

Slavica Maksić<sup>1</sup>  
Institut za pedagoška istraživanja, Beograd

Jelena Pavlović<sup>2</sup>  
Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu

## Implicitne teorije kreativnosti univerzitetskih nastavnika<sup>3</sup>

**Apstrakt:** U radu se prikazuju rezultati ispitivanja implicitnih teorija kreativnosti univerzitetskih nastavnika koje je sprovedeno sa ciljem boljeg razumevanja uverenja nastavnika o manifestacijama kreativnosti i njenom razvoju. Ispitivanjem su obuhvaćeni nastavnici različitih fakulteta (N = 46) koji su odgovarali na upitnik sa pitanjima o kreativnom izražavanju i uslovima za razvoj kreativnosti u toku studija. Rezultati ukazuju na to da među nastavnicima preovlađuju uverenja da se kreativnost studenata manifestuje kao kreativni proces i da se kreativnost može razvijati u toku studija. Ispitivanje razlika u implicitnim uverenjima univerzitetskih nastavnika o prirodi i razvoju kreativnosti s obzirom na njihov pol, uzrast, dužinu radnog staža, radno mesto i naučnu oblast kojom se bave otkriva značajne razlike između nastavnika prirodnih i društvenih nauka. Izvedene su implikacije nalaza za dizajniranje podrške koja bi u većoj meri doprinela ispoljavanju i razvoju kreativnosti u okviru visokog obrazovanja.

**Ključne reči:** implicitne teorije, kreativnost, univerzitetski nastavnici, naučna oblast

### Uvod

Univerzitetski predavač je jedan od najprestižnijih poslova u savremenom svetu koji pretpostavlja kreativnost na više nivoa (Bleakley, 2004; Gaspar & Mabic,

---

<sup>1</sup> Dr Slavica Maksić je naučni savetnik u Institutu za pedagoška istraživanja u Beogradu (smaksic@ipi.ac.rs).

<sup>2</sup> Dr Jelena Pavlović je docent na Odeljenju za psihologiju Filozofskog fakulteta Univerziteta u Beogradu (pavlovich.jelena@gmail.com).

<sup>3</sup> Rad je nastao u okviru projekata Instituta za pedagoška istraživanja u Beogradu „Unapređivanje kvaliteta i dostupnosti obrazovanja u procesima modernizacije Srbije“ (br. 47008) i „Od podsticanja inicijative, saradnje i kreativnosti u obrazovanju do novih uloga i identiteta u društvu“ (br. 179034), koje finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

2015; Gibson, 2010; Morais *et al.*, 2017; Walsh *et al.*, 2013). Od univerzitetskih nastavnika se očekuje da budu kreativni u oblasti kojom se bave. Takođe, oni treba da budu kreativni u obrazovanju svojih studenata, budućih stručnjaka koji se pripremaju za najsloženije i najkreativnije poslove na tržištu rada. Dok je profesionalni razvoj univerzitetskih nastavnika u oblasti njihovog delovanja čvrsto utemeljen u njihovom obrazovanju, iznenađujuće je koliko je malo organizovane podrške za razvoj njihovih nastavničkih kompetencija. Univerzitetski nastavnici se oslanjaju na iskustva iz sopstvenog školovanja, bilo da žele da ponove neke prakse svojih nastavnika ili da ih izbegnu. Između dve grupe tih iskustava i uz efekte uglavnom lično motivisanog i samostalnog učenja u oblasti, nastavnici razvijaju sopstveni stil predavanja i ocenjivanja, koji se gradi i preispituje u toku karijere.

U pokušajima da se utvrde uslovi za ispoljavanje, razvoj i podsticanje kreativnosti na različitim nivoima obrazovanja, sprovedena su brojna istraživanja o implicitnim uverenjima nastavnika o tome kako oni vide kreativnost i svoju ulogu u pružanju podrške kreativnosti učenika (Andiliou & Murphy, 2010; Mullet *et al.*, 2016). Implicitne teorije kreativnosti predstavljaju lične konstrukcije koje obuhvataju uverenja o tome koje osobine, sposobnosti, sklonosti, stavovi, preferencije, aktivnosti i ponašanja čine kreativnost ili su sa njom povezane (Sternberg, 1985). Rezultati ukazuju na to da su najznačajnije figure za ispoljavanje i razvoj kreativnosti u školi nastavnici, čiji se uticaj ostvaruje realizacijom podsticajnih nastavnih aktivnosti i stvaranjem akademske klime koja podržava kreativno mišljenje i ponašanje učenika. Istraživački podaci navode na zaključak da nivo učionice i ono što se događa u njoj ima kapacitet da podrži kreativnost, dok se sa nivoa obrazovnog sistema i društva dešavaju nepovoljni uticaji koji ograničavaju ispoljavanje i razvoj kreativnosti (Maksić & Pavlović, 2015; 2018; Pavlović & Maksić, 2014; Pavlović, Maksić & Bodroža, 2013).

Ispitivanja u kojima su univerzitetski nastavnici bili ispitanici ukazuju na nesaglasnost uloga univerzitetskog nastavnika, kao stvaraoca koji daje kreativne doprinose u oblasti kojom se bavi i nastavnika od koga je očekuje da podržava i podstiče kreativnost svojih studenata. Upoređivanje kreativnih doprinosa univerzitetskih nastavnika i njihove uspešnosti u nastavi otkrilo je da se profil kreativnog stvaraoca razlikuje od profila uspešnog nastavnika (Rushton, Murreay & Paunonen, 1983). Kreativni istraživači i uspešni nastavnici imali su jednu zajedničku crtu, i to spremnost da budu lideri, dok su na dimenziji pružanja podrške bili na suprotnim stranama: uspešni nastavnici su ispoljavali podržavajuća ponašanja, a kreativni istraživači nisu bili skloni pružanju podrške. Nađeno je da su uspešni nastavnici liberalni, socijabilni, ekstrovertovani, neanksiozni, objektivni, neautoritarni, neodbrambeno nastrojani, inteligentni i osetljivi na lepo, dok su kreativni istraživači ambiciozni, istrajni, dominantni, agresivni, nezavisni i nisu skromni.

