

SOCIOLOGIJA KREATIVNOSTI

SAŽETAK

U radu se govori o sociologiji kreativnosti. Darovitost, talent i kreativnost su česte teme u pedagogiji, psihologiji, didaktici i menadžmentu, koje obrađuju određene segmente kreativnosti. Ova tematika je zapostavljena u sociologiji, a dotiču je sociologija nauke, saznanja, tehnike... Potpuno je zapostavljen društveni kontekst nastanka i razvoja kreativnosti. Razvoj nauke i tehnike, demokratizacija i razvoj savremenog društva stvorili su društveni ambijent u kome se pomjeraju granice kreativnosti.

Ključne riječi: kreativnost, sociologija kreativnosti, modernost, udžbenici razredne nastave, zadaci koji podstiču ili ne potiču kreativnost, institucionalne promjene, poduzetništvo, darovitost, talent, otkrivanje i identifikacija sposobnosti...

UVOD

Obrazovanje podstiče lični razvoj, stimuliše pojedinca da u potpunosti razvije svoje misaone, fizičke, emocionalne i duhovne talente¹, odnosno svoju kreativnost. Kreativnost je područje ljudske aktivnosti u kojoj se stvaraju novi, originalni proizvodi, u materijalnoj ili duhovnoj sferi. Novi proizvodi ne mogu se svesti pod reprodukciju i imitaciju postojećih proizvoda. Nastaju kreativnim procesom i bolje zadovoljavaju potrebe. Za nastanak kreativnosti važn je kreativni pojedinac sa svojim znanjem i vještinama, zatim misaoni proces, kreativno društveno okruženje i ambijent, a rezultat je novi proizvodi. Kreativnog pojedinca odlikuje stvaralačka produktivnost, specifične osobine ličnosti, fleksibilnost mišljenja i ponašanja... Ne postoji, međutim, jedna cjelovita formalna teorija kreativnosti. Kreativnost je još uvijek relativno malo proučena. Jedan od vodećih teoretičar kreativnosti je Robert Sternberg.² Sociologija saznanja bavi se proizvodnjom nenaučnih ideja koje govore o društvenim okolnostima u kojim su nastale.³ Predmet sociologije saznanja je „društvena uloga nauke“, povezana je sa utjecajima društva na naučnu aktivnost.⁴

U ranijim shvatanjima kreativnosti, kreativni su bili samo nadareni pojedinci. Kreativna su bila vrhunska dostignuća, shvatala se kao skoro mistična osobina i svojstvo, a kreativni ljudi su bili dio elite. U savremenom demokratskim društvima, kreativni su svi ljudi, ali većina se u tome ne može dokazati, jer se još umjereno zadržala nejednakost obrazovnih šansi.⁵ Kreativna su sva nova i korisna dostignuća i sva područja ljudskog djelovanja. Kreativnost je normalna psihološka funkcija ljudi, namijenjena je dokazivanju pojedinca i dio je savremene demokratske kulture. U savremenim demokratskim i razvijenim društvima kreativnost se podstiče, razvija, stimuliše, afirmiše... Fenomenom kreativnosti bave se, samo povremeno i u ograničenom obimu, psihologija, pedagogija, didaktika, menadžment... Dotiču ih se sociologija nauke i sociologija saznanja, što je ipak nedovoljno. Zato se treba posvetiti više pažnje sociologiji kreativnosti koja bi ovaj problem najbolje obuhvatila i obradila.

1) Michael Haralambos i Robin Heald, *Uvod u sociologiju*, Globus, Zagreb, 1989., str.178.

2) Postoji čitav časopis posvećen teoriji kreativnosti, (Creativity Research Journal). Jedan od rezimea je na internet adresi: http://people.uncw.edu/caropresoe/giftedfoundations/SocialEmotional/Creativity-articles/Sternberg_Nature-of-creativity.pdf

3) *SOCIOLOŠKI REČNIK*, (Priredili Aljoša Mimica i Marija Bogdanović), Zavod za udžbenike, Beograd, 2007., str.563-566.

4) Sociologija saznanja ili sociologija naučnog saznanja izučavala se u bivšoj državi, a i poslije rata na više univerziteta. Međutim, treba je osavremeniti, prilagoditi vremenu, nastalim društvenim promjenama i osloboditi ideoloških naslaga, obraditi novu vrstu društvenih organizacija i strukturu znanja. (Vojin Milić, *Sociologija saznanja*, Veselin Masleša, Sarajevo, 1986., str. 9-39 i 413-486).

5) Michael Haralambos i Robin Heald, n.dj., str.215-218.

Sociologija nauke je posebna oblast sociologije, koja zajedno sa sociologijom saznanja predstavlja „granu sociologije kulture koja je složenija sociološka disciplina“.⁶ Sociologija naučnog saznanja u britanskoj verziji formirana je krajem 20. vijeka. Amerikanca Robert K. Merton, uzima se kao jedan od preteča sociologije nauke. Sociologija naučnog saznanja, nastoji dati sociološko objašnjenje nastanka i razvoja naučnih ideja. Tomas Kun je razvio teoriju o razvoju čovjekovog naučnog saznanja. Pokazao je kako se naučno saznanje razvija kroz normalne periode i kroz naučne revolucije.⁷ Dejvid Blur spada u pionire sociologije naučnog saznanja, piše o „slabom i jakom programu“ u ovoj oblasti.

Matematika, fizika i astronomija su se izrazito razvile, a znanja su im društveno korisna. Zaslužuju sociološku obradu, a najbliža im je sociologija matematičkog saznanja. Savremena demokratska društva omogućuju brži razvoj ovih i ostalih prirodnih nauka, a kreativnost u njima posebno se cijeni i stimuliše. Ova nauka se izučava na nekoliko filozofskih fakuleta u susjednim državama, a sociologija kreativnosti u Ljubljani. Sociologija nauke ili sociologija saznanja nisu dovoljne da potpuno sagledaju kreativnost i njen značaj za razvoj društva. Prema tpme, kreativnost ne istražuje cjelovito ni jedna druga nauka.

