

UNIVERZITA KARLOVA

Filozofická fakulta

Katedra psychologie

Bakalářská práce



Vojtěch Koběřský

**Souvislost mezi vybranými osobnostními rysy a kreativní
self-efficacy u tanečníků streetových a klubových stylů**

**Connection between exact personality traits and creative
self-efficacy in street and club dancers**

Mgr. Kamila Urban, Ph.D.

2023

Poděkování

Chci poděkovat především doktorce Urban za skvělou spolupráci na této bakalářské práci, za rychlou komunikaci, trpělivost, ochotu, a hlavně pro zápal, který se mnou pro toto téma měla, díky kterémuž bylo psaní práce velkým potěšením. Chtěl bych také poděkovat svým kamarádům tanečnickům, se kterými jsem toto téma mohl průběžně probírat.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně, že jsem řádně citoval všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

Vojtěch Koběřský

V Praze, dne 22.4. 2023

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá tématem kreativních self-beliefs se zaměřením na kreativní self-efficacy ve vztahu ke konkrétním osobnostním rysům u tanečníků street dance a klubových tanečníků. Hlavním cílem této práce je zjistit, které osobnostní rysy mají souvislost s kreativní sebejistotou a navrhnout výzkum pro doménu freestylového tancování, kde doposud žádné výzkumy podobného typu nebyly realizovány. Teoretická část práce shrnuje dosavadní poznatky z oblastí kreativní self-efficacy, kreativní metakognice a kreativního self-konceptu. Zabývá se také způsoby, jak tyto přesvědčení o sobě samém v oblasti kreativity měřit. Dále se teoretická část věnuje osobnostním rysům, které s kreativními self-beliefs souvisí. Část empirická obsahuje návrh výzkumu, který má po jeho realizaci za cíl replikovat výsledky o souvislosti kreativní self-efficacy s osobnostními rysy Big Five – konkrétně s extravertí a otevřeností vůči zkušenosti. Dalším cílem výzkumu je zjistit, jestli má kreativní self-efficacy vliv na skutečnou kvalitu tanečního vystoupení jedince. Důležitou součástí návrhu výzkumu je vytvoření metody pro měření kvality taneční performance.

Klíčová slova: kreativní self-efficacy; kreativní self-beliefs; kreativita; street dance; big five

Abstract

This bachelor thesis investigates the topic of creative self-beliefs with a focus on creative self-efficacy in relation to specific personality traits in street dance and club dancers. The main aim of this thesis is to identify which personality traits are related to creative self-efficacy and to propose research for the domain of freestyle dancing, where no research of this type has been conducted to date. The theoretical part of the thesis summarizes the existing knowledge of this research area. Thus, it discusses creative self-efficacy, creative metacognition, and creative self-concept and how to measure these self-beliefs in the domain of creativity. Next, the theoretical section discusses personality traits that are related to creative self-beliefs. The empirical part contains a research design that, once implemented, aims to replicate the results on the association of creative self-efficacy with the Big Five personality traits - specifically extraversion and openness to experience. A further aim of the research is to determine whether creative self-efficacy has an impact on the actual quality of an individual's dance performance. An important part of the research design is to develop a method for measuring the quality of a dance performance.

Key words: creative self-efficacy; creative self-beliefs; creativity; street dance; big five

Obsah

Úvod.....	9
I. Teoretická část.....	10
1. Kreativita a kreativní self-beliefs	10
1.1. Kreativita.....	10
1.1.1. 4-C Model kreativity.....	13
1.1.1.1. Mini-c úroveň kreativity.....	13
1.1.1.2. Little-c úroveň kreativity	13
1.1.1.3. Pro-c úroveň kreativity	14
1.1.1.4. Big-C úroveň kreativity	15
1.1.2. Neurologické podklady kreativity.....	15
1.2. Kreativní self-beliefs	18
1.2.1. Kreativní self-efficacy.....	20
1.2.1.1. Mindsety a CSE.....	23
1.2.2. Kreativní metakognice	24
1.2.3. Kreativní self-koncept a kreativní identita	25
2. Osobnostní rysy a vlastnosti související s kreativními výkony a self-efficacy.....	27
2.1. Big Five faktory související s kreativními self-beliefs.....	28
2.1.1. Otevřenost vůči novým zkušenostem.....	28
2.1.2. Extraverze.....	29
2.1.3. Svědomitost.....	30
2.1.4. Neuroticismus a přívětivost.....	31
2.1.5. Další individuální rozdíly	31
3. Způsoby měření kreativních self-beliefs	35
3.1. Měření kreativní self-efficacy (CSE)	37
3.2. Měření kreativní metakognice (CMC)	38
3.3. Měření kreativního self-konceptu (CSC)	38

II. Empirická část	40
4. Cíl výzkumu	40
4.1. Výzkumné otázky a hypotézy	40
5. Metodika.....	42
5.1. Výzkumný soubor	42
5.2. Měřicí nástroje.....	43
5.2.1. Krátká škála tanečního kreativního já	43
5.2.2. NEO-FFI.....	43
5.2.3. Trivium Judging System	44
5.3. Procedura	45
5.4. Statistická analýza	45
5.5. Etika výzkumu.....	47
5.6. Diskuse	47
6. Závěr.....	49
Reference.....	50
Seznam příloh.....	60
Přílohy	61
Příloha 1	61
Příloha 2	62
Příloha 3	62

Seznam zkratk

CSE – kreativní self-efficacy

CMC – kreativní metakognice

CSC – kreativní self-koncept

Úvod

Touto prací jsem se rozhodl spojit dva předměty mého zájmu. Jedním je psychologie a druhým tanec, který drží velký psychologický potenciál – když tancujeme, posloucháme zábavnou hudbu a radost z ní sdílíme s ostatními kolem nás, cítíme se lépe ve svém těle, máme pocit lepšího napojení na naše okolí, snižuje náš stres, bavíme se jím a zároveň je to výborné kardiovaskulární cvičení. Fascinovalo mě, jak se dá psychologicky zkoumat umění obecně a jak by to vypadalo, kdybych studoval tanečníky. Někdy jsem na tanečních battlech pozoroval tanečníka, který dokázal ukázat neuvěřitelně komplexní pohyby a nevěděl jsem, že je jich lidské tělo vůbec schopné, ale stejně ve výsledku prohrál proti tanečníkovi, který sice tancoval mnohem jednodušeji, ale měl neuvěřitelnou přítomnost na pódiu a tím mě do svého vystoupení vtáhl tak, že jsem nemohl věnovat pozornost ničemu jinému. Na battlu je rozhodování jednoduché, porotce ukáže na jednu nebo na druhou stranu. Zamyslel jsem se ale, čím to je a co dělá taneční performance kvalitní, jak se dá kvantifikovat a jestli osobnostní proměnné a sebejistota, kterou tanečník disponuje ve vztahu k jeho umělecké činnosti má významnou souvislost s tím, jak kvalitně dokáže performovat.

V poli psychologie je oblast kreativních self-beliefs v současné době velmi intenzivně studované téma. Žádná z doposud provedených studií se však nezaměřila na performativní umění tanečníků, obzvláště ne na improvizální styly jako je breaking, hip hop, locking, popping, house dance, voguing, waacking, krumping a další. Neexistuje ani žádná spolehlivá metoda, která by co nejobektivněji hodnotila tanec. Cílem této bakalářské práce je shrnout dosavadní poznatky o kreativních self-beliefs, které jsou zatím dostupné téměř výhradně v anglickém jazyce. Dalším cílem práce je navrhnout výzkum, který po jeho realizaci přinese zajímavé poznatky do této oblasti zkoumání a zjistí, jestli kreativní self-efficacy souvisí s kvalitou tanečního vystoupení. Zároveň se pokusí replikovat výsledky z předchozích studií, které našly souvislost mezi konkrétními osobnostními rysy a vyšší mírou kreativní sebejistoty. Důležitou součástí této práce je vytvoření metody, která uměleckou kvalitu tance kvantifikuje.

V rámci teoretické části této práce budou uvedeny současné poznatky o kreativitě a jak se na ní nahlíží, o kreativních self-beliefs a o osobnostních proměnných, které s nimi souvisí. Na konci teoretické části jsou uvedena doporučení pro měření těchto self-beliefs.

V praktické části je navržen výzkum a obsahuje návod na jeho provedení, od výzkumného souboru, přes použité nástroje, až po statistickou analýzu.

I. Teoretická část

1. Kreativita a kreativní self-beliefs

“There is no such thing as a new idea. It is impossible. We simply take a lot of old ideas and put them into a sort of mental kaleidoscope. We give them a turn and they make new and curious combinations. We keep on turning and making new combinations indefinitely; but they are the same old pieces of colored glass that have been in use through all the ages.” (Mark Twain, 2010).

„You ain't got to reinvent the wheel, the wheel is fine gurl...“
(RuPaul, 2022).

1.1. Kreativita

Kreativita je složitý jev charakteristický tím, že z představivosti nebo z myšlenek vznikne něco nového a užitečného, ať už hmatatelný objekt nebo nový způsob, jakým věci dělat. Kdysi se mělo za to, že inteligence a kreativita jsou dva odlišné fenomény, ale po nedávném bádání bylo zjištěno, že spolu mají společného více, než se původně myslelo. Pro obě je podobné řešení problémů se správnými odpověďmi za účasti pružného, kritického a hravého myšlení (Silvia, 2015). Cropley (2006) upozornil na další typy myšlení, které hrají roli v kreativitě, jako vymýšlení nového (myšlení divergentní) a jeho evaluace (konvergentní myšlení). Kreativitou se zabýval i Graham Wallas, který v roce 1926 vytvořil známou teorii kreativního procesu, jehož součástí je příprava, inkubace, iluminace a ověření. Součástí kreativního procesu bývá vhled, jak demonstroval v pokusech řešení problémů se šimpanzem Sultánem i Wolfgang Köhler (1917). S vyšší úrovní tvořivosti souvisí i nastavení mysli (mindset), tedy zda člověk vnímá kreativitu jako něco, v čem je možné se zlepšovat (Dweck, 2006). Tito výzkumníci ke kreativitě přistupují jako k aktivitě, jejíž cílem je vyřešit určitý problém. Takto je kreativita jednoduše operacionalizovatelná, dá se s ní snadno experimentálně pracovat a zároveň vyzdvihuje aspekt tvořivosti, kterým je schopnost překonávat nepředvídatelné potíže v novém prostředí nevyzpytatelnými způsoby (Preiss & Cosmelli, 2017). Součástí kreativity je jistě i motivace (Karwowski & Kaufman, 2017, xvii), a individuální rozdíly, mezi které nepatří pouze dimenze Big 5 (Feist, 1998). Tito autoři na rozdíl od autorů zmíněných výše nezapomínají na spontánní, s podněty nesouvisející stránky tvořivosti a vnímání, které jsou každodenně přítomné, jakými je sebe-motivované explorační chování nebo tok myšlenek nezávislý na konkrétním stimulu (Preiss & Cosmelli, 2017).