Ispitivanje afirmisanih stvaralaca, koji su bili univerzitetski nastavnici, o tome kako doživljavaju kreativnost u kontekstu učenja i nastave potvrdilo je da za tu grupu ispitanika nastava nije bila „naročito kreativna aktivnost“, iako su bili uvereni da studenti treba da uče kreativno (Kleiman, 2008). Iskustva nastavnika sa kreativnošću u učenju i nastavi su, osim fokusiranja na prepreke, uključila iskustva koja su fokusirana na proces, produkt, transformaciju i ličnu afirmaciju. Uverenje da su učenje i nastava transformativni proces po sebi ili se bar sprovede sa tom namerom pretpostavlja da postoje sposobnosti i prilike za istraživanje, zahteva preuzimanje rizika i veliku samouverenost onoga ko istraživanje sprovodi. Prema nalazima te studije, kreativnost je za univerzitetske nastavnike angažovanje u kreativnim procesima i proizvodnja kreativnih ciljeva koji se odnose na unošenje promena i menjanje stvari, s jedne strane, i profesionalno ispunjenje, izbegavanje ili bar pružanje otpora preprekama i frustracijama svakodnevnog akademskog života, s druge strane.

Istraživači ukazuju na nesaglasnost između preporučenih nastavnih praksi koje podržavaju kreativno ponašanje studenata i pozicije u kojoj su univerzitetski nastavnici. Od nastavnika se traži da pripremaju studente da postavljaju pitanja, za istraživački rad, da zauzimaju kritički stav, da preuzimaju rizik i da budu samouvereni, dok su nastavnici u poziciji autoriteta koja otežava takvo ponašanje. Ispitivanje studenata o nastavnim praksama koje podstiču kreativnost u njihovim univerzitetskim kursovima otkrilo je zajednički efekat zemlje i naučne oblasti za većinu procenjivanih faktora (Morais *et al.*, 2017). Brazilski studenti prirodnih nauka i tehnologije imali su negativnije opažanje klime za izražavanje ideja i za ohrabrivanje novih ideja u učionici u poređenju sa studentima društvenih nauka, umetnosti i humanističkih nauka, dok je sa portugalskim studentima bilo obrnuto. Predloženo je da se u budućim istraživanjima ispituju percepcije nastavnika iz različitih akademskih oblasti.

Rezultati drugog ispitivanja uverenja studenata govore o tome da kreativno rešavanje problema zasnovano na istraživanju još uvek nije zastupljeno u dovoljnoj meri na univerzitetu (Hosseini, 2011). Štaviše, prevladava procena da se učenje u visokoškolskim ustanovama oslanja na nastavu koja je zasnovana na memorisanju. Za inovativnu nastavu neophodno je da budu zadovoljeni brojni uslovi, kao što su uvođenje nove metodologije i novih tehnika, promene u ličnosti nastavnika, promene u akademskoj kulturi ustanove, komunikaciji studenata i fakulteta, obezbeđivanje određenih sredstava i drugo. U istom ispitivanju je utvrđeno da je većina studenata procenjivala da aktuelne nastavne metode dovode do pada motivacije za učenje, ali je ipak preferirala memorisanje. Uverenja studenata su se razlikovala zavisno od oblasti koju su studirali: studenti tehnike

su u većoj meri od studenata prirodnih i humanističkih nauka procenjivali da je njihova nastava kreativna i istovremeno su izražavali najmanji stepen preferiranja memorisanja.

Stvaranju povoljnih uslova za razvoj kreativnosti predavača na fakultetu može pomoći akademska klima koja bi u većoj meri podržavala kreativnost studenata u nastavi i učenju (Indrasari *et al.*, 2015). Univerzitetski nastavnici i studenti jesu svesni potrebe za kreativnošću u nastavnom procesu, ali studenti misle da ih nastavnici ne ohrabruju dovoljno da budu aktivni u nastavi (Gaspar & Mobic, 2015). Naši studenti tvrde da podsticajne nastavne aktivnosti i podržavajuća akademska klima mogu u najvećoj meri doprineti razvoju kreativnosti na univerzitetu (Maksić & Spasenović, 2018). U istom ispitivanju je utvrđeno da studenti naglašavaju značaj domena ispoljavanja za definisanje kreativnosti i ulogu studijskog programa i individualnih karakteristika studenata za razvoj kreativnosti. Studenti imaju potrebu da ono što uče povezuju sa onim što znaju i da vežbaju primenjujući stečeno znanje na rešavanju problema iz realnog života (Maksić, 2018).

### *Problem i ciljevi istraživanja*

Tema koja nas zanima u ovom radu odnosi se na pitanje da li i kako može da se uveća doprinos nastavnika univerziteta podsticanju kreativnosti njihovih studenata. Razvoj nauke i unapređivanje umetničkog stvaralaštva, uz obrazovanje kreativne populacije koja neprekidno usvaja i stvara nova znanja, spadaju u glavne ciljeve visokog obrazovanja (Zakon o visokom obrazovanju, 2018). U radu su analizirani rezultati istraživanja koje je sprovedeno sa ciljem da se bolje razumeju uverenja univerzitetskih nastavnika o kreativnosti i njenom razvoju u toku studija i na univerzitetu. Zbog značaja koji uverenja nastavnika imaju za njihov odnos prema kreativnosti studenata sa kojima rade, ispitivano je kako univerzitetski nastavnici konceptualizuju kreativnost i da li neke njihove karakteristike imaju značaj za to. Definisana su dva istraživačka pitanja.

- 1) Kako univerzitetski nastavnici definišu kreativnost, percipiraju kreativnost studenata i procenjuju mogućnosti za razvoj kreativnosti u toku studija?
- 2) Da li postoje razlike u implicitnim uverenjima univerzitetskih nastavnika o kreativnosti i njenom razvoju u toku studija s obzirom na pol, starost, dužinu radnog staža, radni status i oblast nauke kojom se oni bave?

