA. Kako nije utvrđena statistička značajnost efekta PRIČE, kao ni interakcije faktora, u kasnijoj analizi smo uzorak priča mogli tretirati skupno. Tako smo dobili dve veće grupe priča, eksperimentalnu (E) i kontrolnu grupu (K), svaku od po 50 priča.

grupe priča kreiranih u eksperimentalnim uslovima i onih koje su stvorene tokom standardne procedure. Uz to, analizirali smo M odgovore prateći upotrebu glagola i različitih vrsta reči u pričama. Proverene su razlike koje se tiču ukupnog broja upotrebljenih reči, broja glagola, aktivnosti glagola, korišćenja različitih glagolskih vremena i zamenica. Potom smo proveravali da li postoji razlika između priča mladih dramaturga i reditelja, i na koji način studenti različitih **katedri** reaguju na eksperimentalne uslove.

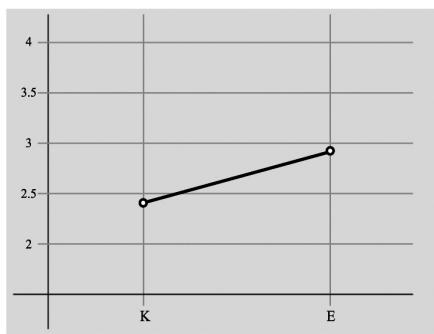
Analiza je pružila mnoštvo novih uvida i inspiracija. Počećemo od najvažnijih. Potvrđena je hipoteza da se na broj M odgovora može uticati. Eksperimentalna grupa je postigla veći broj M odgovora od kontrolne. Uz to, priče ispitanika iz eksperimentalne grupe procenjene su kao kreativnije, originalnije i maštovitije [$F(16,81)=3,40; p <.001^{***}$]. U statističkoj obradi, potvrđena je razlika između učinka kontrolne i eksperimentalne grupe.



Kreativnost $F(1,96)=19,92; p <.001$



Originalnost $F(1,96)=15,92; p <.001$



Maštovitost $F(1,96)=8,17; p <.01$

Grafici 1-3. Razlike između kontrolne i eksperimentalne grupe na dimenzijama kreativnosti, originalnosti i maštovitosti

Iako su profesori bili veoma strogi kada su čitali rade svojih studenata, rezultati pokazuju da su kreativnost, originalnost i maštovitost mlađih umetnika na višem stepenu kada smišljaju priče u uslovima kreativne stimulacije i povezanosti. To nije jedina razlika između kontrolne i eksperimentalne grupe. Naime, u pričama eksperimentalne grupe pojavljuje se više reči i glagola, češće se koristi sadašnje i buduće vreme, veća je upotreba aktiva i pasiva, kao i zamenica *on* i *oni*.

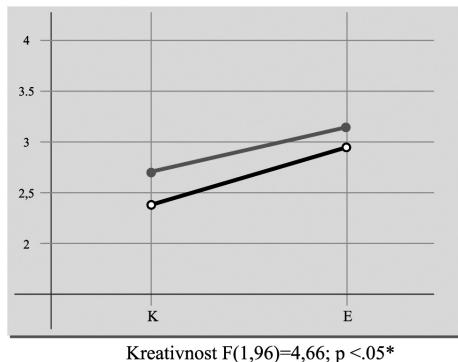
Vrsta i oblici reči		M(e)	M(k)	Razlika	F test	Značajnost
Broj	...reči	209.14	115.72	E>K	24.09	.001***
	...glagola	36.70	22.54	E>K	18.90	.001***
Glagolska vremena	Prošlo	5.70	4.04	E=K	1.68	-
	Sadašnje	23.18	13.72	E>K	17.24	.001***
	Buduće	7.76	4.74	E>K	7.88	.01**
Aktivnost glagola	Aktiv	28.76	17.78	E>K	16.20	.001***
	Pasiv	8.32	4.66	E>K	20.47	.001***
Upotreba zamenica	On	18.58	13.68	E>K	5.61	.05*
	Oni	10.66	4.64	E>K	13.59	.001***

Tabela 4. Statistička značajnost potvrđenih razlika između srednjih vrednosti eksperimentalne M(e) i kontrolne grupe M(k), u broju reči i oblicima koji su u pričama korišćeni