Výzkumníci, kteří působí v oblasti kreativity zaujímají k tvořivosti různé a přístupy a žádná jediná definice není v tomto výzkumném odvětví všeobecně využívána (Batey, 2012). Tyto spory vznikají různým výzkumným zaměřením, protože se část výzkumů zabývá buď osobou, která tvoří, nebo kognitivními procesy, které jsou do tvoření zapojeny, a případně prostředím, ve kterém se kreativita vyskytuje. Společně však říkají, že aby se dal člověk považovat za kreativního, musí se objevit určitý hmatatelný projev nějakého produktu nebo nápadu, s tím, že tento projev musí být originální a hodnotný (použitelný a funkční). Vzhledem k mnoha oblastem, kde člověk může tvořit, rozhodují o užitečnosti, novosti a funkčnosti díla většinou experti v daném oboru (Batey & Furnham, 2006). Kromě této široké definice se dá kreativita měřit a může se s ní pracovat mnoha odlišnými způsoby. Například se může hodnotit, jaké různé variace na zavedený taneční krok tanečnický vymyslí a jak tyto variace využije v rámci choreografie (čímž se testuje divergentní myšlení). Tyto variace bývají hodnoceny tanečnickými experty, kteří danému kreativnímu odvětví hluboce rozumí. Tvořivost obecně může být hodnocena dotazníky, které měří tvůrčí kapacitu. Kreativita může být také odhadována nadřizenými, když hodnotí tvořivost svých zaměstnanců. U umělců se můžeme dívat na všechny výtvořky a stopy, které za sebou jedinec zanechal, což může být zaznamenáno v historii či jeho statusem, nebo lze kreativitu zachytit skrz posouzení celoživotních kreativních úspěchů (Dollinger & Dollinger, 2017).

Součástí definice kreativity je vytvoření unikátního, nového a funkčního produktu, nicméně při sebe-hodnocení vlastní kreativity můžeme posuzovat pouze slovní vyjádření našeho subjektu. Když chceme definovat self-beliefs, musíme počítat s tím, že chybí vnímatelný výtvoř, který tím pádem ani nemůžou experti vyhodnocovat z hlediska jeho originality, funkčnosti a uplatnitelnosti. Batey a Hughes (2017) proto přišli s vlastní definicí vnímání vlastní kreativity, která se na tyto aspekty tvořivosti nezaměřuje: „[Vnímání vlastní kreativity je] osobní hodnocení týkající se míry, do jaké se jedinec považuje za člověka s vlastnostmi a postupy potřebnými k vytváření produktů, které považuje za kreativní, a také vnímání prostředí, které podle něj kreativitu podporuje“ (s. 186).

Zdá se, že kreativní výstupy nemusí nutně souviset se sebe-hodnocením kreativity (Pretz & Nelson, 2017). V současnosti ale přibývají studie, které potvrzují, že self-beliefs předvídají to, do jaké míry bude při tvorbě člověk motivovaný, jakou snahu vynaloží, a to následně zvyšuje jeho šanci v daném oboru uspět (Ames & Runco, 2005; Putwain et al., 2012). Tuto skutečnost podporují i Hughes et al. (2013) a self-beliefs vnímají jako pygmalion efekt:

„Sebehodnocení našich schopností ovlivňuje to, co se snažíme dělat a kolik úsilí vynakládáme (Deci & Ryan, 2000; Haimovitz et al., 2011); často fungují jako sebenaplnující se proroctví (Judge, 2009). Tedy to, čemu člověk věří, že je schopen udělat, přímo souvisí s tím, co člověk udělá, a následně s tím, čeho může dosáhnout.“

Při hodnocení, měření a operacionalizaci kreativity musíme brát v potaz problematiku místa, kde se tvořivost vyskytuje. Kultura a její vliv je vzhledem k subjektivitě posuzovatelů (expertů) významný faktor, protože musí být vytvořené dílo v daném společenském a časovém kontextu přijato jako uspokojující a užitečné (Stein, 1953). Ve stejném duchu pokračují i moderní systematické teorie kreativity, které s kulturou jako důležitým činitelem pracují. Zvažují souvislost mezi institucemi (oborem), které mají moc vybrat, jaké variace produktů stojí za to uchovat a mezi kulturami, které přenesou ideje do dalších generací. Zároveň berou v potaz i samotného jedince, který interakčně mění kulturu a je jí měněn v rámci kreativního procesu (Csikszentmihalyi, 2014).

1.1.1. 4-C Model kreativity

Při evaluaci míry tvořivosti lidí se zdá, že kreativita není věc dichotomická, kdy člověk buď kreativní je či není, ale spíše se jedná o kontinuum a gradient a každý člověk disponuje určitou mírou kreativity. Každý člověk se s kreativitou každodenně setkává a aktivně jí využívá, avšak na jiné úrovni. Tím pádem nemusí být na první pohled zjevná nebo vyhodnocená jako kreativita. Jeden z pravidelně používaných modelů pro analýzu kreativity se nazývá 4-C Model kreativity, jehož autory jsou Kaufman & Beghetto (2009) a v následujících podkapitolách je shrnut. Při analýze a rozdělování tvořivosti na jednotlivé podčásti autoři uvádí, že je užitečné mít na paměti, že všechny druhy a úrovně tvořivosti jsou důležité buď pro jedince samotného, nebo pro společnost jako celek.

1.1.1.1. Mini-c úroveň kreativity

Důležitou součástí učení je kreativita, neboť pokaždé, když se člověk pokouší osvojit si novou znalost či úkol, je v něm obsažena určitá míra kreativity. Na úrovni tvořivosti mini-c nemusí být to, co člověk vytvoří nic světoborného, ale pro něj samotného je to nové a smysluplné. Mini-c kreativita, je "nová a osobně smysluplná interpretace zkušeností, akcí a událostí" (Beghetto & Kaufman, 2007, s. 73). Spíše se tedy jedná o myšlenkovou práci, než o tvoření konkrétních produktů či postupů. Tyto tvůrčí činy, které jsou sice malé, ale osobně hodnotné, jsou charakteristické spíše nepatrnými úpravami rutin a způsobů, jakým děláme věci každý den než činnostmi prováděnými se záměrem být tvůrčí. Potřeba klasifikace této kategorie kreativity i přesto, že nemá převratný význam, je zjevná v momentě, kdy si uvědomíme potřebu chránit a vyživovat první známky kreativního potenciálu, třeba u dětí, místo toho, abychom je přehlíželi. Když mají lidé postřehy a nápady, které jsou pro ně osobně "nové", jedná se v podstatě o prvotní genezi a vývoj kreativity – pozorujeme tedy mini-c kreativitu. To může v praxi vypadat jako vymýšlení variace na make-up rutinu, uvědomění si, že existuje zkratka, která nás zavede do školy, objevení obecně známého principu nebo vyprávění příběhu novým způsobem. Denně se setkáváme s příležitostmi, kdy se nabízí možnost se na věc podívat jinými brýlemi a tím uplatnit různé perspektivy. Vývojový aspekt, interpretace a flexibilní myšlení je tedy důležitou součástí mini-c kreativity.

1.1.1.2. Little-c úroveň kreativity

Little-c úroveň kreativity je oproti vývojovému aspektu a genezi kreativity úrovně mini-c odlišná více rozeznatelnými vyjádřeními kreativity. Kaufmann & Beghetto (2009) považuje little-c kreativitu za „každodenní inovace“ a jedná se o pokrok, který vychází z tréninku,

získávání zpětné vazby a osvojování si technik určitého oboru. Na této kreativní rovině si lidé všimnou a případně ocení, že se žákyně naučila kreslit s perspektivou a tento progres je jednoduše rozeznatelný. Do little-c úrovně kreativity zapadají kromě malířů a kreslířů mnohé děti, dospívající, amatéři a obecně lidé, kteří mají tvořivé zájmy, jako například vaření, psaní písní a básní, učení se na hudební nástroj, patří sem dekorace a plánování vlastního pokoje i vybírání vhodných šperků pro outfit. I přes estetickou krásu výtvaru na této úrovni není tento produkt na úrovni Pro-c a Big-C. Pokud přinesu svému kamarádovi ukázat obraz, který jsem namaloval, nebudu po něm žádat srovnání s Vincent van Goghem, ale spíše se budu zajímat, zda ho považuje za esteticky příjemný, případně originální. Pro tuto úroveň tvořivosti je velmi charakteristická její všudypřítomnost, protože se kreativními koníčky zabývají lidmi pro radost a netouží se stát profesionály a například pracovat jako malíř.

Výzkum estetiky klade stejným způsobem důraz na kreativní činy v každodenním životě se zaměřením na to, jak se lidé rozhodují a jak tyto rozhodnutí prožívají. Většina estetických rozhodnutí, která lidé činí, jsou ekologická, například když se lidé rozhodují o stylu svých vlasů, oblečení, hodinek, špercích a o tom, jak vymalují. Lidé mohou mít z umění dokonce strach a bázeň, a to z dobrých důvodů. Pokud dům namalují nevhodnou barvou, může později při prodeji klesnout jeho hodnota. Důsledky takových estetických rozhodnutí bývají pro zúčastněné lidi vnitřně důležité a mohou způsobovat tenzi, i když navenek působí jako malé a nevýznamné. Psychologické uvažování, které se na těchto rozhodnutích podílí, se zdá být komplexní a zapadá do úrovně mini-c a little-c kreativity (Silvia et al., 2017).

1.1.1.3. Pro-c úroveň kreativity

Na této úrovni má člověk možnost být kreativní na profesionální úrovni a na místě, kde se profesionálové pohybují. Na tomto stupni by měl mít člověk za sebou mnoho let záměrné praxe a tréninku a nějaký specifický úspěch. Ne každý na úrovni profesionála se může svou tvůrčí činností živit, nicméně to zpravidla bývá cílem osob na této úrovni tvůrčí činnosti, což bývá v kreativních oborech obtížné. Někteří kreativní pracující profesionálové, například herci, nemusí dosáhnout Pro-c úrovně (ze seriálu *Ulice*) a někteří jiní tohoto statusu dosáhnou, ale nemohou dát výpověď ve své stávající práci, protože jim jejich kreativní zaměření neposkytne takové finanční ohodnocení, aby jim to stačilo na komfortní život. Chtějí se zabývat tím, co je baví, kreativně naplňuje a zároveň z toho mít příjem, ze kterého mohou pohodlně žít. Jedná se o jednotlivce, kteří jsou tvůrčí profesionálové, ale ještě nedosáhli eminentního statusu. Často se stává, že umělci nebývají

veřejností uznávání do okamžiku své smrti. Většina teoretických koncepcí Big-C vyžaduje posmrtnou evaluaci, jako v případě Franze Kafky.

1.1.1.4. Big-C úroveň kreativity

Lidé na úrovni Big-C se zapisují do historie. Úroveň Big-C zahrnuje hodnocení celé kariéry a celého díla člověka, následně hodnotí jeho dílo v porovnání s ostatními velkými přispěvateli v oboru a rozhoduje se, kam se zařadí. Často se jedná se o tvůrčí přínos, který představuje pokus odmítnout a nahradit stávající paradigma oboru a posunout jej novým směrem (příkladem v oboru psychologie jím může být práce Sigmunda Freuda). Dobrým měřítkem pro kvalifikaci pro zařazení do Big-C úrovně kreativity může být získání prestižní ceny nebo zařazení do encyklopedie, zároveň je ale třeba zvážit, jak hodnotné dané ocenění je. Někdy dochází u takových géniů k "smlouvání s ďáblem", kdy jsou ochotni obětovat svůj život, aby využili své tvůrčí nadání (Freudova asketická existence). Zjistěte musí člověk na úrovni Big-C projít alespoň dekádu učení a následování zjetého protokolu, ale také musí aktivně trénovat, zkoušet, objevovat a experimentovat. Stává se, že mezi prvním a vrcholovým dílem významného autora bývá alespoň desetiletá časová mezera, ale nejedná se o pevně stanovený časový úsek. V herectví, šachách, sportu, medicíně, hudební skladbě nebo v tanci trvá různě dlouho obor pochopit a následně v něm dosáhnout významnosti.