## Metodologija

### *Uzorak*

Ispitivanje je izvedeno na prigodnom uzorku univerzitetskih nastavnika ( $N = 46$ ) sa svih državnih i jednog privatnog univerziteta u zemlji. U ispitivanju su učestvovali univerzitetski nastavnici prirodnih i društvenih nauka (elektrotehnika, medicina, matematika, geologija, arheologija, psihologija, sociologija, nauke o obrazovanju, pravo, ekonomija, teologija, političke nauke, organizacione nauke). Među ispitanicima ima više muškaraca nego žena; njihova starost se kreće od 23 do 67 godina ( $M = 43,13$ ;  $S. D. = 13,43$ ), a radni staž od jedne do 41 godine ( $M = 18,39$ ,  $S. D. = 12,92$ ). Približno polovina ispitanika ima viši radni status (docenti i redovni profesori), dok je druga polovina sa nižim radnim statusom (asistenti i saradnici u nastavi). Struktura uzorka po polu, radnom statusu i naučnoj disciplini kojom se nastavnik bavi data je u tabeli 1.

**Tabela 1:** Struktura uzorka po polu, nastavničkom zvanju i oblasti nauke

Karakteristike univerzitetskih nastavnika		f	%
Pol	Muški	28	60,9
	Ženski	16	34,8
	Bez odgovora	2	4,3
	Ukupno	46	100,0
Radni status	Viši	22	47,8
	Niži	21	45,7
	Bez odgovora	3	6,5
	Ukupno	46	100,0
Naučna oblast	Prirodne nauke	26	56,5
	Društvene nauke	20	43,5
	Bez odgovora	0	0,0
	Ukupno	46	100,0

### *Instrumenti*

Korišćen je Upitnik za ispitivanje implicitnih uverenja o kreativnosti koji je razvijen za ispitivanje istraživača u oblasti obrazovanja (Maksić i Pavlović, 2009) i modifikovan za univerzitetske nastavnike. Upitnik sadrži otvorena i zatvorena pitanja o tome šta je kreativnost, kako se ispoljava na različitim uzrastima i koliko i kako studije mogu doprineti razvoju kreativnosti.

### *Procedura prikupljanja podataka*

Autorke istraživanja pozvale su univerzitetske nastavnike sa različitih fakulteta koje poznaju i zamolile ih da oni pozovu svoje poznanike da se uključe u ispitivanje. Nastavnici koji su prihvatili da učestvuju imali su mogućnost da odgovore u papiru ili elektronski. Polovina učesnika dostavila je popunjen upitnik u papiru, a druga polovina elektronskom poštom. Ispitivanje je izvedeno u periodu 2011–2013. Pokazalo se da su univerzitetski nastavnici teško dostupni, ali oni koji su prihvatili da učestvuju odgovarali su detaljno na postavljena pitanja i bili su voljni da pozovu druge da učestvuju.

### *Procedura analize podataka*

Prikupljeni podaci analizirani su kombinacijom kvalitativnih i kvantitativnih postupaka. U prvoj fazi obrade primenjena je kvalitativna tematska analiza, koja predstavlja metod za identifikovanje i analizu obrazaca i tema koji su sadržani u podacima (Braun & Clarke, 2006). Urađena je tematska analiza sa unapred definisanim kodnim sistemom koji su razvijeni u ranijim istraživanjima. Analiza odgovora na pitanja o definiciji kreativnosti i manifestacijama kreativnosti u toku studija sprovedena je pomoću 4P modela, a na pitanje o vrstama doprinosa studija razvoju kreativnosti na osnovu Ekspertskeg modela za podsticanje kreativnosti u školi.

Iako je prvobitno razvijen za razvrstavanje istraživanja o kreativnosti, 4P model je uspešno korišćen kao neutralan i obuhvatan analitički okvir u ranijim ispitivanjima implicitnih teorija kreativnosti (Pavlović, Maksić & Bodroža, 2013). Kreativnost se određuje putem kreativne osobe, kreativnog procesa, kreativnog produkta i kreativne sredine (Rhodes, 1961). Kreativna osoba ima određene sposobnosti, kognitivne stilove, afektivne i motivacione obrasce, namere, stavove i vrednosti koji su relevantni za kreativno mišljenje, ponašanje i produkciju. Kreativni proces čine kreativno mišljenje, izražavanje, doživljavanje i usmeravanje ponašanja ka stvaranju originalnih i upotrebljivih produkata. Kreativni produkt je rezultat koji čine skup ideja, rešenje problema, naučno ili umetničko delo, ili uvođenje inovacija. Kreativna sredina obuhvata sve uticaje koji su izvan stvaraoca i deluju na njegovu kreativnu produkciju.

Odgovori univerzitetskih nastavnika o konceptu kreativnosti i opažanju manifestacija studentske kreativnosti iskazani kategorijama iz 4P modela fragmentisani su na potkategorije, sa ciljem detaljnije analize. Odgovori iz kategorije

kreativna osoba i kreativni proces razloženi su na potkategorije koje su razvijene u ispitivanju implicitnih teorija kreativnosti nastavnika osnovne škole istim instrumentom (Pavlović, Maksić & Bodroža, 2013). Kreativna osoba opisana je putem ličnosti, sposobnosti, motivacije, znanja i talenta, a kreativni proces kao kognitivni, ekspresivni, praktični i imaginativni. Kreativni produkti su bili razvrstani, na osnovu najčešće definicije kreativnog produkta, na originalne ili nove, i odgovarajuće, primerene ili korisne produkte koji su upotrebljivi, tačni i vredni. U razmatranju uticaja sredine, razlikovani su socijalni i materijalni uticaji, što je u saglasnosti sa razlikovanjem publike i onoga što pojedinac može priuštiti sebi a što omogućava ili podržava kreativnost.