Naučno-tehnički potencijal

Svojim tehnološkim dostignućima, nauka u 21. vijeku ostvaruje utjecaj na svakodnevni život. Pitanje je da li su nauka i tehnika pozitivni sve više dobija na značaju. Osvrti filozofa ne daju još jasan i konačan odgovor, ali mogu pomoći u odabiru pravih tema i ohrabriti racionalnu demokratsku diskusiju o tome.⁸ Nauka i tehnika su međusobno povezane. Nauka rezultate svoje aktivnosti određuje istinitošću, a tehnika svojom efikasnošću.⁹

Ljudske potrebe su dinamične i često se mijenjaju. One se stalno razvijaju, proširuju i usložnjavaju i svojom dinamikom predstavljaju stalni podsticaj razvoju tehničkog saznanja. Tehnika u svom razvoju ima historijski kontinuitet. Praktična iskustva su i dalje značajan faktor poboljšanja i usavršavanja pojedinih funkcija i dijelova tehničkih pronalazaka koja se primjenjuju u proizvodnji. Zaposleni su u mogućnosti da uoče ne dostatke pojedinih tehničkih rješenja i da ih svojim prijedlozima i inovacijama otklone. Zato tehnički najrazvijenije zemlje i korporacije podstiču inovativan rad među

6) Sociološki rečnik, n.dj., str. 551.

7) Ljubiša R. Mitrović, *Opšta sociologija*, Institut za političke studije Beograd, SVEN - Niš, Beograd 2005., str.9.

8) Samir Okasha, *Filozofija nauke: Kratak uvod*, „Šahinpašić“, Sarajevo, 2004., str.153-154.

9) Miroslav Vujević, *Uvođenje u znanstveni rad u području društvenih znanosti*, VII dopunjeno izdanje, „Školska knjiga Zagreb, 2006.

zaposlenim. Važan princip japanskog menadžmenta je da sakuplja mudrosti od ljudi koji se nalaze u samoj kompaniji i tako gradi snagu kompanije. U automobilskoj kompaniji Toyota zaposleno osoblje prijavi godišnje mnogo prijedloga za poboljšanje procesa proizvodnje. Slično je i u drugim svjetskim kompanijama, Simensu, Folksvagenu, Fordu, Mercedesu... Kakva je poslovna kultura ovih firmi vidi se iz ugleda i ponašanja na tržištu. Koliko je važno povjerenje akcionara, kupaca, saradnika, za Folksvagen vidjelo se kroz aferu sa izduvnim gasovima i sposobnost da brzo nađu rješenje.

Najveći stvaralac tehničkog saznanja u modernom društvu je tehnička inteligencija. Ulaganje u tehniku i inovacije brzo se vraća društvu. Zato se u ovoj oblasti kreativnost posebno cijeni. Pod naučno-tehničkim potencijalom podrazumijeva se broj školovanog kadra, osposobljenosti tog kadra da brzo usvaja i stvara nova znanja u vidu otkrića, izuma i patenata, te brzina praktične primjene znanja.¹⁰ U razvijenim zemljama naučno-tehnički potencijal je naglo rastao. Najveći broj Nobelovih nagrada za nauku dobili su naučnici iz zapadnih zemalja. Od ukupnog broja prijavljenih patenata u svijetu, u 15 ekonomski najrazvijenijih zemalja prijavi se 95 posto patenata, a u svim ostalim zemljama svijeta samo 5 posto.¹¹

Razvijene zemlje imaju velike mogućnosti da brzo tehnički realizuju složene pronalaskе koji se ostvare u drugim zemljama. Zato stvaraoci iz nerazvijenih i ekonomski manje razvijenih zemalja odlaze u razvijene zemlje („bjeg mozgova“, „odliv mozgova“, ili „odlazak obrazovanih kadrova“). Oni nastoje da svoje pronalazke registruju u ekonomski najrazvijenim zemljama. Nerazvijene države nisu u mogućnosti obezbijediti adekvatne uslove svojim kreativnim kadrovima. Uspostavljene relacije destimulišu kreativne kadrove, jer poslove dobijaju nesposobni, podobni i poslušni. Nepotizam je postao društvena bolest, osobito za nerazvijena društva i društva u tranziciji. U razvijenim državama i privredama, kreativnim pojedincima, inovacijama i inovatorima posvećuje se posebna pažnja. U sistemu vrijednosti posebno se cijeni i traži inovativnost, intelektualni i kreativni rad. Najvažniji resursi firmi nisu samo materijalna dobra, zgrade, fabrike ili kapital, već znanje, iskustvo, inventivnost, industrijska tradicija nacije, kvalitetan i kreativan kadar.

Za razvoj tehničkog saznanja važno je posjedovanje određenih osobina kod kreativnih stvaralaca. „Najznačajniji stvaraoci tehničkog znanja u prošlosti bile su zanatlije, kreativni ili daroviti pojedinci i tehnički pronalazači koje možemo nazvati prvim inženjerima“, a u modernom društvu to je tehnička

10) Radoš Radivojević, *Tehnika i društvo*, Fakultet tehničkih nauka Novi sad, Novi sad, 2003., str.13-16.

11) Isto, str.14.

inteligencija.¹² Zanatlije su otkrile mnoga nova tehnička sredstva i radili na njihovoj praktičnoj primjeni. Inovativne tehnologije sve se više koriste i sastavni su dio života, a utiču pozitivno ili negativno. Veliki doprinos razvoju tehničkog saznanja dali su samouki tehnički pronalazači. Tehnički nivo u društvu treba biti podređen političkom koji „određuje ciljeve“¹³ i pravce razvoja. Društvo danas omogućuje uslove za razvoj tehnike, a tehnika ubrzava razvoj društva. Pri tome je nezamjenjiva uloga kreativnih ljudi, iako su mnogi od njih ostali manje-više anonimni.