1.1.2. Neurologické podklady kreativity

Mají lidé na úrovni Pro-c a Big-C kreativity jinou funkcionalitu mozku, než jedinci s nižší úrovní kreativity? Obzvláště zajímavé objevy přinesl výzkum improvizace, což je jedna z nejkompexnějších forem spontánní kreativity. Tyto výzkumy proběhly díky zobrazovacím metodám se zaměřením na lokalizaci mozkových funkcí.

Dorso-laterální prefrontální kortex je oblast mozku, která nese zodpovědnost za jevy jako sebe-uvědomění, sledování vlastního chování a ujišťování se, že konformuje se sociálními normami. Když se vědci dívali na tuto oblast mozku u jazzových umělců a freestyle rapperů při improvizaci, zaznamenali v této oblasti sníženou aktivitu. Na druhé straně si všimli, že mediální prefrontální kortex, což je oblast, která má souvislost s interní generací nápadů, která jde zevnitř a není závislá na vnějších podnětech, zaznamenala zvýšenou aktivaci. Síť „Default mode,“ jejíž součástí je právě mediální prefrontální kortex, zaznamenává

aktivaci, když se člověk nezaměřuje na vnější svět, ale naopak když zaměřuje pozornost dovnitř. V každodenní praxi to bývají momenty, kdy člověk prožívá denní snění, je zamyšlený a duchem nepřítomný. Tato síť byla také spojena se stavem flow. Oproti tomu je síť „Control mode“ aktivovaná, když je jedincova pozornost zaměřená ven, kdy lidé monitorují sebe i okolí. Bylo zjištěno, že jazzoví muzikanti přepínají mezi těmito dvěma sítěmi, což ve finále ústí v to, že nehrají pouze náhodné noty, ale zároveň monitorují kapelu kolem a přizpůsobují se jí, aby jejich hudba měla určitý appeal a příjemně se poslouchala (Big Think, 2015). Jinými slovy byla na cestě za tím splnit nějaký úkol v sérii studií vyzozorována spolupráce sítě „Default network“, která poskytovala informace vztahující se k úkolu skrz epizodické vyhledávání v paměti, zatímco síť „Control network“ vedla a monitorovala integraci těchto informací v hranicích cílového stavu. Jakmile se setkáme s kognitivně náročným úkolem, spontánní a self-generované myšlenky se nebudou vyskytovat s takovou frekvencí (Beatty & Schacter, 2017).

Kreativní kognice má zřejmě spojitost s epizodickou pamětí, protože se zdá, že podstatnou součástí procesu vyhledávání informací v epizodické paměti je míchání různorodých prvků ze vzpomínek, což vede k simulaci budoucích situací, přemýšlení o budoucnosti a k imaginaci. Paměť i představivost mají zřejmě podobný mozkový základ (Schacter, 2012) a epizodická paměť má spíše konstruktivní než reproduktivní povahu (Schacter & Addis, 2007). Toto neurologické pojetí kognitivních procesů, které se vážou ke kreativitě, jsou velmi podobné pojetí procesu tvoření Marka Twaina i RuPaula a v podstatě nezáměrně načrtli, jakým způsobem funguje kreativní proces na neurální úrovni. Ve studii Ingvar (1979) bylo zjištěno, že neurální aktivita při bdělém odpočinkovém stavu, který se odehrává bez jakéhokoli pohybu, řeči, či chování, odpovídá aktivitě simulace budoucího chování, což z evolučního hlediska může být schopnost, která pomáhá přežití a adaptaci na nové situace. Green et al. (2015) výzkumně demonstrovali, že dynamický vstup a výstup do a z kreativního stavu v situacích, kdy je tvořivost vyžadována, podléhá volní kontrole a má svůj mozkový korelát. Souhrnně výzkumná zjištění naznačují, že epizodická paměť skutečně podporuje tvůrčí kognici, ale tento příspěvek může být omezen pouze na divergentní myšlení. Existuje široký prostor pro experimentální zkoumání přesného způsobu, jak vnitřní generace myšlenek interaguje s vnitřní kontrolou a monitorováním okolí (Beatty & Schacter, 2017).

Limb & Braun (2008) pozorovali jazzové pianisty jednak při hudební improvizaci a jednak při přehrávání naučené skladby. Jejich objev byl v souladu s předchozími nálezy,

že psychologické procesy zodpovědné za spontánní improvizaci, které jsou charakteristické vnitřní motivací a self-generovaným chováním, se odehrávají v momentě, kdy nejsou zapojeny opačné procesy sebe-pozorování a vědomé kontroly probíhajícího výkonu, a naopak převládají self-generované myšlenky. V mozku to odpovídalo aktivaci sítě „Default mode“ a deaktivaci sítě „Control mode.“ Během hudební improvizace, která se odehrává tady a teď, má muzikant velmi málo času na plánování a musí jednat spontánně. Má za úkol dohromady skloubit interní generaci melodických a rytmických sekvencí, koordinovat své hraní s ostatními členy kapely, zpracovat a zakomponovat případné chyby do svého výkonu a soustředit se na jemné motorické pohyby s cílem hrát muziku, která se dobře poslouchá. fMRI studie těchto improvizčních procesů jak u zpěváků, tak u hráčů na hudební nástroje ukázalo, že zdánlivě spontánní, uvolněné chování (Default network) bude mít užitek z motorického plánování a z kognitivní kontroly (Control network). Důležitá je tedy kooperace mezi těmito rozsáhlými mozkovými sítěmi (Beatty, 2015). Když vezmeme choreografie stranou, stejně jako u pianistů a rapperů by měl tento princip fungovat podobně i u tanečníků, protože musí v případě freestylového tancování v klubu či na soutěžích používat jak naučené kroky, tak během tance hledat nové cesty mezi nimi a pracovat se svým tělem v nových pozicích, ve kterých se ocitnou. To vše musí probíhat do rytmu hudby a zároveň nestát jen na jediné muzikální rovině, aby si tanečníkův improvizovaný tanec uchoval určitý apel. Tanečník se nechává vlát hudbou, a uvolněně přijímá a uchopuje se cest, kam ho tělo vede. Zároveň nad svým tělem musí mít kontrolu a být schopný ho navést tam, kam chce a dle forem, které jsou v daném tanečním stylu zavedené (pokud se nejedná o experimentální taneční styl, kde žádná pevně etablovaná forma neexistuje).

1.2. Kreativní self-beliefs

Tato práce se zaměřuje na kreativní self-beliefs, tj. na přesvědčení o naší vlastní kreativitě a o kreativitě jako o fenoménu obecně. Bandura (1995) definuje self-belief (nebo přesněji self-efficacy) jako osobní přesvědčení člověka ve vlastní schopnost dokončit úkoly a dosáhnout svých cílů. Tato důvěra ve vlastní osobní kontrolu u adolescentů ovlivňuje psychologický well-being a směr, kterým se v životě vydají. Self-beliefs mají ohromný dopad na to jak, kdy a co tvoříme a také objasňují momenty, kdy se v kreativních činnostech nezapojujeme a neangažujeme, kdy neřešíme problémy kreativně a ani se o to nepokoušíme. Tím vlastně selháváme naplnit náš kreativní potenciál, ale záleží, zda si situace kreativní řešení vůbec vyžaduje. Přesvědčení o sobě v oblasti kreativity je aktuálně velmi živý a hustě studovaný obor, které může mít význam pro všechny úrovně lidí, kteří se angažují s lidmi v praxi, tedy pro rodiče, učitele jejich dětí i pro manažery (Karwowski & Kaufman, 2017, xvii).

Nejprve se self-beliefs začali v psychologii zabývat otcové humanistické psychologie jako Fromm, Rogers a Maslow. V dnešní době tato oblast výzkumu kvete a v jeho čele stojí pozitivní psychologové. Poněkud metaforicky pojímá humanistická psychologie celý lidský život (a jeho vývoj od narození do stáří) a primárně vytvoření vlastní, jedinečné, komplexní a stabilní identity za nekončící kreativní proces. Vytvoření takové identity vnímají jako úspěch, kterým je dosažení sebeaktualizace, porozumění sobě samému a pocit naplnění. Pozitivní psychologové se na problematiku získávání informací o sobě samém a hodnocení sebe dívají jako na interakci vlivů sociálního světa a kognitivních procesů (Karwowski & Kaufman, 2017, xviii).

Mít pozitivnější pojetí o sobě samém, a tedy vyživovat a rozvíjet své self-beliefs se zdá být jako žádoucí ze své podstaty. Psychologové považují identifikaci i rozvoj kreativního potenciálu jako zásadní cíl vzdělání, ale realizovat tento cíl ve spolupráci psychologů a učitelů se ukázalo být výzvou (Beghetto, 2010). To, co je cílem návrhu a následné realizace výzkumu této práce a co je klíčovou otázkou ve výzkumu kreativních self-beliefs je, zda tyto psychologické konstrukty dokážou spolehlivě a statisticky významně predikovat opravdový kreativní výkon. Výsledky dosavadních výzkumů zaznamenaly poněkud proměnlivé výsledky. Někteří autoři vztah mezi self-beliefs a skutečným kreativním výkonem nenalezli (Priest, 2006), jiní však ano, ale do různé míry (Mathisen & Bronnick, 2009, Karwowski, 2011, Pretz & McCollum, 2014). Co stojí za těmito poněkud neohromujícími a smíšenými výsledky? Je možné, že vlastní přesvědčení o našich

kreativních schopnostech nehrají tak velkou roli ve výkonu, jak si mnozí výzkumníci včetně autorů práce myslí. Je zde také další možnost, že kreativní self-beliefs nebyly zatím dostatečně srozumitelně operacionalizovány a měřeny, obzvláště rozdíly mezi jednotlivými konstrukty (Beghetto & Karwowski, 2017). Jedná se přece jen o psychické koncepty, na které si nemůžeme fyzicky sáhnout, tím pádem je jejich přesné teoretické rozdělení a konceptualizace zcela zásadní.

V posledních několika letech se výzkumníci zaměřili hlavně na 3 koncepty: Kreativní self-efficacy (CSE), Kreativní metakognice (CMC) a Kreativní self-koncept (CSC). Dohromady tyto 3 kreativní self-beliefs tvarují Kreativní identitu (CI).

1.2.1. Kreativní self-efficacy

Sebe-hodnocená kreativita odráží, jakým způsobem na sebe člověk pohlíží z perspektivy své vlastní kreativity. Oproti tomu je kreativní self-efficacy (CSE) vnímaná sebeúčinnost a sebejistota v to, že „mám schopnosti produkovat kreativní výstupy“ (Tierney & Farmer, 2002, s. 1138). Naopak lidé, kteří disponují nižší úrovní kreativní self-efficacy věří tomu, že i kdyby se snažili sebevíc, nedokáží úkol úspěšně kreativně vykonat (Dewett, 2007). Většinou se v kontextu kreativní self-efficacy hovoří o konkrétním úkolu a jedincově schopnosti jej úspěšně provést ve specifickém kontextu a na určité úrovni (Beghetto & Karwowski, 2017). Tato kreativní sebeúčinnost je přesvědčení člověka, které se může vázat specificky k určitému úkolu (stavový koncept), ale může se jednat i o globální přesvědčení (rysová koncepce) a liší se v záběru výkonové domény, o které jedinec přemýšlí. Obecná self-efficacy může ovlivňovat specifickou pozitivně v lepším zdraví, vyšší míře úspěchu, i ve větším zapojení do svého sociálního okolí, ale i negativně v množství stresu a úzkosti, kterou člověk při plnění úkolu zažívá. Nejspíš je to proto, že pokud si člověk věří, klade na sebe i větší nároky (Imam, 2007).