Ekspertski model za podsticanje kreativnosti u školi ima sedam kategorija: nastavne aktivnosti, vannastavne aktivnosti, obrazovna klima, nastavni, odnosno studijski program, nastavnik, upravljanje kreativnošću i partnerstvo za kreativnost (Maksić & Pavlović, 2018). Nastavne aktivnosti obuhvataju sve aktivnosti koje se odnose na izvođenje nastave i proces učenja, dok se vannastavne aktivnosti odnose na aktivnosti koje nisu obavezne. Obrazovna klima obuhvata sve aspekte odnosa koji se uspostavljaju u okviru nastavnih i vannastavnih aktivnosti i utiču na njega. Studijski program obuhvata odgovore u kojima se učesnici pozivaju na karakteristike programa koji studenti uče. Kategorija nastavnik sadrži odgovore u kojima se navode lične crte, stručna znanja i pedagoške veštine nastavnika koje utiču na njegovo ponašanje prema studentima. Upravljanje kreativnošću odnosi se na njeno prepoznavanje, otkrivanje, usmeravanje i praćenje u obrazovnoj ustanovi. Kategorija partnerstvo za kreativnost odnosi se na uspostavljanje društvenog konsenzusa o značaju kreativnosti i obezbeđivanje systemske podrške javnosti. Opisane kategorije su u narednom koraku razvrstane na tri nivoa sa kojih deluju: prvi je nivo fakulteta, sledeći, opštiji, jeste nivo univerziteta i obrazovnog sistema, a poslednji, najopštiji, nivo društva.

Autorke teksta, koje su izvele istraživanje, nezavisno su sprovele kodiranje odgovora univerzitetskih nastavnika koristeći modifikovani 4P model i Ekspertski model za podsticanje kreativnosti u toku studija. Na osnovu provere intersubjektivne saglasnosti Koenovom kapa statistikom utvrđeno je da je postignuto zadovoljavajuće slaganje procenjivača. Saglasnost u kategorisanju odgovora pomoću 4P modela kreće se od 0,61 do 0,87 ( $p < 0,001$ ), što govori o dobrom i vrlo dobrom stepenu slaganja (Fleiss, Levin & Paik, 2003), dok za kategorije iz Ekspertskog modela iznosi od 0,71 do 0,95 ( $p < 0,001$ ), koji se opisuje kao dobro do odlično slaganje. Usledilo je završno kodiranje odgovora o kojima nije postignuta saglasnost u prvom kodiranju, tako što su dva istraži-

vača zajednički odredila kodove koji su korišćeni u daljoj analizi. U nastavku su dati primeri kodiranja odgovora na pitanja o konceptu kreativnosti i percepciji studentske kreativnosti (tabela 2) i o vrstama doprinosima studija razvoju kreativnosti (tabela 3).

**Tabela 2:** Ilustracija kodiranja odgovora na pitanje šta je kreativnost i kako se ispoljava u toku studija

Odgovor	Kategorije	Potkategorije
Primer 1. Suština kreativnosti je stvaranje novih ideja, rešavanje problema / <i>Proces kognitivni</i> /, stvaranje novog u raznim domenima (nauka, umetnost, život); / <i>Produkt originalni</i> / kreativnosti nema bez ideje i inteligencije. / <i>Osoba sposobnosti</i> /	Proces Produkt Osoba Produkt	Kognitivni Originalni Sposobnosti Korisni
Primer 2. Brzim odgovorom na svakodnevne izazove. / <i>Produkt korisni</i> /		

**Tabela 3:** Ilustracija kodiranja odgovora na pitanje kako škola i studije mogu doprineti razvoju kreativnosti

Odgovor	Kategorija
Primer 1. Podsticanjem slobode mišljenja i izražavanja, ohrabrivanjem i nagrađivanjem originalnosti, / <i>Klima</i> / većom okrenutošću ka praktičnim znanjima i veštinama. / <i>Nastava</i> /	Obrazovna klima Nastavne aktivnosti Studijski program Nastavnik Partnerstvo za kreativnost
Primer 2. Nastavni planovi i programi moraju da odgovaraju profilu koji se školuje, da pruže neophodna znanja i usmere na relevantnu stručnu literaturu i reprezentativne primere primene u praksi. / <i>Program</i> / Nastavni kadar mora imati vrhunska stručna i metodička znanja. / <i>Nastavnik</i> / Materijalna baza nastavnog procesa mora biti u skladu-trendu i vizionarska. / <i>Partnerstvo</i> /	

U procesu kodiranja utvrđeno je da su neki ispitanici davali odgovore koji su bili razvrstani u više kategorija. Takve okolnosti su omogućile da se, osim planirane analize po sadržaju odgovora, sprovede i analiza po složenosti odgovora. Razlikovani su jednodimenzionalni i višedimenzionalni odgovori. Jednodimenzionalni odgovori su sastavljeni od jedne jedinice za analizu, a višedimenzionalni od više jedinica za analizu. Izuzetak je pitanje koje je tražilo procenu stepenu doprinosa studija razvoju kreativnosti jer su bili ponuđeni odgovori (nimalo, malo, mnogo, potpuno), a ispitanik je odgovarao birajući jedan od njih.



U prvoj fazi obrade, sprovedena je frekvencijska analiza odgovora na pitanja o definiciji kreativnosti, percepciji kreativnosti u toku studija i mišljenja o vrsti doprinosa studija razvoju kreativnosti po sadržaju (kategorije i potkategorije, tamo gde su postojale) i po složenosti (jednodimenzionalni i višedimenzionalni odgovori). Odgovori na pitanje o proceni doprinosa studija razvoju kreativnosti obrađeni su samo sadržinski, tako što je izračunata zastupljenost svake od ponuđenih kategorija. Frekvencijska analiza dopunjena je procentnom analizom, uz napomenu da je to urađeno uslovno, zbog malog broja ispitanika i odgovora, i samo radi olakšavanja razumevanja dobijenih rezultata.

U drugoj fazi obrade izvedeno je ispitivanje razlika u implicitnim uverenjima univerzitetskih nastavnika o kreativnosti s obzirom na njihove karakteristike (pol, uzrast, dužinu radnog staža, status radnog mesta i naučnu oblast kojom se bave). Učesnici su razvrstani: po polu (muški, ženski); po uzrastu (mlađi do 40 godina i stariji od 40 godina); po radnom stažu (kraći do 20 godina i duži od 20 godina); po radnom mestu (niži status imaju asistenti i saradnici, a viši docenti i profesori); po naučnoj oblasti (prirodne nauke: elektrotehnika, rudarstvo i geologija, medicina i matematika, i društvene: pravo, ekonomija, političke nauke, arheologija, psihologija, sociologija, nauke o obrazovanju, organizacione nauke, sport i fizičko vaspitanje i teologija). U obradi odgovora na pitanja o definiciji kreativnosti, percepciji kreativnosti u toku studija i uverenja o vrstama doprinosa studija razvoju kreativnosti primenjen je hi kvadrat test za višestruke odgovore i to Rao–Skotov korigovan hi kvadrat test (Decady & Thomas, 2000). Na pitanje koje je tražilo procenu stepena doprinosa studija razvoju kreativnosti primenjen je Pirsonov hi kvadrat test.