Sociologija kreativnosti

Sociologija kreativnosti je novija sociološka disciplina. Do sada je bila prilično zapostavljena, ali se u njenom afirmisanju napreduje. Neki smatraju da je kreativnost rezultat unutrašnjeg napora iz čega nastaju nova otkrića.¹⁴ Kako onda razumjeti kreativnost u našem vremenu, kada je naša individualna svijest proširuje elektronskim medijima? Prisutne informacijske i komunikacijske tehnologije omogućuju da stvaramo i koristimo nove informacije mnogo brže nego prije i da ih pohranjujemo u forme vještačke memorije. Zato se čini da je pojam autorskih prava prevaziđen. U vrijeme informacijske tehnologije, otvaraju se nove mogućnosti za razvoj kreativnosti. Vršena su istraživanja podsticanja kreativnosti u udžbenicima razredne nastave. Proučeni su udžbenici iz hrvatskoga jezika, matematike, prirode i društva koji se koriste, a odobrile su ih nadležne institucije. Ispitani su zadaci koji podstiču ili ne podstiču kreativnost. Na osnovu toga utvrđeno je koliko se pridaje značaja kreativnosti u udžbenicima razredne nastave. Analizirale su se i razlike između udžbenika koji su se koristili 80-ih godina 20. vijeka i onih koji se upotrebljavaju u naše vrijeme. Podaci govore da se kreativnost nedovoljno podstiče, te da treba provesti mnoge rekonstrukcije pri njihovom „metodičko-didaktičkom oblikovanju“.¹⁵

I na postdiplomskim studijima se pokušalo istraživanjem utvrditi kreativnost ove kategorije studenata. Bio je to pokušaj istraživanja kreativnosti studenata specijalističkog diplomskog stručnog studija Poduzetništvo Sveučilišta u Rijeci. Bez kreativnosti i inovativnosti nema poduzetništva. Budući da su studenti specijalističkog studija odabrali upravo poduzetništvo kao granu svoje specijalizacije, očekivalo se da većina njih pokrene vlastite biznise i

12) Isto, str.6-13.

13) Ivan Kovačić, *Funkcionalizam u sociologiji*, „Naprijed“, Zagreb, 1990., str.52.

14) Monika Vrečar, *Konačna smrt autora: Kreativnost u doba informacijskog društva*, In *Medias Res: časopis za filozofiju medija*, Vol.2 No.3 Rujan 2013., str.310-322.

15) Snježana Dubovicki, *Poticanje kreativnosti u udžbenicima razredne nastave*, Učiteljski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera, Osijek, *Pedagoški istraživanja*, Vol.9 No.1/2 Studeni 2012., str.205-209.)

poslovne pothvate. Da bi se dokazala ili opovrgnula postavljena hipoteza o iznadprosječnoj kreativnosti studenata specijalističkog stručnog studija poduzetništva korištene su naučne metode anketiranja, metoda analize i sinteze, komparativna metoda te metoda klasifikacije. Rezultati istraživanja ukazali su na prosječan nivo kreativnosti ove kategorije studenata poduzetništva, čime je opovrgnuta postavljena hipoteza.¹⁶ Prosječnost postaje karakteristika i drugih univerziteta u poslijeratnom periodu. Na državnim univerzitetima u BiH zapostavljen je rad sa inteligentnim, darovitim, talentovanim i kreativnim studentima, a više se posvećuje pažnje studentima koji slabije uče, traže dodatne ispitne rokove, ili onim prosječnim.

Kreativnost i modernost

Biti kreativan znači biti moderan. „Modernost se odnosi na oblike društvenog života ili organizacije koji su se pojavili u Evropi od, sedamnaestog vijeka“¹⁷ i proširile po svijetu. Posljedica procesa modernosti je globalizacija. Karakteristike prelaza s tradicionalnih društvenih poredaka na moderni su velika brzina i obim promjena, te promjena prirode društvenih institucija. Karl Marx i Emil Dirken su na modernizam gledali kao na period društvenih nemira. Prednosti koje su sa sobom donijele promjene bile su mnogo važnije nego njezine negativne karakteristike. Maks Weber je gledao na modernost kao na paradoksalan svijet u kojem je materijalni napredak moguće postići jedino širenjem birokratije koja je radila na štetu kreativnosti i autonomije pojedinca. Birokratija, o kojoj je pisao, sputava kreativnost.

Sociologija i modernost su povezane s obzirom na koncepcije koje proizlaze iz utjecaja klasične sociološke teorije, a koje je potrebno prevladati kako bismo shvatili prirodu modernosti. U okviru analize modernosti većina tradicionalnih teorija fokusiraju se na jedan aspekt modernosti. Fokus sociološke analize je konkretno društvo, procesi, odnosi i promjene u njemu. Zanimljiv je odnos sociološkog znanja i karakteristika modernosti. Sociologija se tradicionalno shvatala kao generisanje znanja koje se može koristiti u svrhu predviđanja i kontrole. Entoni Gidens se posvetio analizi modernosti i posljedicama dinamike i raspona promjena kao što su odvajanje vremena i prostora, razvoj oružja za masovno uništenje, refleksivnost, fleksibilnosti, timskom radu, ovladavanjem većim brojem vještina i slično.¹⁸

Neki pitanje kreativnosti pokušavaju sagledati u okviru „Javne

16) Drago Pupavac, *Kreativnost kao temelj poduzetništva*, Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, Vol.6 No.1 Lipanj 2015., str.67-72.

17) Latinka Perović, *Srbija u modernizacijskim procesima XIX i XX veka*, u: Žene i deca, Helsinški odbor za ljudska prava u Srbiji, Helsinške sveske, br.23, Beograd, 2006., str.7-32.