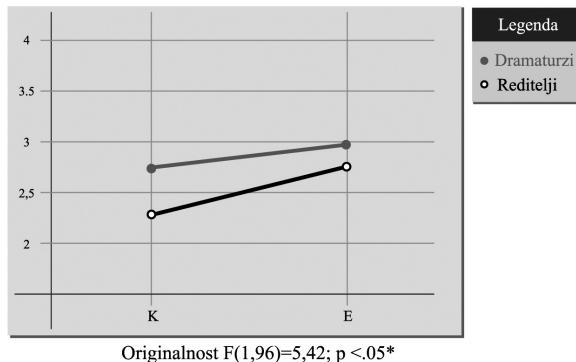
Utvrđene razlike pokazuju da priče ispitanika iz eksperimentalne grupe otkrivaju bogatiji rečnik, veću jezičku raznolikost, kao i slobodniji način upotrebe reči. Nalazi sugerisu da kreativna stimulacija i povezivanje koji su bili primjenjeni u eksperimentalnoj grupi mogu uticati ne samo na semantički razvoj već i na lingvističko razigravanje priče u nastajanju.

Iako studenti oba smera pokazuju bolje rezultate u eksperimentalnim uslovima, potvrđeno je da dramaturzi smišljaju kreativnije i originalnije priče od mlađih reditelja [$F(16,81)=4,26$; $p <.001***$]. To je, dakle, polje u kome suvereno vladaju. Po maštovitosti su ujednačeni, a način variranja između priča iz eksperimentalnih i kontrolnih uslova je sličan kod obe grupe mlađih umetnika.⁹

9 Nije potvrđena statistički značajna razlika između mlađih dramaturga i reditelja na dimenziji maštovitosti, kao ni interakcije faktora GRUPA (kontrolna i eksperimentalna) i faktora KATEDRA (dramaturgija i režija).



Kreativnost $F(1,96)=4,66$; $p < .05^*$

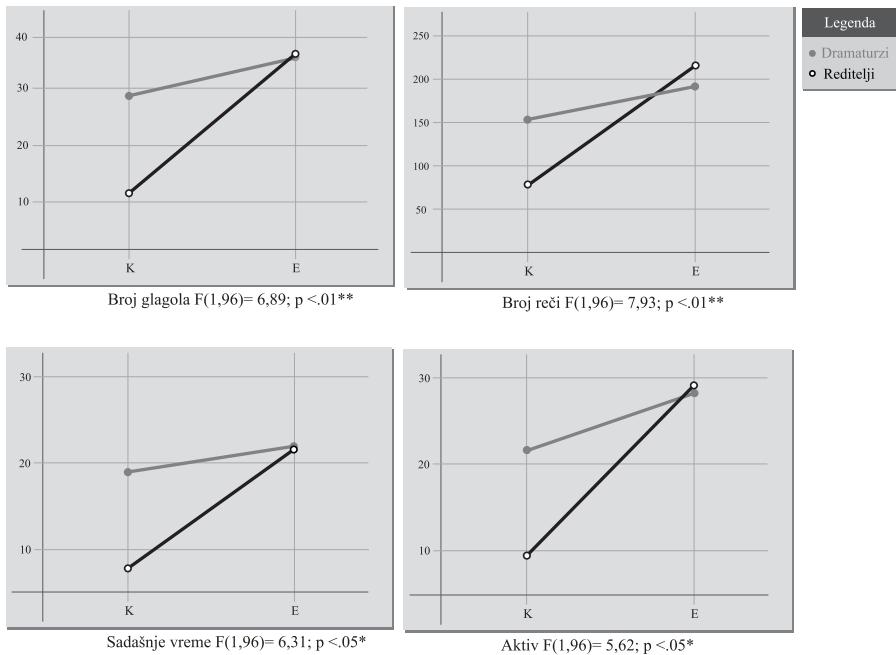


Legenda
 ● Dramaturzi
 ○ Reditelji

Grafici 4-5. Razlike između priča studenata režije i dramaturgije po procenama kreativnosti i originalnosti

Studenti oba smera podjednako su rečiti, mada mladi dramaturzi više koriste glagole, više koriste sadašnje i buduće vreme, aktiv kao i pasiv, u poređenju sa rediteljima za koje možemo reći da su „škrтiji“, posebno u situaciji kada nema kreativnog podsticaja kao što je to slučaj u kontrolnoj grupi.¹⁰ U skladu sa edukacijom i umetničkim izborom, dramaturzi pokazuju izvestan stepen veštine: bolje barataju glagolskim oblicima i spretnije koriste različite vrste reči. Međutim, u eksperimentalnoj grupi dramaturzi gube prednost jer je utvrđeno da se variranje između kontrolne i eksperimentalne grupe značajno razlikuje između studenata dramaturgije i režije. Naime, analiza pokazuje da su reditelji osetljiviji na kreativnu stimulaciju. Razlika između priča iz kontrolne i eksperimentalne grupe kod reditelja je drastičnija. To se posebno odnosi na broj reči i glagola, sadašnje vreme i aktivnost glagola.