Tento koncept se zaměřuje primárně na vnímanou sebejistotu v to, že určitý typ úkolu zvládne člověk kreativně vyřešit. V porovnání ostatními kreativním self-beliefs jsou nejvíc orientované na budoucnost a jsou tvarovatelné. Jakmile musíme podat kreativní výkon, setkáváme se s CSE, protože pozorujeme vznik myšlenek ohledně sebe-hodnocení vlastní jistoty, že kreativně zvládnou daný úkol na nějaké úrovni (např.: „Jsem si sebevědomý, že dokážu vytvořit 5 nových variací na taneční krok ‚running man‘.“). CSE zásadně rozhoduje, zda se úkolu daná osoba zcela vyhne nebo zda se ho bude účastnit. Dále pomáhá determinovat kolik úsilí člověk vynaloží a po jak dlouhou dobu v momentě, kdy narazí na překážku (task engagement) a následně vede k vyhodnocení po dokončení úkolu, kdy dochází k upřesnění víry v schopnost provést podobné úkoly v budoucnu (Beghetto & Karwowski, 2017).

Schopnosti zlepšovat se s vynaložením úsilí souvisí s globální sebedůvěrou a Goldsmith s Matherlym (1988) došli k závěru, že právě obecná sebedůvěra predikuje tvůrčí výkon. Zkoumání souvislosti mezi tvořivostí, pozitivní sebedůvěrou i psychickým zdravím vedlo Yau (1991) k návrhu, že vysoké sebehodnocení a sebe-obraz zvyšuje možnosti jedince a je nezbytný pro to se angažovat v tvorbě či kreativním životním stylu. Výsledky série výzkumů Pretze a Nelsona (2017) naznačují, že vyšší kvalita tvůrčí práce je spojena s kreativní self-efficacy, ale obecný self-esteem má souvislost s vyšší efektivitou v rámci

kreativní práce a zároveň se ukázalo, že kreativní výkonnost je ve skutečnosti vedena pocitem, že kreativita je pro jedince identitu důležitá záležitost stejně jako pojetí sebe sama jako tvůrčího. Autoři v hodnocení výsledků povzbudivě uvádějí, že lidé zřejmě dokážou rozlišovat mezi svou schopností být efektivní v kreativních úkolech, svou schopností být efektivní obecně a oddělují i obecný pocit vlastní hodnoty. Kreativní self-efficacy zřejmě nevychází pouze z obecné sebedůvěry a roli pravděpodobně hraje více faktory. Považují self-efficacy jako validní prediktor schopnosti být tvořivý a originální.

Kreativní self-efficacy považuje Bandura (1995) za plodný konstrukt nejen v oblasti přesvědčení ohledně své vlastní tvořivé účinnosti a dále tvrdí, že jej ovlivňuje několik činitelů, mezi něž patří minulá zkušenost s úkoly podobného rázu v dané oblasti. Říká, že v souladu s tímto konstruktem lidé vedou svůj život. Mezi další faktory, které mají vliv na přesvědčení o vlastní účinnosti jsou zkušenosti, které získáváme zprostředkovaně skrz vzor, který se zabývá něčím podobným (podobně jako známý experiment s agresí s panenkou Bobo), dále mají vliv psychologické a sociální okolnosti, jako například podpora od našich blízkých, pocit nabití či únavy. Beghetto a Karwowski (2017) popisují takzvané „afordance prostředí“, které mohou ovlivnit, jaký kreativní výkon podáme a návazně tak působí na naše přesvědčení o vlastní účinnosti. Mezi tyto rysy prostředí, ve kterém budeme tvořit, patří vztahy, které v daném prostředí s lidmi máme, jakým způsobem s nimi vedeme vnější, ale i pomyslný vnitřní dialog a přísluší mezi ně i tvarovatelnost objektu, se kterým pracujeme (je značně jednodušší vymyslet více způsobů použití pro krabičku se sirkami než pro kousek dlažby).

Souvisí spolu CSE a pohlaví, či CSE a úroveň vzdělání? Výzkumně se ověřoval vztah vzdělání a kreativitou a Tierney a Farmer (2004) v organizačním kontextu našli významný pozitivní vztah, ale nenalezli významný vztah mezi vzděláním a CSE. Rovněž zjistili, že pro vyšší míru CSE beliefs je zásadní se v daném oboru vyznat a chápat ho, tedy být expert. To je v souladu s tvrzením Pretze a Nelsona (2017), že kreativní self-efficacy je doménově specifická a přesněji předvídá kreativní chování, které je CSE vztažené ke konkrétní oblasti působení. V jiné studii, která také zkoumala CSE v pracovním prostředí nebyl nalezen statisticky významný vztah s úrovní vzdělání (Malik et al., 2015). Existují studie, který vztah mezi kreativní self-efficacy a pohlaví potvrzují. V jedné takové studii měli studenti mužského pohlaví tendenci uvádět vyšší míru vlastní účinnosti než studentky ženského pohlaví, na druhou stranu ale měli také tendenci přeceňovat své kreativní schopnosti. Ženy v této studii podceňovali svou účinnost (Karwowski, 2011). Studie kreativní self-efficacy

v pracovním prostředí (Zhang & Zhou, 2014) ale žádnou statisticky významnou korelaci mezi CSE a pohlavím nenalezly. Nachází se zde prostor pro další zkoumání a konsolidaci výsledků průzkumu. Mnoho předchozích studií, které se zaměřují na studium kreativních self-beliefs, nerozlišují mezi CSE, CMC a CSC, což může vést ke zkresleným výsledkům.

Když se věnujeme tvořivé činnosti, časem se stane, že narazíme na překážky a na počáteční neúspěchy. Být kreativní si vyžaduje hnací sílu a vytrvalost tváří v tvář takovým výzvám, a právě sebeúčinnost takovou energii poskytuje, protože člověk, který se považuje za účinného v kreativní sféře očekává, že jeho snaha a práce přinese plody. Tím pádem člověk volí, zahajuje a pokračuje v tvůrčí činnosti (Farmer & Tierney, 2017).

Pozoruhodným příspěvkem k oblasti výzkumu kreativních self-beliefs a konkrétně CSE, byly studie konduované v Asii a přinesly relevantní poznatky. Někteří autoři se na roli kreativní self-efficacy dívali z pohledu předchozích kreativních úspěchů a s nimi související snahou. Jiní výzkumníci zjistili, že CSE je výrazným prediktorem kreativního chování v případě, že participanti studie nejsou vystaveni tlaku. U žáků se střední úroveň CSE změna úrovně tlaku nezaznamenala tak výraznou změnu jako u jedinců s nejvyšší a nejnižší CSE. Jejich flexibilita myšlení se výrazně snížila v porovnání se studenty uvádějící střední CSE (z metaanalýzy Tang et al., 2017).

1.2.1.1. Mindsety a CSE

Za zmínku v souvislosti s CSE stojí tvůrčí nastavení mysli, které navazuje na teorii Carol Dweckové (2006) a vztahuje se k nepřímé a nevyřčené domněnce každého člověka o tom, zda jsou tvůrčí schopnosti vytesané v kámen a neměnné (fixní myšlení), nebo zda je lze rozvíjet (růstové myšlení). Při zaujetí fixního myšlení se člověk nepokouší svým kreativním nadáním zabývat, protože je dle takového způsobu myšlení netvarovatelné a Karwowski (2014) ukázal, že lidé s fixním myšlením nejsou tolik účinní v úkolech, které si vyžaduje řešení vzhledem. O'Connor et al. (2013) dále zjistili, že nižší skóre přesvědčení o tvárnosti kreativity negativně koreluje se self-reportovanou subjektivní kreativitou, což souvisí s nižším zájmem o kreativní myšlení a s nižším kreativním výkonem. Na rozdíl od této studie Pretz & Nelson (2017) nenalezli vztah mezi kreativitou a fixním myšlením ani v případě, kdy se počítalo s doménovou specificitou kreativity. Jejich studie potvrdila hypotézu, že obecné pozitivní sebepojetí souvisí s vyšší mírou kreativity a s produktivitou, nicméně podrobnější zkoumání ukázalo, že nemusí nutně souviset s kvalitou, a že kreativní výkony nebyly způsobeny obecným sebepojetím, ale spíše přesvědčením o vlastní schopnosti být kreativní, specificky.

Někteří lidé jsou toho názoru, že člověk buď kreativní je či není. Jedním ze způsobů, jakým si lidé tento neproduktivní mindset osvojí, jsou rodiče, kteří nezáměrně poskytují feedback založený na výsledcích a schopnostech svého dítěte, místo toho, aby se zaměřovali na jejich snahu a celkový kontext. Tito lidé s fixním mindsetem pravděpodobně zastávají "Big-C" vnímání kreativity a připisují tvořivost jen několika málo géniům. Jiní lidé věří, že stejně jako mnoho jiných psychologických charakteristik lze kreativitu cvičit. Tito lidé zastávají teorii růstového myšlení a spíše se pokusí se svou kreativitou pracovat, budou s větší pravděpodobností vykonávat kreativní činnost nebo se budou věnovat kreativním koníčkům. Po experimentech Carol Dweckové začali psychologové, pedagogové, učitelé a rodiče věřit, že fixní myšlení je pro fungování člověka škodlivé na rozdíl od myšlení růstového, které umožňuje tvůrčímu úsilí vzkvétat. Koneckonců, nastavení mysli není permanentní a nemělo by se s ním takovým způsobem zacházet, protože je formovatelný a mění se pod různými vlivy a v různých situacích. Zdá se však, že mindset opět není dichotomickou záležitostí a jeden člověk může mít v různých oblastech jiné mindsety (Karwowski & Brzeski, 2017).

1.2.2. Kreativní metakognice

Dalším z trojice kreativních self-beliefs je kreativní metakognice (CMC), která není pouze jedno přesvědčení, ale kombinace několika. Tyto přesvědčení stojí na našich vědomostech o tom, jaké má naše kreativita přednosti, a kde jsou naše slabé stránky. Důležité je znát své limity a správně chápat situaci a kontext, ve kterém se nacházíme, tedy čím se kreativně právě v tento moment zabýváme, proč to děláme, jak dlouho a proč se vůbec musíme chovat kreativně. Specificky se sami sebe ptáme, jestli si tato situace opravdu vyžaduje kreativní řešení a jestli k nějakému řešení ve světle našich kreativních schopností vůbec dojdeme. Jedná se tedy o nejkompexnější belief, v rámci kterého se snažíme co nejlépe zachytit sami sebe, své okolí a regulovat sám sebe v momentech, kdy se zabýváme nějakým kreativním úkolem (například když tanečník vymýšlí nové pohyby) (Beghetto & Karwowski, 2017).