## Rezultati

### *Implicitna uverenja univerzitetskih nastavnika o kreativnosti i njenom razvoju*

*Definicija kreativnosti.* Ispitivani univerzitetski nastavnici definisali su kreativnost najčešće kao kreativnu osobu, znatno ređe kao kreativni proces, još ređe kao kreativni produkt, a vrlo retko kao kreativnu sredinu (tabela 4). U opisu kreativne osobe dominantne su sposobnosti, crte ličnosti i motivacija, dok su među kreativnim procesima najbrojniji kognitivni i imaginativni procesi. Većina odgovora je jednodimenzionalna, što znači da ispitanik definiše kreativnost jednom kategorijom iz modela 4P (73,9%).

**Tabela 4:** Frekvencija kategorija i potkategorija u definicijama kreativnosti i procenat univerzitetskih nastavnika koji je određenu kategoriju koristio u svojoj definiciji

Kategorije	f odgovora	%*	Potkategorije	f
Kreativna osoba	32	69,6	Ličnost	11
			Sposobnosti	17
			Motivacija	10
			Znanje	2
			Talenat	3
			Nepotkategorisano	0
Kreativni proces	17	37,0	Međuzbir	43
			Kognitivni	8
			Ekspresivni	3
			Praktični	3
			Imaginativni	6
			Nepotkategorisano	0
Kreativni produkt	9	19,6	Međuzbir	20
			Originalni	5
			Korisni	1
			Nepotkategorisani	3
Kreativna sredina	2	4,3	Međuzbir	9
			Materijalna	0
			Socijalna	2
			Nepotkategorisano	0
Ukupno	60		Međuzbir	2
			Ukupno	74
Nekategorisano	0	0,0		
Bez odgovora	0	0,0		

\*Napomena: Procenti su računati u odnosu na broj ispitanika (N = 46). Procenti u ovoj koloni se ne dopunjuju do 100% jer je odgovor jednog ispitanika mogao biti raščlanjen na više kategorija.

*Percepcija kreativnosti studenata.* Univerzitetski nastavnici, koji su učestvovali u ispitivanju, opisuju kreativnost na nivou visokog obrazovanja najčešće kao kreativni proces, znatno ređe kao kreativnu osobu, potom kao kreativni produkt, dok je pominjanje kreativne sredine gotovo zanemarljivo (tabela 5). Većina ispitanika (63,0%) dala je jednodimenzionalni opis ispoljavanja kreativnosti u toku studija.

**Tabela 5:** Frekvencija kategorija i potkategorija u percepciji studentske kreativnosti i procenat univerzitetskih nastavnika koji je određenu kategoriju koristio u opisu studentske kreativnosti

Kategorije	f	%	Potkategorije	f
Kreativna odsoba	18	39,1	Ličnost	8
			Sposobnosti	4
			Motivacija	7
			Znanje	2
			Talenat	0
			Nepotkategorisano	0
Kreativni proces	30	65,2	Međuzbir	21
			Kognitivni	10
			Ekspresivni	5
			Praktični	16
			Imaginativni	0
			Nepotkategorisan	5
Kreativni produkt	10	21,7	Međuzbir	36
			Originalni	3
			Korisni	5
			Nepotkategorisani	3
Kreativna sredina	1	2,2	Međuzbir	11
			Materijalna	0
			Socijalna	1
			Nepotkategorisano	0
Ukupno	59		Ukupno	69
Nekategorisano	2	4,4		
Bez odgovora	1	2,2		

\*Napomena: Procenti su računati u odnosu na broj ispitanika (N = 46). Procenti u ovoj koloni se ne dopunjuju do 100% jer je odgovor jednog ispitanika mogao biti raščlanjen na više kategorija.

*Procena doprinosa studija razvoju kreativnosti.* Većina ispitanih univerzitetskih nastavnika procenila je da studije mogu „mnogo“ da doprinesu razvoju kreativnosti studenata (tabela 6). Uočavamo da skoro petina ispitanika nije odgovorila na to pitanje.

**Tabela 6:** Frekvencija i procenat univerzitetskih nastavnika koji su procenjivali stepen doprinosa studija razvoju studentske kreativnosti

Stepen doprinosa	f	%
Nimalo	0	0
Malo	8	17,4
Mnogo	25	54,3
Potpuno	4	8,7
Bez odgovora	9	19,6
Ukupno	46	100,0

*Uverenje o vrsti doprinosa studija razvoju kreativnosti studenata.* Opisujući kako studije mogu doprineti razvoju kreativnosti studenata, univerzitetski nastavnici koji su učestvovali u ispitivanju najčešće su navodili nastavne aktivnosti, zatim nastavnike i obrazovnu klimu, a najređe su pominjane vannastavne aktivnosti (tabela 7). Više od polovine ispitanika (54,3%) dalo je jednodimenzionalne odgovore na to pitanje.

**Tabela 7:** Frekvencija odgovora i procenat univerzitetskih nastavnika koji su koristili određenu kategoriju iz Ekspertskog modela u opisu vrsta doprinosa studija razvoju kreativnosti

Kategorija doprinosa	f odgovora	%*	Nivo uticaja	f odgovora	%*
Nastavne aktivnosti	23	50,0	Fakultet	29	63,0
Obrazovna klima	11	23,9			
Vannastavne aktivnosti	1	2,2	Obrazovni sistem	24	52,2
Studijski program	7	15,2			
Profesionalni razvoj nastavnika	12	26,1			
Upravljanje kreativnošću	9	19,6	Društvo	3	5,5
Partnerstvo za kreativnost	3	6,5			
Ukupno	66		Ukupno	56	
Nekategorisano	4	8,7			
Bez odgovora	0	0,0			

\*Napomena: Procenti su računati u odnosu na broj ispitanika (N = 46), pa se ne dopunjuju do 100% jer je odgovor jednog ispitanika mogao biti raščlanjen na više kategorija.