¹⁰ Statistička značajnost razlika između dramaturga i reditelja u broju i vrsti zastupljenih reči prikazani su u Prilogu 1.



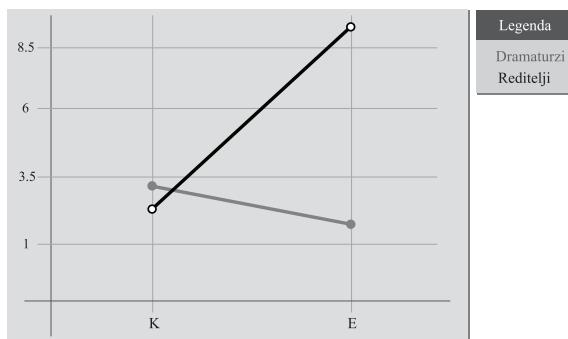
Grafici 6-9. Interakcije faktora GRUPA (kontrolne i eksperimentalne) i KATEDRA (dramaturgije i režije) u broju i vrsti reči

Kao što se dobro vidi na grafikonima, razlika između reditelja i dramaturga u kontrolnoj grupi je evidentna, dok se u eksperimentalnoj grupi gubi, jer reditelji u uslovima koji podstiču kreativnost „sustižu“ kolege, smišljaju priče koje su po rečitosti i upotrebi glagola slične pričama sa dramaturgije. Dramaturzi pak otkrivaju konzistentniji pristup, slobodnije pristupaju kreiranju priča u osnovnim uslovima, ali daleko manje reaguju na spoljne podsticaje čak i kada oni mogu biti u funkciji kreativnosti. Nalazi sugerisu da su metode za podsticanje kreativnosti putem kreativne stimulacije i povezivanja daleko efikasnije kod reditelja. Kao da se potencijal za jezičku igru kod njih oslobađa u susretu sa drugima, dok domaćaji mladih dramaturga manje zavise od spoljnih draži.

Reditelji i dramaturzi se razlikuju i po upotrebi zamenica u svojim pričama. Pojedine zamenice više koriste dramaturzi, bez obzira na to da li su priče smišljali u eksperimentalnoj ili u kontrolnoj grupi. Takav je slučaj sa retko korišćenom zamenicom *mi* [$F(1,96)=9,76; p<.01^{**}$] kao i sa često korišćenom zamenicom *oni* [$F(1,96)=8,38; p<.01^{**}$]. Zamenicu *on* koja je najučestalija, više upotrebljavaju dramaturzi od reditelja [$F(1,96)=4,14; p<.05^*$], mada je

ta razlika evidentna u kontrolnoj grupi, dok se u eksperimentalnim uslovima gubi. I ovde možemo uočiti istu tendenciju kao ranije: reditelji otkrivaju veću promenu između eksperimentalne i kontrolne grupe po čemu se značajno razlikuju od dramaturga [$F(1,96)=3,96$; $p <.05^*$]. Rezultat je u skladu sa prethodnim nalazom o verbalnom razigravanju mladih reditelja u situaciji kreativnog podsticaja.

Kod zamenice *ja*, situacija je specifična. Tu reč više koriste reditelji nego dramaturzi, što je upadljivo u eksperimentalnim uslovima [$F(1,96)=4,59$; $p <.05^*$]. Osim toga, variranje između kontrolne i eksperimentalne grupe je u suprotnim smerovima kada se porede studenti dramaturgije i režije.



Grafik 10. Interakcije faktora GRUPA (kontrolne i eksperimentalne) i KATEDRA (dramaturgije i režije) u korišćenju zamenice JA-F ($1,96=8,42$; $p <.01^{**}$)

Zamenica *ja* u rediteljskim pričama češće je zastupljena u eksperimentalnoj nego u kontrolnoj grupi, dok je kod studenata dramaturgije obrnuto – dramaturzi manje koriste *ja* u eksperimentalnim uslovima. *Ja* je jedina zamenica koja otkriva ovakvu tendenciju. Kao da kreativni podsticaji potpuno drugačije deluju na studente različitih usmerenja. Pitanje se samo nameće: da li su mladi reditelji spremniji da otkriju izvesnu dozu egocentrizma u situaciji kreativne stimulacije, dok se dramaturzi u istim uslovima udaljavaju od *ja*? Odgovor bi mogao ukazati na specifičnosti u kreativnom procesu i kognitivnoj strategiji umetnika različitih, a ipak veoma bliskih usmerenja, koji su u prirodnim uslovima čvrsto i često povezani. Za precizne zaključke potrebno je proširiti uzorak ispitanika, ali je sam nalaz vrlo indikativan i usmerava nas na nove empirijske provere.¹¹