Kreativní metakognice je zjevná v momentech, kdy se aktivně věnujeme nějaké situaci, která si po nás žádá určitý kreativní výstup nebo výkon a díky CMC si postupně skládáme dohromady, do jaké míry je náš cíl realizovatelný („Jsem si jistý, že dokážu vymyslet nějaké nové kreativní taneční pohyby“) a jestli je náš přístup vhodný („Abych vymyslel nový pohyb, možná bych mohl zkusit změnit směr původního kroku.“). V průběhu tvorby si můžeme uvědomit, že nemáme dostatek času na to úkol dokončit a průběžně vyhodnocujeme, jak se naše situace mění za různých podmínek. Může nám také dojít, že náš přístup není funkční a musíme zkusit jiný postup. Kreativní metakognice tedy hraje zásadní roli během ‚task engagementu‘. Mezi CMC a CSE existují temporální rozdíly, protože se kreativní metakognice zaměřuje na moment tady a teď, kdežto sebeúčinnost se vztahuje k výkonu v budoucnosti. Podobnost těchto dvou konceptů spočívá v tom, že vyhodnocují výše zmíněnou proveditelnost úkolu v čase jeho průběhu (Beghetto & Karwowski, 2017). Suma sumárum je CMC základem pro schopnost se průběžně strategicky rozhodovat v dané situaci (Kaufman & Beghetto, 2013).

1.2.3. Kreativní self-koncept a kreativní identita

Kreativní self-koncept (CSC) je poslední z trojice kreativních self-beliefs a zastupuje nejglobálnější pohled na sebe samého v oblasti kreativity. Tento pohled zahrnuje jak afektivní složku (emoční zabarvení), tak i kognitivní úsudek. Kognitivní úsudek a hodnocení může vypadat, jako výrok „Jsem vcelku dobrý kreativní tanečník“ a afektivní stránka jako výpověď typu „Mám z tancování radost.“. Kromě těchto dvou aspektů se CSC vztahuje i k sociálnímu srovnávání s naším okolím („Když se porovnam s ostatními tanečníky na české scéně, patřím mezi ty lepší.“) včetně možné zpětné vazby, kterou získáváme z našeho obecného okolí i z okolí dané kreativní domény („Moje babička i můj taneční lektor mi řekli, že jsem kreativní tanečník“). Ostatní lidé mají na tento koncept ze své povahy vliv a samotná přítomnost kreativních vrstevníků může posílit CSC jedince. Kreativní self-koncept může mít i velmi obecnou podobu („Jsem kreativní celkově.“), ale to neznamená, že se nedá vyhodnotit tím, že budeme CSC měřit specificky ke konkrétní doméně, protože se vztahuje k celkovým dojmům o schopnostech a dovednostech právě v takové doméně („Jsem kreativní hiphopový tanečník.“) (Beghetto & Dilley, 2016; Beghetto & Karwowski, 2017).

Beghetto a Karwowski (2017) dále provedli srovnání kreativního self-konceptu s kreativní self-efficacy a kreativní metakognicí, ze kterého vyplynulo, že CSC není tak proměnlivý jako CSE a CMC, neboť má spíše stálejší rysovou povahu a není tak jednoduché jej změnit. Beghetto & Dilley (2016) mluví v souvislosti se změnami kreativního self-konceptu o kreativní mortifikaci, kdy je v období adolescence identita křehkou záležitostí, včetně pohledu na sebe a ve své schopnosti. Říkají, že jediná klíčová negativní událost CSC změni a člověk se nemusí v jejím důsledku kreativitě věnovat. Beghetto a Karwowski (2017) dále porovnávají časovost kreativního self-konceptu je oproti ostatním dvěma kreativním self-beliefs zaměřena do minulosti, protože staví na všech dosavadních soudech, vztazích a pocitech. Kreativní self-efficacy je tedy oproti CSC mnohem specifičtější a vztahuje se k víře ve vlastní schopnosti být v něčem kreativní („Určitě dokážu kreativně spojit 3 taneční kroky dohromady.“). Mezi CMC a CSC existuje podobnost v tom, že oba tyto koncepty vyhodnocují silné a slabé stránky kreativního člověka, tím, že informují a jsou informovány jedincovým obecným sebe-hodnocením, a to vcelku ovlivňuje, jak přesné a realitě odpovídající bude jedincova kreativní sebeúčinnost a self-koncept.

Lebuda a Csikszentmihalyi (2017) shrnuli, co odlišuje vynikající (Big-C) tvůrce od ostatních profesionálů (Pro-c). Mezi tyto rozdíly patří právě vyšší míra CSC, ale dále

i vyšší míra obecné sebedůvěry a sebekontroly. Big-C tvůrci se dokáží lépe pozorovat, sami sobě rozumí, mají vyšší self-esteem (považují sami sebe za hodnotné a mají na sebe pozitivní pohled), jsou sebe-účinní a když dojde do tuhého, dokáží sami sebe vnitřní řečí podpořit. Když mají Big-C tvůrci popsat sebe ve vztahu k jejich kreativitě, uvádí, že dokáží myslet stylem „out of box,“ čímž řeší problémy nepředvídaným způsobem. Jejich tvůrčí schopnosti a vlastnosti jsou na vysoké úrovni, což se může projevat i v jejich vybraném zaměstnání v podobě nezávislosti.

Kreativní self-koncept přerůstá v kreativní identitu (CI), která spojuje všechny jeho prvky dohromady a dává celkový smysl. Někteří autoři považují tvořivost za zásadní faktor, který napomáhá vzniku a vývoji jedinečné identity, protože člověk se v rámci života ocitne v nepředvídatelných situacích a stále potkává nové lidi. Postupem času získává nové perspektivy, informace a mění role. Je tedy možné považovat výtvar konzistentní a jednotné identity za tvůrčí úspěch. Umělecká tvůrčí činnost, originální a kreativní jednání ve vědě a v jiných sférách působení, je součástí vyjadřování sebe a zpětně umělci poskytuje validaci o tom, že je to tvůrce. Někteří velcí umělci zastávají názor, že čím více se člověk věnuje svému umění, tím více se dozvídají sami o sobě. Kreativní identita je součástí tvůrčího nadání a jeho postupného šlechtění, což zahrnuje soustředění, vytrvalost a odolnost proti nejistotě na cestě k úspěchu. Pokud se v uměleckém oboru nevyznáme a bavíme se o jejich tvůrčích, je často obtížné rozlišit, kdo je hobbyista a kdo skutečným profesionálem. Je totiž nejasné, kdo takový profesionál je – je to někdo, kdo je uznávaný, vydělává si svým uměním na živobytí, je součástí nějakého spolku? Toto rozlišení je obzvláště obtížné například u Selectingu a DJingu, kde není vyžadováno téměř žádné odborné vzdělání (Lebuda & Csikszentmihalyi 2017).

2. Osobnostní rysy a vlastnosti související s kreativními výkony a self-efficacy

Kreativní člověk vytváří nové a užitečné produkty i nápady a základem kreativity je jedinečnost. Je všeobecně známo, že existují určité základní společné rysy, které jsou společné celému lidstvu. Stejně tak se však uznává, že je každý člověk obdařen odlišnou a jedinečnou identitou, která ho diferencuje od všech ostatních. Lidi mají odlišnou povahu a hodnoty, jiné sebepojetí, motivaci a kognitivní schopnosti (Furnham, 2008). Každý člověk balancuje potřebu být součástí určité sociální skupiny a konformovat s jejími normami s potřebou být unikátní (Hornsey & Jetten, 2004).

Jak bylo popsáno v předchozí kapitole, řada umělců říká, že je jejich identita úzce spojena s tvůrčí činností, kterou se zabývají. Někteří psychologičtí autoři jsou v souladu s touto myšlenkou a vnímají kreativitu jako proces hledání sebe sama s cílem určit svou identitu mezi které patří humanističtí psychologové (Dollinger & Dollinger, 2017). Utváření identity, která je originální a odlišná od identit ostatních lidí, lze považovat za jedinečný proces, protože vytvářená persona musí zapadnout do sociálního světa a být jím uznávána, ale zároveň kongruentní s hodnotami jedince (Barbot & Heuser, 2017). Umělci poznávají elementy své identity skrz vykonávání tvůrčí činnosti a Hunt a Sampson (1998) se v tomto smyslu zabývali kreativním psaním, což popsali jako vyjádření emocí, které jsou hluboce a dlouhodobě pociťovány a vyjadřují také sociálních role jedince. Virginia Woolfová (1989), autorka knihy *Maják*, přirovnala svůj kreativní psací proces k psychoanalytickému vztahu. Vyjádřením svých intenzivních emocí na papír je zároveň sobě vysvětlila a tím se jimi přestala zabývat, protože nad ní v ten moment ztratily moc.

Maslow ve své teorii hierarchie potřeb, ve které se potřeba sebeaktualizace nachází úplně nahoře, popisuje sebeaktualizující se osobu jako člověka, který je charakteristický svou tvořivostí a nezávislostí. Takové jedince považuje za svobodnější (Simonton, 2017). Existují však lidé, kteří jsou kreativní, vytváří inovativní a užitečné výtvořky, ale neoznačili by sami sebe jako tvůrčí osobnost. Na druhou stranu je možné si představit, že existuje i člověk opačný, který se domnívá, že je velmi tvořivý, i když ve skutečnosti žádné kreativní výsledky nevytváří (Batey & Hughes, 2017).

Kreativita poskytuje prostor pro to vyjádřit sám sebe. Schopnost vyjádřit své vnitřní pocity tvůrčím způsobem však obvykle vyžaduje se v dané oblasti do jisté míry vyznat, chápat ji a technicky ji ovládnout, aby se mohl tvůrce vyjádřit na určité úrovni. Je tedy otázkou, zda se lidé skrz své kreativní výtvořiny vyjadřují ekologicky a přirozeně, nebo jestli je to ve skutečnosti výsledek dlouhodobé snahy, motivace, vytrvalosti a zájmu (Barbot & Heuser, 2017). Tuto otázku obohacují autoři Munson & Widmer (1997), kteří vyzkoumali, že čím více se lidé věnují svému profesnímu zaměření a vkládají do něj značnou snahu a čas, tím spíše se s ním budou identifikovat a definovat skrz tuto činnost sami sebe.

2.1. Big Five faktory související s kreativními self-beliefs

„Osobnost zahrnuje charakteristické vzorce myšlení, emocí a chování jedince spolu s manifestními i latentními psychologickými mechanismy, které za těmito vzorci stojí“ (Funder, 2004, s. 5). V souvislosti s individuálními proměnnými pracují výzkumníci v oblasti výzkumu sebepojetí v oblasti kreativity s koncepcí Big Five, jejíž základy položil D. W. Fiske (1949) a dnešní moderní podobu vytvořili Costa & McCrae (2008). Faktorová koncepce Big 5 se skládá z pěti širokých osobnostních článků, kterými jsou otevřenost extraverze, otevřenost vůči zkušenosti, svědomitost, přívětivost a neuroticismus. DeYoung et al (2007) vnímali, že rozdělování lidí pomocí pouhých 5 faktorů je poněkud reduktivní, a proto každý faktor rozdělili na 2 aspekty. Například aspekty extraverze jsou asertivita a entuziasmus. Jiní autoři je ale dále rozdělili na více podčástí, které tyto vyšší aspekty a faktory „sytí.“ Z výše uvedených důvodů existují i jiná teoretická ukotvení osobnosti, které se snaží zachytit osobnost v její celosti. Například Radvan Bahbouh vytvořil model čtyř živlů ("4 Elements Personality Typology," bez data). Nicméně při rešerši článků, které zkoumají souvislost mezi kreativními self-beliefs a osobností záhy zjistíme, že Big 5 je preferovaným modelem, pravděpodobně kvůli jeho rozšíření (Batey & Hughes, 2017).