U odgovorima nastavnika o doprinosima studija razvoju kreativnosti studenata prevlađuju uticaji faktora koji deluju u okviru fakulteta, ali je i više od polovine ispitanika govorilo o doprinosima sa višeg nivoa koji se odnose na univerzitet i obrazovni sistem. Najmanje su zastupljeni uticaji sa najvišeg nivoa koji se odnose na društveno vrednovanje i širu društvenu podršku kreativnosti.

## Karakteristike univerzitetskih nastavnika i njihova implicitna uverenja o kreativnosti i njenom razvoju

Ispitivanje razlika u sadržaju i složenosti implicitnih uverenja univerzitetskih nastavnika o kreativnosti i njenom razvoju s obzirom na pol, uzrast, radni staž, status radnog mesta i naučnu oblast kojom se nastavnik bavi otkriva da većina razlika nije statistički značajna (tabele 8 i 9).

Kao što se u tabeli 8 može videti, univerzitetski nastavnici su se razlikovali u mišljenju o vrsti doprinosa studija razvoju kreativnosti s obzirom na svoj radni status na univerzitetu: univerzitetski nastavnici koji su imali viši radni status češće su navodili obrazovnu klimu nego nastavnici sa nižim radnim statusom kao uslov za razvoj kreativnosti u toku studija. Uočavamo još dve tendencije u proceni stepena doprinosa studija razvoju kreativnosti: univerzitetski nastavnici sa nižim radnim statusom češće su procenjivali da studije mogu malo doprineti razvoju kreativnosti nego nastavnici sa višim radnim statusom; slično, univerzitetski nastavnici koji su se bavili prirodnim naukama češće su izjavljivali da studije mogu malo doprineti razvoju kreativnosti studenata nego nastavnici iz oblasti društvenih nauka.

**Tabela 8:** Značajnost razlika u sadržaju uverenja o kreativnosti univerzitetskih nastavnika s obzirom na njihov pol, starost, dužinu radnog staža, radni status i naučnu oblast kojom se bave ( $\chi^2$ )

Karakteristike nastavnika	Statistik	Definicija kreativnosti	Percepcija kreativnosti studenata	Procena stepena doprinosa studija	Mišljenje o vrsti doprinosa studija
Pol	$\chi^2$	5,21	2,63	2,92	3,83
	df	4	4	2	7
	p	.267	.621	.254	.800
Starost	$\chi^2$	5,50	2,47	3,50	10,48
	df	4	4	2	7
	p	.239	.651	.192	.163
Dužina radnog staža	$\chi^2$	1,75	2,31	3,93	9,67
	df	4	4	2	7
	p	.781	.679	.182	.208
Radni status	$\chi^2$	.11	1,50	4,84	16,02
	df	4	4	2	7
	p	.999	.827	.085	.025
Naučna oblast	$\chi^2$	5,21	3,26	5,12	6,12
	df	4	4	2	7
	p	.267	.516	.088	.526

Prema podacima koji su sadržani u tabeli 9, univerzitetski nastavnici razlikovali su se u pogledu složenosti odgovora u definisanju kreativnosti tako što su oni sa kraćim radnim stažom češće definisali kreativnost višedimenzionalno. Mogu se uočiti i tendencije da su mlađi univerzitetski nastavnici i nastavnici sa nižim radnim statusom češće definisali kreativnost višedimenzionalno nego što su to činili stariji nastavnici i nastavnici sa višim radnim statusom na univerzitetu. U percepciji kreativnosti studenata bila je značajna naučna oblast pa su tako nastavnici iz oblasti društvenih nauka češće opisivali kreativnost u toku studija višedimenzionalnim odgovorima nego nastavnici prirodnih nauka.

**Tabela 9:** Značajnost razlika u složenosti uverenja univerzitetskih nastavnika o kreativnosti i njenom razvoju s obzirom na pol, starost, dužinu radnog staža, radni status i naučnu oblast kojom se nastavnik bavi ( $\chi^2$ )

Karakteristike nastavnika	Statistik	Definicija kreativnosti	Percepcija kreativnosti studenata	Procena vrste doprinosa studija
Pol	$\chi^2$	.06	.23	1,41
	df	1	2	2
	p	1.000	1.000	.515
Starost	$\chi^2$	3.97	.50	.09
	df	1	2	2
	p	.081	.759	1.000
Dužina radnog staža	$\chi^2$	4,75	2,42	1,26
	df	1	2	2
	p	.043	.384	.604
Radni status	$\chi^2$	3,38	.79	3,08
	df	1	2	2
	p	.088	.705	.294
Naučna oblast	$\chi^2$	.02	6,38	3,58
	df	1	2	2
	p	1.000	.038	.178

## Diskusija

Odgovori univerzitetskih nastavnika o prirodi i razvoju kreativnosti ukazuju na to kako oni konceptualizuju kreativnost i gde vide mogućnosti za njeno podsticanje u toku visokoškolskog obrazovanja. Uočavamo određene sličnosti i razlike u odnosu na nastavnike koji predaju u osnovnim i srednjim školama. Slično kao njihove kolege sa nižih nivoa obrazovanja, univerzitetski nastavnici definišu kreativnost u najvećoj meri kao svojstvo pojedinca, dok manifestaci-

je kreativnosti na uzrastu sa kojim rade vide kao kreativni proces (Maksić & Pavlović, 2015; 2018). Dominacija viđenja manifestacija kreativnosti kao procesa otvara prostor za angažovanje nastavnika u njenom podsticanju. Nastavnici sa visokoškolskih ustanova vide manje mogućnosti za razvoj kreativnosti u toku studija nego nastavnici osnovne i srednje škole, ali se slažu sa njima da najveće mogućnosti za podršku kreativnosti predstavljaju podsticajne nastavne aktivnosti i povoljna akademska klima.