¹¹ U dodatnoj analizi, uveli smo i dimenziju **roda** koja je pokazala da rediteljke i dramaturškinje u pričama više upotrebljavaju buduće vreme [$F(1,96)=5,90$; $p <.05^*$], kao i da više koriste zamenice *oni* [$F(1,96)=5,46$; $p <.05^*$], u poređenju sa svojim muškim kolegama. Nalaz postaje utoliko

6. Umesto zaključka

Inspiraciju za izučavanje pokreta pronašli smo u Adlerovoj individualnoj psihologiji i transakcionalnoj analizi. Adlerov koncept kreativnog selfa postulira da je zdrav self proces, glagol pre no imenica, trajni pokret koji neprestano teži boljem. Self je visoko personalizovano, subjektivno jezgro, koje teži ka iskustvima kojima će osmisliti i opravdati kreirani životni stil (*Ansbacher and Ansbacher 1956*). Snažan self garantuje konstantnost, koherenciju i kreativnost individue. Istraživanje životnog stila se nastavlja kroz istraživanje životnog scenarija u TA (*Erskine 1997*). Izučavajući ljudsku autonomiju, transakcioni analitičari tragaju za kontekstima, ljudskim odnosima i porukama koje će omogućiti kreativni životni scenario, zasnovan na vrednostima kao što su svest, spontanost i intimnost. Postupci koje smo primenili u radu sa eksperimentalnom grupom upravo su stvarali takav kontekst. I rezultati su evidentni. Do sledeće empirijske prilike, možemo zaključiti da metod kreativne stimulacije i povezivanja zaslužuje više pažnje i prostora u našem školskom sistemu, posebno u obrazovanju mladih reditelja. Treba ispitati dodatne metodske postupke koji mogu podstićati kreativne domašaje dramskih pisaca čiji je proces drugačiji, rekli bismo zatvoreniji i otporniji na spoljne podsticaje, pa zahteva poseban pristup. Zamenica *ja* i par drugih zamenica nameću neobičnu zagonetku kada se prate specifičnosti umetničkog izbora. Sigurno je da zaslužuju detaljnije ispitivanje kako bi se utvrdilo u kojim tačno okolnostima, u kakvim pričama i jezičkim konstrukcijama, *ja* postaje češće od ostalih. I kada to *oni* postaju važniji? Da li je reč o tendencijama koje otkrivaju mlađi umetnici, ili je to prosto odlika **naših** dana?

intrigantniji kada se uzme u obzir da se u „muškim“ pričama značajno više pojavljuje zamenica *ja* [$F(1,96)=8,27$; $p < .01^{**}$]. U narednom periodu, ostaje nam da proverimo ovaj nalaz, kao i da ga eventualno kontekstualizujemo kroz kvalitativnu analizu ponuđenih priča. Zbog obimnosti i specifičnosti istraživanja, rodne razlike će biti predmet diskusije u jednom od narednih članaka.

Prilog 1.
**Statistička značajnost razlika između priča studenata dramaturgije
 i režije u broju i upotrebi određenih vrsta reči**

Vrsta i oblici reči		Razlika	F test	Značajnost
Broj glagola		Režija ≠ Dramaturgija	5,85	.05*
Upotreba glagolskih vremena	... prošlog vremena	Režija = Dramaturgija	2,86	-
	...sadašnjeg vremena	Režija ≠ Dramaturgija	6,71	.05*
	...budućeg vremena	Režija ≠ Dramaturgija	6,78	.05*
Aktivnost glagola	Aktiv	Režija ≠ Dramaturgija	4,61	.05*
	Pasiv	Režija ≠ Dramaturgija	7,79	.01**
Upotreba zamenica	Ja	Režija ≠ Dramaturgija	4,59	.05*
	On	Režija ≠ Dramaturgija	4,14	.05*
	Mi	Režija ≠ Dramaturgija	9,76	01**
	Oni	Režija ≠ Dramaturgija	8,38	01**