2.1.1. Otevřenost vůči novým zkušenostem

Batey & Hughes (2017) provedli rozsáhlou metaanalýzu studií, které hledaly regresní a korelační vztahy mezi kreativními self-beliefs a osobnostními faktory Big Five. První ze dvou nejvýraznějších a nejvýznamnějších výsledků bylo, že kreativní self-beliefs pozitivně souvisí s otevřeností vůči zkušenosti. V této metaanalýze uvádí, že lidé považují za samozřejmé, že kreativnější jedinci mívají větší sklon být otevřený a věnovat se estetickým zážitkům, a že takoví lidé tuto skutečnost vnímají. Považují se tedy za umělecky založené lidi. Ti, kteří skórují vysoko na škále otevřenosti vůči zkušenostem, mají v povaze takové zážitky absorbovat, zvažovat různé pohledy na věc a zkoušet nové věci. Díky tomuto

chování postupně sbírají množství informací, se kterými mohou pracovat a vytvářet zajímavé nové nápady.

Jak bylo uvedeno výše, otevřenost se skládá ze dvou faktorů, kterými jsou otevřenost jako taková a intelekt. Otevřenost je tendence se zaměřovat na estetické zážitky a přivádí lidi k tomu, aby se lidi uměním zabývali a věnovali pozornost tomu, co jim přichází do smyslu. Intelekt je v této koncepci vnímán jako zájem o intelektuální stimulaci a její vyhledávání. Vnitřní motivace je zde velmi salientní. Intelekt je komplexnějším aspektem. Má sice podobnost s otevřeností v tom, že intelektuálně orientovanému člověku přináší rozjímání o komplexních tématech potěšení, ale odlišuje se od něj dvěma věcmi. Nejen, že intelekt rozšiřuje zásobu vědomostí, kterou spolu dokážeme kombinovat a tím generovat nové nápady, ale pomáhá také zpochybňovat naši osobní perspektivu či přesvědčení ostatních. Díky intelektu vnímáme, že existují určité brýle, skrz které se lidi včetně nás na svět koukají, díky čemuž dokážeme zaběhlé vzorce dělání věcí zpochybnit, a právě na těchto místech kreativně působit (DeYoung et al., 2007).

Bylo zjištěno, že otevřenost vůči zkušenostem se projevuje i v naší neurologii. U otevřenějších jedinců byla zaznamenána zvýšená aktivita sítě „Default network,“ kde probíhá spontánní sebe-generace idejí a chování. Znamená to, že v takovém mozku probíhá tok informací značně efektivněji, což vysvětluje zvýšenou kreativitu takových jedinců (Beaty & Schacter, 2017).

2.1.2. Extraverze

Druhým nejvýraznějším výsledkem v souvislosti s vlastními přesvědčeními o kreativitě je nalezený významný vztah s extraverzí. Podobně jako u otevřenosti je možné extraverze rozložit na jednotlivé aspekty, kterými jsou asertivita a entuziasmu. Pozitivní souvislost naznačuje, že stejně jako u otevřenosti jsou si lidé vědomi, že má tvořivost blízko k tendenci být provokativní, ale i asertivní a nebojí se inspirovat ostatní, brát zodpovědnost za svá rozhodnutí a vést lidi. První aspekt, asertivita, je zodpovědná za tendenci jít proti tomu, co je zavedené a za tendenci prosazovat sám sebe i své kreativní myšlenky. Díky tomuto chování se člověk setká s reakcí okolí a zpětnou vazbou, které se ale nebojí (Batey & Hughes, 2017). Už jak řekl Stein (1953), musí být kreativita posuzována v určitém sociokulturním kontextu a je otázkou, zda bychom mohli vůbec zvažovat svěžest kreativních nápadů bez hodnocení našeho širšího okolí. Zamyšlení nad ní ale proběhne v kapitole 3.

Entuziasmus je prvek extravertze, který je charakteristický zaměřením na sociální okolí a je pro kreativitu důležitý ve chvíli, kdy jedinec už s nějakým kreativním produktem přišel a snaží se ho integrovat s reálným světem mimo své studio. Zároveň může člověka podpořit v tom nezůstávat osamělý ve své tvorbě a sdílet ji s ostatními. Díky entuziasmu umělci spolupracují a networkují s ostatními umělci. V různých oblastech ale tvorba funguje jinak a například věda je oblast, ve které tvořivost probíhá spíše na individuální úrovni. Na rozdíl od vědy má divadlo více sociální charakter a kreativní výstupy jsou rychle sdíleny s ostatními herci (Batey & Hughes, 2017).

2.1.3. Svědomitost

Svědomitost, neuroticismus a přívětivost jsou faktory, které už s kreativními self-beliefs nesouvisely tak často a výsledky byly heterogenní. Obecně mají lidé představu, že kreativní lidé jsou během tvůrčích procesů chaotičtí a že mají nepořádek ve svých pokojích i ve své mysli. V momentě, kdy se svědomitost rozdělí na jednotlivé aspekty, této hypotéze i výsledky studií odpovídají, protože je svědomitost rozdělována na pořádkumilovnost a pracovitost. Mezi tendencí být spořádaný a kreativitou byl nalezen významný negativní vztah, protože se týká perfekcionismu a patologickou potřebou v umění dělat vše správně, což není pro inovaci žádoucí. Dále se perfekcionismus spojuje s mentální rigiditou a neschopností být pružný a změnit názor. Jak bylo řečeno, někteří autoři rozdělují aspekty jednotlivých faktorů dále a proběhla i studie, které aspekt pořádkumilovnosti rozdělila na menší subaspekty. Jedním z nich je rozvážnost, která se sebezpojetím ohledně vlastní kreativity souvisela negativně, ale jednalo se o jedinou studii, která se subaspekty pracovala a nachází se prostor provést více studií, které budou měřit kreativitu, kreativní self-beliefs a subaspekty Big 5. Existují však studie, které ukázaly pozitivní vztah mezi svědomitostí a sebehodnocenou kreativitou a tento vztah byl zapříčiněn aspektem pracovitosti. Když se totiž podíváme na kreativní proces, je třeba na svém umění tvrdě pracovat a vytrvat v moment, kdy nastane kreativní blok, nebo se objeví jakákoli jiná překážka. Součástí pracovitost je kázeň, cílevědomost i pocit, že jsme kompetentní a dokážeme naše kreativní projekty dotáhnout do konce. To, jestli si věříme, jak jsme spolehliví i jakou máme pracovní morálku je také něco, co pracovitost ovlivňuje. Když má na sebe člověk negativní pohled, v kreativě mu to nemusí prospívat, protože se může méně snažit. Roli zde může hrát i Pygmalion efekt (Batey & Hughes, 2017).

2.1.4. Neuroticismus a přívětivost

Mezi neuroticismem a kreativitou byl nalezen negativní vztah a tento výsledek lze částečně vysvětlit tím, že osoby s vysokou mírou neuroticismu mívají snížené sebevědomí a sebedůvěru, což je vede k podceňování svých schopností. Součástí neuroticismu je doprovod negativních emocí jako například zvýšená úzkost, což bude pravděpodobně kreativní chování inhibovat. Člověk prožívající úzkost nebude chtít příliš riskovat, zpochybňovat realitu, vyjadřovat se a sdílet, co se v jeho nitru děje. Oproti neuroticismu stojí emoční stabilita, nicméně bylo zjištěno, že stabilita s kreativitou souviset nemusí, protože lidé, co uváděli, že se vnímají jako více kreativní, mívali vyšší skóre v agresivitě a impulzivitě. Proběhly ale také studie, ze kterých vzešlo, že prožívání pozitivních emocí je spojeno s divergentním myšlením. Ve výše zmíněné studii, která pracovala se subaspekty faktorů Big 5, bylo zjištěno, subaspekt neuroticismu s názvem hněvivé nepřátelství může pozitivně souviset s tvůrčím procesem kvůli své spontánnosti, neplánovanosti, nefiltrovanému vyjadřování negativních emocí a kvůli impulzivitě (Batey & Hughes, 2017).

Stejní autoři vyhodnotili, že obecně faktor přívětivosti nijak významně nesouvisel s vnímáním vlastní kreativity, ale zamýšleli se nad možností, že je tato skutečnost podmíněna kulturou nebo kreativní doménou. Spolupráce je typicky významná pro kolektivistické kultury, kdežto soutěž a tendence se hádat je typičtější v individualistických kulturách.

2.1.5. Další individuální rozdíly

Rozdíly mezi lidmi vedou k individuální míře motivace. Většina současných autorů přistupuje k motivaci z empirického hlediska, ale humanisté s ní motivací pracují z hlediska individuálního. Motivace zahrnuje vůli zapojit se do tvůrčích činností, což ovlivňuje, zda bude při vytrvalosti a disciplíně dosaženo kreativních úspěchů, a proto autoři Batey & Furnham (2006) předpokládají, že tvůrčí sebepojetí má souvislost s motivací, kterou ovlivňuje. V tomto smyslu přichází Batey a Hughes (2017) s myšlenkou, že mezi sebepojetím a kreativní aktivitou existuje kolečko zpětné vazby, kdy zapojení do takových aktivit, které mohou vyústit úspěchy, upravuje sebepojetí člověka o tom, jaké jsou jeho kreativní dispozice, jakým způsobem dokáže pracovat a co dokáže vytvořit. Výsledkem bude opětovné zapojení do kreativních aktivit.

Rozdíly mezi lidmi v osobnosti se budou lišit v jednotlivých oblastech, protože existuje značné množství důkazů o doménové specifitě kreativity (Baer, 2010). Například

inteligence bude zásadní v přírodních vědách a otevřenost vůči zkušenostem bude rozhodujícím faktorem v umění. Dále sebepojetí o vlastní kreativitě ve vědě pozitivně souvisí s mentálními schopnostmi, které obnáší vytváření plánů a držet se jich, řešit problémy, přemýšlet i myslet abstraktně (Batey & Hughes, 2017; Gottfredson, 1997, s. 13). Kognitivní schopnosti však nejsou do takové míry využitelné všude, což se ukázalo negativní souvislostí ve studii Kaufman (2013). Na základě těchto informací můžeme spekulovat o tom, jestli se lidé s vyššími kognitivními schopnostmi budou kvůli svým dispozicím častěji věnovat akademické dráze či vědecké činnosti. Zvědaví lidé, kteří se chtějí zabývat tvorbou, ale nedisponují takovými kognitivními schopnostmi, se mohou rozhodnout stát se kuchařem či truhlářem, což je mentálně méně náročná aktivita a vyžaduje si jinou formu tvořivé práce (Batey & Hughes, 2017). Když se bavíme o kreativních lidech, nemusíme je nutně spojovat s intelektuálními vlastnostmi, a proto o sobě lidé s nadprůměrnými kognitivními dispozicemi nutně neuvažují jako o kreativních, přestože dokáží jednoduše vytvářet nové nápady a zvládají efektivně řešit problémy. V explorativní studii zkoumající pohledy na kreativitu se kromě tohoto stereotypu zjistilo, že se kreativita běžně spojuje s uměleckým zaměřením (malba, hudba, ...) a s extrémní sentimentalitou (Hughes et al., 2013).