18) Entoni Gidens, *Sociologija*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2005., str.528-533, 379-421 i 693-700.

sociologije“. Tako je američki ekonomista Richard Florida pisao je o „kreativnoj klasi“ i povezanosti talenta, tehnologije, tolerancije i dijaloga, s razvojnim mogućnostima gradova i regija. Ako gradovi imaju školovanu i kreativnu radnu snagu, proizvodne kapacitete i demokratsko tolerantno stanovništvo, imaju veće razvojne šanse. Refleksija toga su pokušaji da se kroz „Javnu sociologiju“ vide razvojne mogućnosti savremenih gradova. Ovaj problem uočio je i Enes Kujundžić, pišući o budućem razvoju Sarajeva kao pametnog grada i kreativnoj BiH.¹⁹ Etiketu pametnih gradova nose Beč, Luksemburg, Tampere, San Hoze, a atribut inovativnih zemalja nose Južna Koreja, SAD, Japan, Njemačka. Kreativnim zemljama smatraju se Švedska, Finska, Danska, Norveška, Australija.²⁰ „Kreativna Evropa“ je novi program EU za podršku evropskoj kinematografiji, te kulturnom i kreativnom sektoru s ciljem da doprinosi održivom rastu i zapošljavanju.²¹ Kreativnosti se pristupa konkretnije i odgovornije. Oni koji žele biti savremeni i moderni moraju više posvetiti pažnje ovom pitanju.

Za BiH je važan odnos prema izbjeglicama, pripadnicima drugih naroda, religija, prema strancima, nacionalnim manjinama, ranjivim grupama... Važno je koliko u svemu tome ima tolerancije, razgovora, razumijevanja i dijaloga. Ako tolerancija nedostaje onda nema ni razvoja. Rat i etničko čišćenje su osiromašili gradove u BiH, jer su postali siromašniji za kulturu naroda koji su protjerani iz njih. Zato su modernizacija i kreativnost izuzetno važni, ali ne treba zapostaviti ni tradiciju.

Kreativnost i inovativnost

Današnje vrijeme je vrijeme brzih i čestih promjena u društvu. Tempo promjena mnogi ne mogu da prate. Ako preduzeća, organizacije i institucije i svi zaposleni u njima, nisu toga svjesni, neće se dalje razvijati. U narodu postoji izreka: „*U meni čuči talent*“. Problem je kako ga aktivirati i razviti u pozitivnom smislu. Neki to koriste pogrešno, za krađe, lopovluke... Otpori inovativnosti su mnogobrojni, od onih ličnih, preko socioloških, kulturnih do ekonomskih. Tradicionalni, birokratski i nedemokratski sistemi sputavaju kreativnost. U okviru sociologije kreativnosti, studenti se upoznaju sa novim načinima prevazilaženja ovih problema, načinima i tehnikama kako

19) Enes Kujundžić, *Budući razvoj Sarajeva kao pametnog grada*, PUTOKAZI, Časopis za razvoj, obrazovanje, nauku i kulturu, Izdavač Enes Kujundžić, br. 4, Sarajevo, 2013., str.5-7.

20) Enes Kujundžić, *Uvodna riječ*, PUTOKAZI, Časopis za razvoj, obrazovanje, nauku i kulturu, Izdavač Enes Kujundžić, br. 6, Sarajevo, 2015., str.5-6.

21) Program je namijenjen za davanje podrške očuvanju i promovisanju evropske kulturne i jezičke raznolikosti, te davanju podrške jačanju konkurentnosti sektora, čime će se doprinijeti ostvarivanju ciljeva EU2020 strategije. Zvanična stranica Evropske komisije: http://ec.europa.eu/culture/opportunities/index_en.htm

da stimulišu svoje kreativne potencijale i kreativne sposobnosti drugih. Ova sociologija podstiče na kreativno, kritičko i logičko razmišljanje i timski rad i nauči studente da identifikuju probleme javne politike, ponude bolja rješenja.

Kreativno razmišljanje je osnova svakog biznisa i važno je za njegov uspješniji razvoj. Sociologija kreativnosti bi trebala da ovlada praktičnim aktivnostima „koje mogu da podstaknu kreativno razmišljanje“, inovacije i modernizacije, te da podstiče promjene u preduzeću, instituciji i na svakom nivou vlasti. Ova nauka nastoji da nauči studente kako da rješavaju probleme i dođu do boljih ideja i rješenja. Dobre poslovne vještine garantuju visoku zaradu, biznis, uspjeh, karijeru i perspektivu. Knjiga „Dijete i kreativnost“ zbornik je radova više autora, koji su godinama u različitim oblastima proučavali kreativnost uopće, korijene, odnose i oblike kreativnosti, psihičku uslovljenost stvaralaštva, likovno stvaralaštvo djece i omladine, muzikalnu osnovu u likovnom i govornom izražavanju djeteta, književno i jezičko stvaralaštvo djece, dramsko stvaralaštvo i kreativnosti u odgoju i školi.²² Kreativnosti se može učiti, ali je treba, podsticati, stimulisati, nagrađivati i razvijati.

Kreativnost je takvo stvaralaštvo kojim se stvara nešto novo, drugačije od dosadašnjeg, koje pokušava riješiti probleme na poseban, drugačiji način, otkriva do tada nepoznata rješenja. Inovacije u nastavi se odnose na nove, kreativne i originalne modele nastave, načine rada, metode i sve što je novo u realizaciji nastavnih sadržaja, u odnosu na tradicionalnu nastavu, ex katedra ili frontalno predavanje. U inovativnu nastavu spadaju: interaktivna, tematsko-integrirana, projektna i problemska nastava, kao što je rad u parovima ili tandemska rad, grupni oblik rada, timski rad, multimedijalna nastava, upotreba multimedijalnog projektora, računara, laptopa, pametne table, responsibilne vježbe...²³ Posebno se cijeni kooperativno, odnosno inetraktivno učenje, kritičko i logičko razmišljanje. Sve više dolazi do izražaja demokratski stil rada, učitelja, nastavnika i profesora. U nastavnom procesu pozicija učenika i studenata se bitno promijenila. Podsticanje kreativnosti u nastavi, vannastavnim i vanškolskim aktivnostima spada u inovativne modele kreativne nastave. Za istraživanje kreativnosti zasluge pripadaju američkom psihologu Joy Paul Guilfordu, koji je 1950. godine, uveo „pojam divergentnog mišljenja“ (nasuprot konvergentnom, logičkom mišljenju)²⁴ čije su osobine redefinicija, osjetljivost za probleme, originalnost, elaboracija i fleksibilnost.