293

Literatura

- Amabile, M. Theresa 1996. *Creativity in context*. Boulder, CO: Westview.
- Ansbacher, Heinz; Ansbacher, Rowena. 1956. *The Individual Psychology of Alfred Adler*. New York: Harper & Row.
- Erskine, G. Richard 1997. *Theories and Methods of an Integrative Transactional Analysis*. San Francisco: TA Press.
- Guilford, J.P. 1950. *Presidential address to the American Psychological Association*. Washington: American psychologist 5, 444–454.
- Isaksen, G.Scott; Murdock, C.Mary; Firestien, L.Roger; Treffinger, J.Donald (eds). 1993. *Understanding and Recognizing Creativity: The Emergence of a Discipline*. New Jersey: Ablex Publishing Corporation Norwood. 48.
- Magyari-Beck, Istvan. 1977. *About the Necessity of Complex Creatology*. In Isaksen, G.Scott; Murdock, C. Mary; Firestien, L. Roger; Treffinger J.Donald (eds) 1993. *Understanding and Recognizing Creativity: The Emergence of a Discipline*. New Jersey: Ablex Publishing Corporation Norwood. 48.
- Mandić, Tijana; Ražić, Zorica. 2006. Kreatologija – „Evo mene“. *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti*, (10). Beograd. 184–211.

- Mandić, Tijana. 2003. *Komunikologija. Psihologija komunikacija*, Beograd: CLIO. 39–44
- Mandić, Tijana. 1999. Kreativnost kao sudbina: psihološki profil umetnika. *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti* (3). Beograd. 311–345.
- Mandić, Tijana. 1997. Psihoterapeut kao metafora na filmu. *Zbornik radova*
- *Fakulteta dramskih umetnosti* (1). Beograd. 424–436.
- Kaufman, James; Sternberg, Robert (eds). 2006: *The International Handbook of Creativity*. New York: Cambridge University Press.
- Osborn, A.F. 1957. *Applied Imagination: Principles and Procedures of Creative Thinking*, 2d ed. New York :Scribners.
- Rhodes, M. 1961. *An Analysis of Creativity*. In *Frontiers of Creativity Research: Beyond the Basics*. Isaksen S,G.(ed) 1987. Buffalo, NY. p.216–222,
- Rorschach Test. 1998. *Psychodiagnostic Plates*. Cambridge, MA: Hogrefe Publishing Corp. Rorschach, H.
- Schachtel, Ernest. 2001. *Experimental foundations of Rorschach's test*. Analytic Press. Hillside. NJ. 229-230.
- Sternberg, Robert J. 1999. *Handbook of creativity*. New York: Cambridge University Press.
- Tadif, T.Z.; Sternberg, R.J. 1988. *What do we know about creativity?* In Sternberg, R.J: *The Nature of Creativity: Contemporary Psychological Perspectives*. Cambridge: Cambridge University Press. 429–440
- Singer L. Jerome 2009. Researching Imaginative Play and Adult consciousness: Implication for Daily and Literary Creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. Volume 3* Number 4. Washington: American Psychological Association.

CREATOLOGY: „HERE WE ARE“

Summary:

This is the second article in a series on Creatology created at the Faculty of Dramatic Arts. We assume that creativity is not a monolith, but is a multi-dimensional and cross-disciplinary phenomenon. We work in the domains of psychological research of the creative individual and creative teams. For this pilot study, the main hypothesis was that creativity could be stimulated in a group context. Further, that creativity could be stimulated through both verbal and non-verbal communication, by enabling a creative bonding with the subjects.

23 students were divided into researchers (13) and subjects (10). Subjects were divided in two groups of five: an experimental group (E) and a control group (K). Both groups of students were exposed to the original Rorschach plates, on the screen, their favorite media. Both groups were asked the same number of questions. The K group was asked the standard Rorschach protocol questions. The E group was asked the first Rorschach question followed by questions tailored to their responses, chosen to stimulate creativity. The materials were filmed and transcribed producing 100 stories. We divided the stories, shuffled them, and gave them to ten experts for evaluation. The stories were evaluated according to three criteria: fantasy, originality and creativity. We also analyzed the number and kind of verbs used in the stories.

The study supports the hypothesis that it is possible to favorably influence the 'M' factor. The stories created by subjects in the E group were evaluated as more creative, original and fantasy pregnant. The E group produced more words; more verbs, and they used more of the present and the future tense.

This research suggests that creative stimulation and bonding merit more attention in our school systems. We need more insight for understanding the methodological differences needed for educating scriptwriters from directors.

Key words: creatology, M factor, creativity stimulating and bonding, scriptwriters-directors, verbal analysis.