Jak bylo řečeno, kreativita se v jednotlivých oblastech působení liší a tím pádem se budou lišit i individuální rozdíly v každé kreativní kategorii. Divergentní myšlení je schopnost produkovat více než jednu správnou odpověď (které budou mít různou variabilitu a originalitu) a jedná se o typ myšlení, který se také individuálně odlišuje. V některých oblastech může být tento typ myšlení důležitější než v jiných. Často se v kreativita vyhodnocuje dle testů divergentního myšlení, ale zdá se, že nemají tak velkou hodnotu, jak mnohé studie předpokládají. Hodnotu mohou nabýt pouze v situaci, kdy divergentní testy budou vytvořeny pro specifickou doménu, která je zkoumána (Baer, 1993; Simonton, 1999).

Cattell (1949) rozdělil inteligenci na fluidní (schopnosti se učit, mapovat novou situaci a zvažovat ji) a krystalickou (získané vědomosti a znalosti) a ukázalo se, že právě s fluidní inteligencí pozitivně a významně souvisí sebepojetí v kreativitě. Je to z toho důvodu, že fluidní inteligence zprostředkovává plynulé, propracované a flexibilní myšlenky, které umožňují rychle se v novém prostředí zorientovat, zpracovat dostupné informace a přizpůsobit se mu. Batey & Furnham (2006) tvrdí, že lidé s vyšší mírou fluidní inteligence

budou kreativnější (obzvláště v oblasti vědy), stejně jako lidé, kteří jsou více extravertní a otevření vůči zkušenostem.

Mají kreativnější lidé oproti ostatním narcistické rysy? Zitek a Vincent (2015) tuto problematiku zkoumali a zjistili, že lidé, kteří v určitých momentech věří, že si mohou nárokovat speciální zacházení (z anglického „entitlement“, český výraz je dosti nepřesný; „entitled“ jedinci věří, že jejich potřeby jsou obzvláště důležité a že se na ně pravidla nevztahují) zažívají potřebu být jedinečný, což je vede ke kreativním aktivitám. Ukázalo se však, že se jednalo pouze o stavový „entitlement“ a ne o rysový „entitlement.“ Člověk s narcistickou poruchou osobnosti má takový pocit, že si zaslouží lepší zacházení než ostatní a je přesvědčený, že je kreativně založený, i když kreativní není, přestože o tom ostatní přesvědčuje. Toto přesvědčování se jim ale daří, ale bývá to proto, že o sobě mluví entuziasticky. Ve skutečnosti totiž narcis do svého umění, pokud se nějakému věnuje, nekládá téměř žádné úsilí a není motivovaný se v něm rozvíjet (Goncalo et al., 2010).

Hoare (2002) se zabýval Eriksonovým pohledem na kreativitu. Děti jsou ze své povahy hravé, spontánní a rádi zkouší nové věci, čímž objevují nové elementy chování, které mohou integrovat do své identity. Erikson ve svých nevydaných spisech diskutuje o 7. stádiu vývoje (generativita x stagnace), ve které mimo pečovatelské, která je součástí tohoto stádia, přirovnává generativitu ke kreativitě. V rámci této diskuze poznamenává, že lidé postupem času ztrácejí tyto dovádivé vlastnosti, které jako děti kdysi měli. Erikson je toho názoru, že kreativní osoba důvěřuje sama sobě a především svým smyslům, má přemýšlivou povahu a přemýšlí vizuálně. Taková osoba ráda tráví čas sama se sebou, protože je jí vlastní přítomnost pohodlná, což je odpovídá i rysu sebeaktualizujících lidí, jak je popsal Maslow.

Karwowski & Lebeda (2015) se metaanalyticky zabývali individuálními rozdíly v souvislosti se self-efficacy a zjistili, že s CSE souvisí pozitivně plasticita, což je kombinace rysů extravertnosti a otevřenosti, která se projevuje tendencí objevovat okolí a flexibilně se angažovat s novými stimuly jak behaviorálně, tak kognitivně. Pozitivně s CSE souvisí naděje, optimismus a odolnost (Gupta & Singh, 2014), schopnost kognitivního rámování (strategii regulace emocí, při níž je porážka interpretována jako příležitost k osobnímu růstu) včetně zaměření na dosahování příznivých výsledků (Li & Wu, 2011) a tolerance vůči dvojznačnosti (Zhang & Zhou, 2014). Dalším zajímavým rysem, který s kreativními self-beliefs (konkrétně se self-efficacy) souvisí, je polychronicita, což je tendence a upřednostňování multitaskingu, tedy zabývat se současně

více úkoly najednou (Chong a Ma 2010). Osobnost, která s CSE souvisí negativně, je osobnost stydlivá a opatrná, protože má potíže prezentovat své tvůrčí výsledky ostatním lidem (Choi, 2004).

Existuje představa o kreativních lidech, a sice že jejich kreativní povaha vede k jistému typu utrpení (Silvia et al., 2017). Richardsová (2007, 2010) se oproti tomuto stereotypu vymezuje a tvrdí, že kreativita vyjádřená každodenně je příčina a důsledek psychického well-beingu, což potvrdili i Silvia et al. (2014) při výzkumu emočních stavů při provozování kreativních činností. Zjistili, že rozdíl mezi časy, kdy se lidé angažovali v kreativních a nekreativních zájmech, odpovídá i emočnímu doprovodu, a sice, že se lidé cítí být při tvorbě šťastní a aktivní. Díky každodenní kreativitě se lidé cítí být se svými životy více spokojeni, nachází v něm tak smysl, a dokonce se zdá, že i zlepšuje funkčnost imunitního systému (Richards, 2010) a žít více v přítomnosti (Richards, 2007).

Jak tvrdí Allport (1962), člověk je ze své podstaty idiosynkratický a bude si vybírat svou činnost dle toho, co považuje za důležité a čeho chce dosáhnout a tyto vybrané aktivity se budou odehrávat v prostředích, které si lidé vyberou a které svou přítomností budou také ovlivňovat.

3. Způsoby měření kreativních self-beliefs

Když se bavíme o validitě kreativních self-beliefs, bylo i výše uvedeno, že z výzkumu vyplynuly poněkud heterogenní a nejednotné výsledky. Existují studie kreativity, které našly významný a pozitivní vztah mezi tím, jak se jedinec vnímá a jeho skutečným výkonem, nicméně tato souvislost bývala poněkud mírná (Priest, 2006, Mathisen & Bronnick, 2009, Karwowski, 2011, Pretz & McCollum, 2014). Zdá se také, že lidé, kteří o sobě tvrdí, že nejsou příliš kreativní, ve skutečnosti vytvářejí zajímavé a inovativní produkty a podceňují své schopnosti. Funguje to i naopak a lidé se i přeceňují, protože jsou lidé, kteří si neadekvátně důvěřují ve svých kreativních schopnostech, ale reálně mnoho kreativních produktů nevytvoří (Karwowski, 2011). Mnoho autorů v této výzkumné oblasti proto zdůrazňuje správnou operacionalizaci kreativních self-beliefs (Karwowski & Kaufman, 2017).

Výsledky studií se také liší kvůli způsobu, kterým se kreativní výkon posuzuje, výzkumníci používají různé nástroje pro posuzování kreativních self-beliefs a výzkum se také liší od kreativní domény. Například Furnham et al. (2011) porovnával studenty umění a studenty exaktních oborů a zjistil, že se umělci považují za kreativnější i přesto, že prakticky neexistoval mezioborový rozdíl v jejich schopnosti myslet divergentně. Bylo to z toho důvodu, že studenti umění v průběhu svého studia dosáhli více kreativních úspěchů než studenti exaktních věd a oborů, což vedlo autory k závěru, že lidi, kteří mají s uměním předchozí zkušenost se budou spíše hodnotit jako kreativnější. Podobné výsledky našel i Kaufman et al. (2013). Zdá se, že když se výzkumník ptá, za jak kreativní se považujeme, budeme přemýšlet nad konkrétními situacemi, ve kterých jsme museli přemýšlet nekonvenčně a tyto situace se mohou a nemusí shodovat s měřítky kreativity, který výzkumník používá. To může mít intervenující efekt a může zkreslovat výsledky kreativního výkonu (Pretz & Nelson, 2017).

Z výzkumů Pretz & Nelsona (2017) vyplynulo zjištění, že sebehodnocení v oblasti kreativity odpovídají reálným tvůrčím schopnostem a výkonu pouze v případě, kdy byly tyto percepce o sobě samém reportovány ihned poté, co se participant zabýval kreativní aktivitou. Člověk se může považovat za kreativního na obecné rovině, či v konkrétní oblasti. Přesnost obecného sebehodnocení v oblasti kreativity ale determinují spíše předchozí tvůrčí úspěchy a osobnostní nastavení než kreativní výkon. V rámci jiné studie dokonce zjistili, že kreativní výkon a kreativní self-efficacy spolu nesouvisí vůbec (Pretz & McCollum, 2014).

Sebehodnocení nejen v kreativitě se setkává s problémy s validitou, kvůli povaze self-reportovaných dat. Hraje zde jistě roli i Dunning-Krueger efekt. Z každodenní televizní zkušenosti vyplývá, že lidé nebývají dobrými posuzovateli, když jde o vlastní schopnosti. Kaufman et al. (2010) se právě touto skutečností zabýval ve své studii „The American Idol Effect,“ což je americká soutěž, která je ekvivalentem Česko-Slovensko má talent či Československá Superstar. Proč se přihlašují lidé, kteří zřejmě nemají dostatečnou pěveckou schopnost? Chybí jim zajisté rozvinutá metakognice a nedostatečná schopnost sám sebe sledovat a regulovat. Lidé tedy nedokáží spolehlivě posoudit své vlastní dovednosti i v případě, kdy na ně obdrželi mnoho zpětné vazby. Baer (2017) jejich myšlenku rozvíjí a tvrdí, že ve většině případů není nutné být objektivní a stačí si svůj um užívat, jakkoli kvalitní je. Zdá se totiž, že pro většinu lidí, kteří se věnují kreativním koníčkům (little-c kreativita), je tvoření samotné odměnou a tato aktivita jim přináší radost. Nejedná se totiž o soutěživý setting (například když pečeme zákusky). Proto doporučuje v případě, že se člověk do talentové soutěže plánuje přihlásit získat rady odborníků v dané oblasti, obzvláště těch, kteří nás nechtějí uvádět v omyl a nemají skryté motivy. Zároveň tvrdí, že je možné, že nepochopení performerů mohou předčít svou dobu, protože svým projevem rozbourává aktuální umělecké paradigma a posouvá svou kreativní doménu směrem, který nikdo nepředvídal. Bývá však u takových revolučních myslitelů běžné, že nebudou uznáni do momentu své smrti.