22) Cijela knjiga posvećena je eksperimentalnom proučavanju kreativnosti djece na teritoriji Zagreba. (Gajo Petrović, *Dijete i kreativnost*, Globus, Zagreb, 1987.).

23) Mile Ilić, *Metodika građanskog obrazovanja*, Filozofski fakultet Banja Luka, Obrazovni centar za demokratiju CIVITAS BiH, Sarajevo, 2012., str.114-126 i 183-207.

24) Miroslav Huzjak, *Darovitost, talenat i kreativnost u odgojnom procesu*, Učiteljski fakultet, Sveučilišta u Zagrebu, Odgojne znanost, [Vol.8 No.1\(11\) lipanj 2006.](#), str.289-233.

Pojedinac za kreativnost treba posjedovati mnogo znanja iz kojeg traži nove načine za rješavanje problema. Na osnovu Guilfordovih istraživanja razvijani su testovi i programi za otkrivanje i razvoj kreativnosti.

Neravnomjerno raspoređena kreativnost

Ljudska civilizacija je rezultat rada i napora ogromnog broja ljudi. Šta je jedan kreativan i inovativan čovjek u odnosu na milijarde živih i onih koji su nekada živjeli? Šta je pojedinačni život u odnosu na čovječanstvo? Najkreativniji pojedinci bili su motor tog razvoja. Bez njih ne bi bilo napretka, a historijski trud svih tih milijardi ljudi bio bi manji. Odakle dolazi kreativnost, da li su presudni geni ili obrazovanje, priroda, društvena sredina ili porodica? Na ovo i slična pitanja pokušavali su mnogi da daju odgovor. Početkom civilizacije može se smatrati trenutak kada su ljudi prvi put shvatili koliko je za sve nas važna kreativnost.

Civilizacija je u ubrzanom rastu i usponu, ali mnogi nisu svjesni tog razvoja. Te su promjene pred nama, trebalo bi da ih prepoznamo i vidimo. Čitav proces nauke i tehnike mnogo se ubrzao. Sve promjene nose u sebi brži razvoj, bolji standard, neizvjesnost i rizik. Na ljudima je da izaberu šta će od tih potencijala primjeniti u praksi. Neki se ovih promjena plaše, skrivaju se od sadašnjosti i budućnosti tražeći spas u tradiciji i prošlosti. Druge ova društvena dinamika raduje i mogućnost aktivnog učestvovanja u njenom oblikovanju.

Ubrzani razvoj civilizacije zahtjeva i veći broj najkreativnijih pojedinaca. Fokusiranje na one najkreativnije iz prošlosti, daje mnoge odgovore. Iz toga vidimo da kreativnost nije ravnomjerno raspoređena, u prostoru i vremenu. Postoji nekoliko mjesta koja su se odlikovala velikim koncentracijama kreativnih ljudi, kao što je Firenca krajem 15. vijeka, gdje su živjeli velikani slikarstva: Leonardo da Vinči, Mikelandelo i Rafael. Zbog čega kreativnost nije ravnomjerno raspoređena, po svijetu. Tu dolazimo do društvenih uslova koji su omogućili njihov uspon, razvoj i afirmaciju. Za genijalna djela potrebni su genijalni ljudi u slikarstvu, muzici i nauci. Na koji način se Firenca i Urbino (100 km istočno od Firence) razlikuju od tih istih mjesta jedan ili dva vijeka kasnije ili ranije i da li je kreativnost nestala. Zašto centar slikarstva nije u tom vremenu bio u nekom drugom mjestu i zašto se kreativnost preselila i pojavila u slikarima kao što su Vermeer i Rembrandt? Postoji više odgovora na ova pitanja: historijski i ekonomski argumenti i objašnjenja koja su povezana sa slobodama...

Istraživači su pravili dijagram ili mapu koji se mogu zvati *mrežom kreativnosti*. To su uređeni dijagrami ili mape čije su tačke pojedini slikari, a

strelice ih povezuju i označavaju veze između majstora i njihovih učenika.²⁵ Renesansni umjetnici u Italiji izgrađivali su svoje vještine, šegrtujući po nekoliko godina kod poznatih majstora. Majstorske radionice imale su desetak šegrtova koji su pomagali majstoru i učili kroz rad i praksu. U najboljim radionicama najtalentovanijim šegrtima dopuštano je da postepeno izgrađuju svoj stil, ovladaju zanatom i postanu nezavisne zanatlije i umjetnici. Ovakav obrazovni sistem omogućio je procvat kreativnosti, zanatskih vještina i razvoja. Majstorske radionice su uspostavljale dobre veze između umjetnika. Ovaj fenomen bolje razumijemo kada posmatramo mrežu veza između majstora i šegrtova, koja nam daje novi uvid u nešto što mnogi nazivaju *topologijom kreativnosti*. Slično je i u prirodnim naukama.

Kreativnost se javlja u dva osnovna oblika: a) kao trenutna kreativnost koja se izražava u nauci, umjetnosti, tehnologiji i religiji, i b) kao društveno učešće. Oba oblika kreativnosti su povezana, zavise od vještina i društvenog okruženja. Teško je zamisliti umjetničko stvaralaštvo ili naučna istraživanja u nerazvijenim društvima. U prethodnoj državi, imali smo samoupravljanje. Proučavala se kreativnost i društveno učešće u industrijskom kontekstu, razvoju stručnog kadra, koje je objavljeno u Institutu za rad Pravnog fakulteta u Ljubljani. Studije su pokazale veliki potencijal najvrednijih, a sistem, zakoni, okolnosti, odnosi i relacije su to onemogućavali, ili sputavali one koji su kritikovali sistem.