Univerzitetski nastavnici koji pripadaju različitim domenima na osnovu iskustva sa sopstvenim kreativnim doprinosima poznaju specifičnosti domena. I kao što se razlikuje stvaranje u tim oblastima, tako se mogu razlikovati i njihove implicitne teorije kreativnosti i njenog obrazovanja ili podrške za kreativnost na univerzitetu (Weinstein *et al.*, 2014). Uverenje da je ispoljavanje kreativnosti povezano sa domenom ima posledice po shvatanje i merenje kreativnosti (Baer, 2011). Ako je kreativnost domenspecifična, vežbanje opštih veština ili crta može malo da doprinese kreativnom postignuću u određenoj oblasti. Uvećanje opšte kreativnosti studenata zahteva vežbe, aktivnosti, probleme, pitanja iz što je moguće više različitih oblasti. Otvorenost za nove ideje, sklonost igranju idejama i spremnost da se izbegava prerano zatvaranje mogu biti prisutni u jednoj oblasti angažovanja određene osobe, a ne moraju biti u drugoj oblasti njenog delovanja. S druge strane, veštine divergentnog mišljenja važne su u mnogim domenima, iako su domenspecifične.

Razlike u implicitnim uverenjima univerzitetskih nastavnika koje zahtevaju diskusiju odnose se na nalaz koji ukazuje na to da nastavnici društvenih nauka daju složenije definicije kreativnosti od nastavnika prirodnih nauka. Ako pođemo od pretpostavke da je ispoljavanje kreativnosti zavisno od polja, možemo pretpostaviti da je kreativni produkt u prirodnim naukama lakše prepoznati. U društvenim naukama je teže vrednovanje produkta kao kreativnog jer data ocena više zavisi od procenjivača. Neko umetničko delo, muzički komad, slika ili knjiga mogu da se smatraju nakaradnim, neprihvatljivim, pogrešnim u trenutku nastanka, da bi se naknadno ispostavilo da je to bio vesnik novog pravca u oblasti. Produkti društvenih nauka su mnogo više zavisni od jezika, mesta i vremena u kojem su nastali nego produkti prirodnih nauka. Teže je odrediti šta je originalno nego šta je korisno. Produkte prirodnih nauka preporučuje njihova upotrebna vrednost, dok produkti društvenih nauka više komuniciraju sa emocijama i doživljajem njihovog korisnika.

Iako su male razlike u uverenjima univerzitetskih nastavnika o kreativnosti s obzirom na njihove demografske i socijalne karakteristike, one govore o potrebi za daljim ispitivanjem faktora koji su povezani sa implicitnim uverenjima

nastavnika. Podatak da svaki peti ispitanik nije odgovorio na pitanje u kojoj meri studije mogu da doprinesu razvoju kreativnosti zahteva posebno razmatranje. Može se pretpostaviti da za takvo ponašanje postoje razlozi koji su izazvani iskustvima nastavnika sa kreativnošću njihovih studenata i očekivanjima, ali bi tu temu valjalo dalje istraživati, i to ne samo na osnovu uverenja nastavnika i studenata nego i drugih lica koja su odgovorna za visoko obrazovanje. Ograničenja studije čini, najpre, mali broj ispitanika za ispitivanje veze. Možda bi bilo više značajnih veza da je bio veći uzorak. Podela na prirodne i društvene nauke je gruba, te je neophodno da se nastave ispitivanja u različitim poljima nauke i umetnosti, sa većim uzorcima i korišćenjem drugih metoda, kao što su fokus grupa i intervju.

Univerzitetski nastavnik je facilitator učenja, mentor, model, može da bude uzor i idol, ali je pre svega saradnik. Potrebna znanja i veštine za obavljanje nastavničke uloge mogu da se posmatraju iz više uglova: kao deo njegovog ličnog rasta i razvoja; kao želja i potreba da se u taj rad uključi još neko (studenti), spremnost da se autorstvo deli sa drugima i da se funkcioniše u timu; praćenje promena u učenju koje proizvode nove tehnologije i mediji, upoznavanje generacijskih razlika itd. Istraživači tvrde da su potrebne domenspecifične teorije kreativnosti koje obećavaju objašnjenja i predviđanja u aktuelnom vremenu (Baer, 2011; Weinstein *et al.*, 2014). Domenspecifična priroda kreativnosti ima implikacije na to kako ćemo tumačiti i meriti kreativnost, kao i na to kako treba usmeriti rad ka razvoju veština kreativnog mišljenja u različitim domenima. Ako se kreativnost vežba kao divergentno mišljenje na jednoj vrsti sadržaja, u tom domenu se može uvećati kreativno izražavanje. Ako je cilj uvećanje opšte kreativnosti, ono što se dešava u procesu učenja treba da bude iz više različitih domena.

## Zaključak

Podsticanje kreativnosti na univerzitetu zahteva da rad sa studentima postane značajan deo profesionalnog ispunjenja nastavnika. Taj cilj se može ostvariti prevazilaženjem nesklada između uloge univerzitetskih nastavnika kao onih koji daju kreativne doprinose u oblasti u kojoj deluju i njihove uloge nastavnika koji podučavaju studente. Odlično poznavanje oblasti kojom se određeni nastavnik bavi nije dovoljno da on bude jednako dobar nastavnik. Koncipiranje i realizacija studentskog programa, pisanje udžbenika i priručnika, vrednovanje rada studenata i drugi relevantni aspekti nastavničke uloge pretpostavljaju znanja i veštine za koje se univerzitetski nastavnici ne obučavaju u toku svoje karijere. Nastavnicima koji predstavljaju modele i mentore budućim stručnjacima u čijem razvoju učestvuju



potrebni su dodatni kursevi. Značajne teme na tim kursevima mogu da budu osveščivanje ličnih uverenja nastavnika o uslovima za razvoj kreativnosti na univerzitetu i zavisnosti kreativnosti od domena u kojem se ispoljava.