Nove lekcije u sociologiji kreativnosti, vezane su za psihološke i sociološke elemente kreativnosti i u oblasti menadžmenta. U psihološkom istraživanju ljudskog intelekta posebno su važne dvije etape: jedan na početku, a druga sredinom 20. vijeka. Početkom vijeka pojavili su se prvi testovi inteligencije, koji su omogućili korištenje matematičkih metoda u istraživanju ljudskog intelekta. Sredinom 20. vijeka tvrdilo se da je tradicionalni pojam inteligencije samo jedan aspekt ljudskog intelekta. Zadaci sadržani u klasičnim testovima inteligencije su se svodili na jednačinu s jednom nepoznatom. Jasno formulisan problem, omogućavao je samo jedno rješenje. Tamo gdje se zahtijeva potpuno novi pristup koji će biti individualan za koje su potrebne nove i različite vještine nastaje problem. Lakše je kopirati tuđe rješenje nego napraviti novo. Nakon američkog psihologa Guilforda treba razlikovati strukturu ljudskog intelekta uz mogućnost da „konvergentna proizvodnja“, koja omogućuje da otkrijemo rješenja koja su sadržana u testu materijala, uključujući sposobnost „različite proizvodnje“, što se odnosi na proizvodnju raznih novih ideja. Ovo Guilfordovo razmišljanje ohrabruje posebno u SAD gdje su intenzivirana istraživanja u području kreativnosti.

25) Letimičan pogled na ovu mapu pokazuje da je centralna figura koja povezuje Leonarda, Mike-landela i Rafaela i koja u velikoj mjeri daje objašnjenje velikog uspona slikarstva u renesansnoj Firenci bio je Andrea del Verokio. On je bio veliki umjetnik, a njegov doprinos se vidi kroz njegove učenike.

Ohrabrenje za ova istraživanja je sovjetsko napredovanje u svemir 1957. godine. To je bio jedan od podsticaja za razvoj psihologije kreativnosti koji je postao u SAD jedan od karakteristika moderne industrije. Psihologija kreativnosti, uključujući i djecu, *cyber revolucija* kao početak nove ere u tehnološki razvoj, ulaganja u ekonomiji sirovina, rada i kapitala postaju manje važna u odnosu na tehnološki napredak, znanje i kreativnost. Psihologija kreativnosti se pojavljuje u Sloveniji, gdje se istakao, Anton Trstenjak, u radu, o psihologiji kreativnosti, koji je objavljen 1981. godine. Zanimljivo je, da je iste godine objavljen u Beogradu na istu temu rad psihologa Radivoja Kvašćeva sa sličnim naslovom i istom tematikom.²⁶ To pokazuje da je taj problem bio aktuelan u bivšoj Jugoslaviji.

Vremenom je preovladalo psihološko istraživanje kreativnosti a zapostavilo se sociološko istraživanje i objašnjenje ovog fenomena. Psiholozi koji se bave problemom kreativnosti, samo su se marginalno i slučajno bavili sociološkim pitanjima ovog fenomena. Zapostavio se društveni aspekt kreativnosti. Alfred Kroeber, (*Configurations of Culture Growth, Berkeley, University of California Press, 1944.*), jedan je od najistaknutijih američkih antropologa, koji je objavio zanimljiv rad konfiguracije rasta kulture. U ovom radu piše o usponu i padovima kreativnosti u raznim oblastima, u historijskim periodima i velikim civilizacijama svijeta. On je pokazao da se kreativnost ne kreće na istom nivou kontinuirano, već se javlja u obliku pojedinačnih i posebnih kratkih „epidemija“.

Centralni problem sociologije kreativnosti, je analiziranje društvenih uslova koji objašnjavaju takve epidemije. Grupa psihologa, na čelu sa R. Narolla koji su proučavali korelaciju između nivoa kreativnosti i raznih historijskih okolnosti, došla je do činjenica da je nivo kreativnosti veći ako je stepen političke fragmentacije u zemlji bolji. Smisao ovog nalaza je u psihologiji kreativnosti, koja je odavno kritikovala mističnu ideju kreativnosti, koja se vezivala za neku vrstu božanske inspiracije. Kreativni pojedinci povezuju elemente na potpuno nove načine i otkrivaju skrivene veze između različitih pojava. Prema teoriji, koju je postavio Mednick, kreativnost se temelji na sposobnosti integracije različitih elemenata.

Sociologija kreativnosti može dati zaključke o odnosu između kreativnosti i političkog pluralizma. Političkim sredstvima fragmentacija je uglavnom diferencijacija, različitost političkih režima, kultura, socijalnih i društvenih uslova. Što je veći stepen diferencijacije, više podsticaja prima pojedinac za poređenje i stvaranje nove kombinacije, za otkrivanje nove veze između različitih pojava. U ovom razmišljanju, nalazimo se pred problemom kreativnosti i marginalnosti u BiH. Navodno, pripadnici marginaliziranih

26) Radivoj Kvašćev, *Psihologija stvaralaštva*, Izdavački centar studenata, Beograd, 1981.

kultura imaju dovoljno prilika za poređenje, a time i brojne mogućnosti za razvoj kreativnosti. Koliko i kako smo mi u BiH u svojoj historiji koristili kreativne mogućnosti koje nam daje marginalnost našeg nacionalnog teritorija ili periferija u odnosu na Evropu, ili susret, religija civilizacija i kultura? Ovaj problem se može razviti istraživanjem korijena kreativnosti u BiH. Historija kreativnosti iz ugla sociologije kreativnosti, je nedorečena ili nije dovoljno istražena.

Henry Teun i Zdravko Mlinar objavili su 1978. godine rad *Razvojna logika društvenih sistema*, (*The Developmental Logic of Social Systems*) koji je bio važan za razvoj sociologije kreativnosti. Tu je razvijena *teorija društvenog razvoja* na takavom apstraktnom nivou, koja se može koristiti u različitim područjima. Centralna ideja ove teorije je, u povezanosti globalizacije i individualizacije, u direktnoj vezi sa idejom integracije različitih elemenata, što je temeljna paradigma za razumijevanje fenomena kreativnosti i njene društvene korelacije. Ove ideje su bile od pomoći za istraživanje prilikom pisanja knjige Jana Makarevića, *Sla po neskončnosti: človek kot ustvarjalec*, Maribor, Obzorja, koja je objavljena 1986. godine (prim. prevod *Požuda za vječnost: čovjek kao stvaralac*). Zatim je pisao tekst o svojim sociološkim gledištima.²⁷ Nije znao šta je objavljeno u knjizi američkog psihologa DK Simonton, pod nazivom *Genius, kreativnost i liderstvo*, što je bio važan doprinos sociologiji kreativnosti.²⁸ Simontona je zanimalo proces stvaranja i društveno priznanje kreativnog proizvoda. Simonton je koristio u svom radu strogo kvantitativne, statističke metode, sagledavao problem iz više uglova, što je siguran znak da je sociologija kreativnost u usponu.

Kreativnost je univerzalna aktivnost, od važnog je značaja za perspektivu evolucije, za adaptaciju i održivost. Sociologija kreativnosti ima tri svrhe: a) ključni faktori u kreativnim aktivnostima društveno su zasnovani i razvijeni. Sociologija može značajno doprinijeti razumijevanju i objašnjavanju ljudskog stvaralaštva; b) da predstavi sistemski pristup koji nam omogućava da povežemo na sistematski i koherentan način različite društvene faktore i mehanizme koji su uključeni u kreativne aktivnosti i da se opiše i objasni kreativnost; (3) za ilustraciju sociološke teorije sistema (akter-sistem-dinamika) konceptualizacije više međusobno povezanih institucionalnih, kulturnih, i interakcijskih faktora, mehanizma i njihova ulogu u kreativnosti i inovativnom razvoju. U okviru ovog sociološkog sistema, kreativnost je u

27) Jan Makarovič, *Sociologija kreativnosti, Teorija i praksa*, vol 31, br. 1/2, Ljubljana, 1994., str. 152-158.

28) Dean Keith Simonton, (1984e). *Genius, creativity, and leadership: Historiometric inquiries*. Cambridge, MA: Harvard University Press.; Dean Keith Simonton, (1988b). *Creativity, leadership, and chance*. In R. J. Sternberg (Ed.), *The nature of creativity: Contemporary psychological perspectives* (pp. 386-426). New York: Cambridge University Press. ABS

funkciji društvenih, kulturnih i institucionalnih faktora. Sociologija kreativnosti je u začetku, ali postoji značajani radovi koji o tome govore.²⁹

Darovitost, talent i kreativnost kao pojmovi ne znače isto, a njihovo razlikovanje u određivanju i identificiranju može povećati kvalitet rada s djecom u odgojnom procesu i iskorištavanju njihovih potencijala u društvu. Ove sposobnosti se pojavljuju kod populacije u nekim procentima, moguće ih je dodatno razvijati kod prepoznatih i neprepoznatih pojedinaca i omogućiti da budu zapaženi kod onih koji nisu motivisani u razvoju svojih sposobnosti. Indikacije kao što su genetska predispozicija ili mogućnost uticanja na pojedinca takozvanom obogaćenom sredinom sugerišu nam mogućnosti koje može iskorištavati i školski sistem kao i metodike pojedinih predmeta. Tradicionalna, nerazvijena, nedemokratska društva nastoje zadržati darovite i kreativne pojedince na svojim marginama zbog njihove različitosti, provokativnosti, upornosti, iako od njih najviše zavisi razvoj tog društva.³⁰ Društvo može da stimuliše ili nestimuliše darovitost i kreativnost pa čak i da ih marginalizira.

Kako prepoznati kreativno dijete

U zapadnim društvima, smatra se da reforme u obrazovanju mogu stvoriti ravnopravnije i pravednije društvo.³¹ Još je Ivan Illich u knizi *Dolje škole*, (Deschooling Society) objavljenoj 1971. godine, pisao o potrebi reformisanja obrazovnog sistema, razmjeni i poučavanju vještinama, kreativnom i istraživačkom učenju.³² Šta znači biti darovit, pametan, kreativan i talentovan? Odgovore su pokušali dati mnogi autori. Uz duhovite ilustracije koje prate objašnjenja darovitosti - njegove karakteristike, izazove i mogućnosti, te roditeljske priče proizašle iz njihovih vlastitih iskustava, otkrivaju šta odlikuje darovitu djecu i kako se mogu prepoznati i podstaknuti jedinstvene sposobnosti darovitog djeteta. U knjigama se nalaze savjeti i odgovori na pitanja - jesu li darovita djeca zaista posebna, postoje li posebni programi njihovog školovanja i kako se može pomoći svakom djetetu da najbolje iskoristi svoje sposobnosti? Autorica Judy Galbraith već više od 20 godina radi s darovitom djecom i tinejdžerima i poučava ih kako mogu najbolje iskoristiti i razviti svoje sposobnosti, te sarađuje s njihovim roditeljima i savjetuje ih koji je najbolji način da prepoznaju i podstaknu darovitost svog djeteta.³³ To

29) Tom R. Burns and Nora Machado, *The Sociology of Creativity: A Sociological Systems Framework to Identify and Explain Social Mechanisms of Creativity and Innovative Developments*, 2014

30) Miroslav Huzjak; *Darovitost, talenat i kreativnost u odgojnom procesu*, Učiteljski fakultet, Sveučilišta u Zagrebu, *Odgojne znanosti*, Vol.8 No.1(11) lipanj 2006. (<http://hrcak.srce.hr/26205>)

31) Michael Haralambos i Robin Heald, n.dj., str.178.