### Reference:

- ANDILIOU, A., & MURCHY, P. K. (2010). Examining variations among researchers' and teachers' conceptualizations of creativity: A review and synthesis of contemporary research. *Educational Research Review*, 5(3), 201–219.
- BAER, J. (2011). Why teachers should assume creativity in very domain specific. *The International Journal of Creativity and Problem Solving*, 21(2), 57–61.
- BLEAKLEY, A. (2004). 'Your creativity or mine?': A typology of creativities in higher education and the value of a pluralistic approach. *Teaching in Higher Education*, 9(4), 463–475
- BRAUN, V., & CLARKE, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- DECADY, Y. J., & THOMAS, D. R. (2000). A simple test of association for contingency tables with multiple column responses. *Biometrics*, 56, 893–896.
- FLEISS, J. L., LEVIN, B., & PARK, M. C. (2003). *Statistical methods for rates and proportions*, 3<sup>rd</sup> ed. New York: John Wiley & Sons.
- GASPAR, D., & MABIC, M. (2015). Creativity in higher education. *Universal Journal of Educational Research*, 3(9), 598–605.
- GIBSON, R. (2010). Points of departure, the 'art' of creative teaching: Implications for higher education. *Teaching in Higher Education*, 15(5), 607–613.
- HOSSEINI, A. S. (2011). University student's evaluation of creative education in universities and their impact on their learning. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 15, 1806–1812.
- INDRASARI, M., NEWCOMBE, P., ELIYANA, A., & YUNUS, E. (2015). The influence of academic climate and individual creativity on lecturer competence in private university at Surabaya Indonesia. *International Journal of Business and Management*, 10(8), 127–134.
- KLEIMAN, P. (2008). Towards transformation: conceptions of creativity in higher education. *Innovations in Education and Teaching International*, 45(3), 209–217.
- MAKSIĆ, S. (2018). Kako budući pedagozi vide kreativno učenje. U G. Gojkov i A. Stojanović (ur.), *Darovitost i kreativni pristupi učenju*, Zbornik 23(228–239). Vršac: Visoka škola za obrazovanje vaspitača „Mihailo Palov“.
- MAKSIĆ, S. & PAVLOVIĆ, J. (2015). Srednja škola kao kontekst za ispoljavanje i razvoja kreativnosti. *Nastava i vaspitanje*, 64(1), 71–85. doi:10.5937/nasvas1501071M
- MAKSIĆ, S., PAVLOVIĆ, J. (2018). Implicitne teorije kreativnosti u školskom kontekstu: doprinos kvalitativnih studija. U D. Lazarević, N. Gutvaj, D. Malinić i N. Ševa (ur.), *Unapređivanje kvaliteta i dostupnosti obrazovanja u Srbiji* (53–67). Beograd: Institut za pedagoška istraživanja.

- MAKSIC, S., & SPASENOVIC, V. (2018). Educational Science students' implicit theories of creativity. *Creativity Research Journal*, 30(3), 287–294.
- MORAIS, M. F., FLEITH, D. S., ALMEIDA, L. S., AZEVEDO, I., ALENCAR, E. M. L. S. & ARAÚJO, A. M. (2017). Teaching practices for creativity at university: A study in Portugal and Brazil. *Paidéia* (Ribeirão Preto), 27(67), 56–64.
- MULLET, D. R., WILLERSON, A., LAMB, N., & KETTLER, T. (2016). Examining teacher perceptions of creativity: A systematic review of the literature. *Thinking Skills and Creativity*, 21, 9–30.
- PAVLOVIĆ, J., & MAKSIC, S. (2014). Implicitne teorije kreativnosti nastavnika osnovne škole: studija slučaja. *Psihologija*, 47(4), 465–483.
- PAVLOVIĆ, J., MAKSIC, S., & BODROŽA, B. (2013). Implicit individualism in teachers' theories of creativity: Through the "Four P's" looking glass. *International Journal of Creativity and Problem Solving*, 23(1), 39–57.
- RHODES, M. (1961). An analysis of creativity. *The Phi Delta Kappan*, 42(7), 305–310.
- RUSHTON, J. P., MURRAY, H. G., & PAUNONEN, S. V. (1983). Personality, research creativity, and teaching effectiveness in university professors. *Scientometrics*, 5(2), 93–116.
- STERNBERG, R.J. (1985). Implicit theories of intelligence, creativity, and wisdom. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(3), 607–627.
- WALSH, E., ANDERS, K., HANCOCK, S., & ELVIDG, L. (2013). Reclaiming creativity in the era of impact: exploring ideas about creativity research in science and engineering. *Studies in Higher Education*, 38(9), 1259–1273.
- WEINSTEIN, E.C., CLARK, Z., DiBARTOLOMEO, D.J., & DAVIS, K. (2014). A decline in creativity? It depends on the domain. *Creativity Research Journal*, 26(2), 174–184.
- ZAKON O VISOKOM OBRAZOVANJU (2018). Službeni glasnik RS, br. 88/2017, 27/2018 – dr. zakon i 73/2018.

Slavica Maksić<sup>4</sup>

Institute for Pedagogical Research, Belgrade

Jelena Pavlović<sup>5</sup>

Faculty of Philosophy, University of Belgrade

## The Implicit Theories of Creativity of University Teachers<sup>6</sup>

**Abstract:** This paper presents the results of an examination of implicit theories of creativity of university teachers, conducted with the purpose of gaining an increased understanding of teacher's beliefs regarding the manifestations of creativity and its development. The research comprised teachers employed at various faculties (N = 46) who completed a questionnaire on creative expression and the conditions for the development of creativity during the course of studies. The results indicate that teachers predominantly believe that students' creativity manifests as a creative process and that creativity may be developed throughout the course of studies. The examination of risks in the implicit beliefs of university teachers on the nature and development of creativity, with regard to their gender, age, duration of employment, position and respective scientific area of study, sheds light on the significant differences among the teachers of natural and social sciences. We derived implications of the finding in order to devise a support mechanism which would greatly contribute to the expression and development of creativity within the realm of higher education.

**Key words:** implicit theories, creativity, university teachers, scientific area

---

<sup>4</sup> Slavica Maksić, PhD is a principal research fellow at the Institute for Educational Research in Belgrade.

<sup>5</sup> Jelena Pavlović, PhD is an assistant professor at the Department of Psychology, Faculty of Philosophy, University of Belgrade.

<sup>6</sup> This paper is part of a research projects being undertaken at the Institute for Educational Research in Belgrade titled "Improving the quality and accessibility of education in modernization processes in Serbia" (47008) and "From encouraging initiative, cooperation and creativity in education to new roles and identities in society" (179034), supported by the Ministry of Education, Science and Technological Development of the Republic of Serbia.