32) Isto, str.187.

33) Judy Galbraith, *Kako prepoznati darovito dijete: Savjeti roditeljima kako bi iskoristili i istakli darovitost svog djeteta*", Veble commerce, Zagreb, 2007.

čine i mnogi drugi, pedagozi i psiholozi, učitelji, nastavnici i profesori sa manje ili više uspjeha. Prepoznavanje ovakve djece je obaveza pojedinaca i institucija. Po darovitim, sposobnim i krativnim postaju prepoznatljive firme, institucije, sredine, organizacije, društva i države, u kojim oni rade.

REFERENCE

1. Gidens, Entoni, *Sociologija*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2005.
2. Haralambos, Michael i Heald, Robin, *Uvod u sociologiju*, Globus, Zagreb, 1989.
3. Petrović, Gajo, *Dijete i kreativnost*, Globus, Zagreb, 1987.
4. Kovačić, Ivan, *Funkcionalizam u sociologiji*, „Naprijed“, Zagreb, 1990.
5. Kvašček, Radivoj, *Psihologija stvaralaštva*, Izdavački centar studenata, Beograd, 1981.
6. Okasha, Samir, *Filozofija nauke: Kratak uvod*, „Šahinpašić“, Sarajevo, 2004.
7. Makarović, Jan, *Sociologija kreativnosti*, „Teorija i praksa“, vol 31, br. 1/2, Ljubljana 1994. str. 152-158.
8. Milić, Vojin, *Sociologija saznanja*, Veselin Masleša, Sarajevo, 1986.
9. Mitrović R., Ljubiša, *Opšta sociologija*, Institut za političke studije – Beograd, SVEN - Niš, Beograd 2005.
10. Ilić, Mile, *Metodika građanskog obrazovanja*, Filozofski fakultet Banja luka, Obrazovni centar za demokratiju CIVITAS BiH, Sarajevo, 2012.
11. Galbraith, Judy, *Kako prepoznati darovito dijete*: Savjeti roditeljima kako bi iskoristili i istakli darovitost svog djeteta, “Veble commerce”, Zagreb, 2007.
12. Radivojević, Radoš, *Tehnika i društvo*, Fakultet tehničkih nauka, Novi sad, 2003.
13. Vujević, Miroslav, *Uvođenje u znanstveni rad u području društvenih znanosti*, VII dopunjeno izdanje, Školska knjiga Zagreb, 2006.
14. Dubovicki, Snježana, *Poticanje kreativnosti u udžbenicima razredne nastave*, Učiteljski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Štrossmajera, Pedagoška istraživanja, Vol.9 No.1/2, Osjek, 2012., str.205-209.

15. Pupavac, Drago, *Kreativnost kao temelj poduzetništva*, Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, Vol.6 No.1, Lipanj 2015., str.67-72.
16. Vrečar, Monika, *Konačna smrt autora: Kreativnost u doba informacijskog društva*, In Medias Res: časopis filozofije medija, Vol.2 No.3 Rujan 2013., str.310-322.
17. Huzjak, Miroslav, *Darovitost, talenat i kreativnost u odgojnom procesu*, Učiteljski fakultet, Sveučilišta u Zagrebu, Vol.8 No.1(11) lipanj 2006. (<http://likovna-kultura.ufzg.unizg.hr/darovitost.htm>)
18. Kujundžić, Enes, *Budući razvoj Sarajeva kao pametnog grada*, PUTOKAZI, Časopis za razvoj, obrazovanje, nauku i kulturu, Izdavač Enes Kujundžić, br. 4, Sarajevo, 2013., str.5-7.
19. Kujundžić, Enes, *Uvodna riječ*, PUTOKAZI, Časopis za razvoj, obrazovanje, nauku i kulturu, Izdavač Enes Kujundžić, br. 6, Sarajevo, 2015., str.5-6.
20. Winner, Ellen, *Darovita djeca*, Ostvarenje d.o.o., Lekenik, 2005.
21. Burns R., Tom and Nora Machado, *The Sociology of Creativity: A Sociological Systems Framework to Identify and Explain Social Mechanisms of Creativity and Innovative Developments*, 2014., CIES e-Working Papers. Internet adresa: (https://www.researchgate.net/post/Theories_of_creativity_in_sociology)
22. Simonton, Dean Keith (1984e). *Genius, creativity, and leadership: Historiometric inquiries*. Cambridge, MA: Harvard University Press.; Simonton, Dean Keith (1988b). *Creativity, leadership, and chance*. In R. J. Sternberg (Ed.), *The nature of creativity: Contemporary psychological perspectives* (pp. 386-426). New York: Cambridge University Press. ABS
23. Perović, Latinka, *"Srbija u modernizacijskim procesima XIX i XX veka"*, u: Žene i deca, Helsinški odbor za ljudska prava u Srbiji, Helsinške sveske, br.23, Beograd, 2006., str.7-32. (<http://www.helsinki.org.rs/serbian/doc/sveske23.pdf>)

SOCIOLOGY OF CREATIVITY

ABSTRACT

Creativity is a universal activity. Sociology creativity is neglected. Previously this area have not been given enough attention and importance. It jeslučaj with undeveloped societies where the phenomenon variously referred to this and have not been given importance. Developed societies have long been dedicated to greater and better attention to creativity and creative people. In these societies, creativity foster, develop, encourage, promote and reward. The world is talking about creative cities, states and individuals. In Bosnia and Herzegovina to this phenomenon have not been given enough importance, and no attention. The period of post-war reconstruction and further development requires the involvement of all the resources and capacity. Creativity is part of contemporary democratic culture. The development of science and technology and the development of modern democracy have developed a social environment in which to move the boundaries of creativity.

Keywords: creativity; Sociology of creativity, modernity, textbooks class teaching assignments that encourage or stimulate creativity, institutional change, entrepreneurship, talent, talent, detection and identification capabilities...