Běžným způsobem měření CSE, CMC a CSC je Likertova škála se stupnicemi 1-5 či 1-7. Problémem však není pouze nedostatečná reliabilita takto krátké škály (Bandura, 2006 doporučuje použití škály 1-100, která takto přesněji, explanatorněji a prediktivněji zachytí takový údaj), ale zároveň používané nástroje měření těchto kreativních self-beliefs často nepočítají s doménovou specificitou dané kreativní oblasti. Důkazy o specifčnosti oblasti, ve které člověk působí, podává výkon a pro kterou se testuje, jsou ohromující (Beghetto a Karwowski 2017; Baer, 2010). Doménová kreativita je testovatelná mnoha způsoby, relativně nově byla vytvořena například Kaufmanova škála doménové kreativity (Kaufman, 2012), která vychází z teoretického modelu Zábavního parku, který se vztahuje kreativě následujícím způsobem. Stejně jako v zábavním parku, pro kreativní výkon jsou zapotřebí určité iniciální požadavky, i když v různých poměrech (vstupenka; inteligence a motivace). Zábavní park má velké tematické oblasti – v Disneyworldu člověk navštíví například Kouzelné království a paralelně stejně existují v kreativitě různé oblasti, ve kterých může člověk působit, např. oblast vědy či umění. Jakmile se octneme v jednom typu parku,

nachází se zde dále třeba Země zítřka či Fantasyland. Ve vědě se ekvivalentně například setkáme s biologií či chemií, což jsou domény obsažené v rámci větších doménových oblastí (věda). Tyto domény je možné dále dělit na mikrodomény, například ve Fantasylandu navštívíme Popelčín hrad a v psychologii se můžeme specializovat na neurovědy či psychologii osobnosti (Kaufman et al., 2009, s. 120). Tento model se snaží navádět k zaměření na konkrétní doménu pro validnější výsledky. Karwowskiho škála doménové kreativity rozděluje domény, ve kterých se člověk může kreativně angažovat do 5 oblastí, které byly úspěšně validovány jak diskriminačně, tak konvergentně a faktorová struktura této škály je reliabilní (McKay et al., 2017):

- každodenní kreativity,
- kreativity v akademických podmínkách,
- performační kreativity,
- kreativity ve vědě (mechanická kreativity),
- kreativity v umění.

Jak bylo uvedeno v této i v předchozích kapitolách, výzkum vztahu mezi kreativními self-beliefs a kreativním výkonem přinesl smíšené výsledky, některé studie souvislost potvrdily a jiné ne. Zdá se však, že tyto nepříliš zajímavé výsledky byly zapříčiněny způsobem, kterým byla měřena CSE, CMC a CSC. Beghetto a Karwowski (2017) proto uvádí doporučení pro měření všech těchto self-beliefs (s. 10-19), které jsou v následujících třech podkapitolách shrnuty:

3.1. Měření kreativní self-efficacy (CSE)

Vzhledem k doménové specificitě by měly být vytvořeny nástroje vytvořené na míru pro zajištění přesnosti CSE, tím pádem získáme přesnou jedincovu jistotu v schopnost vykonat konkrétní charakteristiky kreativního úkolu („Jsem si jistý, že se dokážu během 30 minut naučit tuto choreografii.“). Ideální je použití Bandurova (2006) doporučení o škále 1-100, čímž získáme citlivější výpověď a s větší pravděpodobností předejdeme možnému přecenění sebehodnocení. Takový nástroj by měl být předložen k vyplnění těsně před performačním settingem. Verbálně by měly otázky být formulovány do budoucna („Jsem si jistý, že budu schopný vytvořit originální krokové variace.“) a měly by být zaměřeny na jistotu, nikoli na skutečnou kompetenci. Nakonec by se měly zaměřit na ty nejdůležitější aspekty výkonu či na jejich různé úrovně („Dokázal bych kreativně použít hip-hopové kroky při stavbě choreografie, přinejmenším pro 3 z 5 písniček.“)

3.2.Měření kreativní metakognice (CMC)

Kreativní metakognice se skládá z dvou částí, kterými jsou metakognitivní přesnost a regulace chování. Metakognitivní přesnost se týká průběžného sledování a vyhodnocování tvůrčích výkonů a odkazuje na souvislost mezi tím, jak si je člověk sebou jistý ohledně zvládnutí úkolu a jeho skutečným výkonem. To logicky ústí v čtyři možnosti:

- vysoká sebedůvěra a vysoký výkon (přesné vysoké uspořádání),
- vysoká sebedůvěra a nízký výkon (nepřesné nadhodnocení),
- nízká sebedůvěra a vysoký výkon (nepřesné podhodnocení),
- a nízká sebedůvěra, nízký výkon (přesné nízké uspořádání).

Člověk s výrazně vyšší metakognitivní přesností má vysokou sebedůvěru, která odpovídá kvalitě jeho výkonu, je tedy charakteristický přesnými úsudky.

Metakognitivní regulace na druhou stranu vypovídá o tom, do jaké míry je jedinec flexibilní v tom, jak dokáže před úkolem, průběžně a post-hoc měnit své chování a přesvědčení. Například může dojít k závěru, že úkol tímto způsobem nevyřeší a musí vyzkoušet jiný postup, nebo si uvědomí, že mu dochází čas a musí se více koncentrovat, případně že úkol nedokáže úspěšně vykonat a rozhodne se od něj zcela odstoupit.

Dále by se měl zohlednit i to, zda má člověk tendenci se podhodnocovat či nadhodnocovat (confidence bias) a zvážit i obtížnost administrovaného úkolu. Oba tyto aspekty CMC by měly být měřeny současně a pro referenci by měly být získávány údaje zároveň i pro CSE, protože se metakognice týká i jistoty participanta.

3.3.Měření kreativního self-konceptu (CSC)

Pro přesné měření kreativního self-konceptu by se měly nástroje hodnotit globální přesvědčení lidí o jejich tvůrčích schopnostech („Jsem kreativní tanečník“), které se zaměří na pohledy do minulosti se souhrnnou povahou (např. "Když se zamyslím nad všemi svými zkušenostmi jako tanečník, považuji se za kreativního tanečníka."). Součástí CSC je pohled na sebe ve světle vlastních tvůrčích kompetencí, které mají povahu kognitivní („Při úkolu tancuj kolem flašky jsem dobrý ve vymýšlení nových krokových kombinací“) a afektivní ("Při úkolu tancuj kolem flašky mě baví vymýšlet nové krokové kombinace."). Dále by mělo být v otázkách obsaženo sociální srovnání tvůrčích kompetencí ("Ostatní lidé mi řekli, že jsem kreativní tanečník.") a nakonec by se měla objevit položka hodnotící self-reportovanou sociální zpětnou vazbu ("Ve srovnání s ostatními lidmi mého věku se považuji

za kreativního tanečníka."). CSC by se měl podobně jako u ostatních kreativních self-beliefs vyhodnocovat v jednotlivých doménách a v průběhu času.

II. Empirická část

4. Cíl výzkumu

4.1. Výzkumné otázky a hypotézy

Cílem předkládané práce je zjistit, zda některé z osobnostních rysů Big Five souvisí s kreativními self-beliefs, konkrétně s kreativní self-efficacy (CSE) u tanečníků streetových a klubových stylů. Jmenovitě se jedná o styly breaking, hip hop, house, locking, popping, krumping, waacking a vogueing. Nejčastěji se tanečníci těchto stylů projevují freestylově, nemají tedy ve své taneční performance předem připravené série kroků nebo předem připravené choreografie. Jsou to improvizální styly a ekologicky se tancují v klubech, na party či na lekcích a sessions v tanečních školách. Choreografie sice v těchto stylech běžně existují a soutěží se v nich, nejsou však předmětem našeho výzkumného záměru. Freestylový tanečník sice může mít své vlastní „moves“ či typické vzorce a posloupnosti kroků, ale celkový taneční freestylový projev není připravený od začátku do konce. Freestyle je improvizovaný pohyb nějakého z výše uvedených tanečních stylů, není předem připravený, tancuje se do jakékoli hudby a odehrává se tady a teď. Zkoumáme, jak si jsou ve svém freestylu tanečníci sebejistí a jestli jejich sebejistota (potažmo kreativní self-efficacy) souvisí s jejich tanečním freestylovým výkonem a zda má jejich CSE souvislost s otevřeností vůči zkušenosti a s extravertizací. V této umělecké doméně zatím nebyly provedeny žádné výzkumy tohoto typu i přesto, že se v současnosti jedná o velmi živou oblast výzkumného působení. Realizace tohoto výzkumu by mohla přinést zajímavé poznatky a přispět do oblasti výzkumu kreativních self-beliefs a zároveň dát tanečníkům užitečnou zpětnou vazbu, která pro ně samotné může být hodnotná, případně jim může být navržena spolupráce se sportovním psychologem. Naše první výzkumná otázka tedy zní, zda má CSE souvislost s osobnostními rysy otevřenost a extravertize. Naše druhá výzkumná otázka se ptá na to, zda CSE souvisí s kvalitou freestylového tanečního výkonu.

V teoretické části této práce se uvádí, že CSE má souvislost s osobnostními faktory NEO-FFI otevřenost vůči zkušenosti a extravertize (Batey & Hughes, 2017). Cílem této práce je zjistit, zda tento vztah platí pro náš specifický vzorek tanečníků. Předpokládáme proto, že vyšší skóre CSE souvisí s vyšší otevřeností vůči zkušenosti (H1) a s vyšší extravertizací (H2).

Další otázkou, kterou zkoumáme je, zda naměřená CSE souvisí se skutečným tanečním výkonem probandů. U předchozího zkoumání mezi CSE a uměleckým výkonem byly

nalezeny heterogenní výsledky, proto po řádné operacionalizaci konceptu CSE a aplikace doporučení pro jeho měření (Beghetto & Karwowski, 2017) předpokládáme středně silnou korelaci se skutečným tanečním výkonem probandů (H3).

5. Metodika

5.1. Výzkumný soubor

Naším vybraným výzkumným souborem budou tanečníci ve věkovém rozmezí 15-35 let, kteří alespoň 5 let tancují jeden z výše uvedených streetových či klubových stylů. Tím si zajistíme, že už disponují znalostní základnou některého z uvedených tanečních stylů. Další podmínkou pro účast bude fyzické zdraví. Pro to, abychom dosáhli validních a reliabilních výsledků budeme v ideálním případě potřebovat i s rezervou účast kolem 70 tanečníků (zjištěno pomocí Power analýzy pro určení potřebné velikosti vzorku pro Pearsonovu korelační analýzu mezi spojitými proměnnými za použití střední velikost účinku 0,30 s hladinou alfa 0,05; Power 0,80 s oboustrannou hypotézou). Je však třeba poznamenat, že jsme zatím neprovedli pilotní studii a není známo, zda je střední velikost účinku či velikost efektu vhodná a jaký bude mít vliv na zobecnitelnost zjištění. Počet probandů se při skutečné realizaci výzkumu může lišit už z důvodu dostupnosti, zdlouhavosti a náročnosti provedení výzkumu v tomto rozsahu.

Tyto tanečníky je možné oslovit k účasti na výzkumu v tanečních školách v Praze, kde je jich v České republice nejpočetněji. Můžeme například kontaktovat taneční školy B-Original, BDS Academy, Centrum Tance, Dance Academy Prague, PBS (Prague Breaking School), The Fresh, Taneční SECTOR, Místo tance a TŠ Voilá, které vyučují streetové a klubové taneční styly. Pokud by se nenalezlo dostatek tanečníků, je možné oslovit i Domovy dětí a mládeže, kde se někdy streetové styly vyučují, ale je otázka, jestli zde najdeme tanečníky, kteří tancují již 5 let. Dále tanečníky nalezneme na tanečních událostech, které se v Praze několikrát ročně organizují a je možné tanečníky oslovit přímo tam. Jmenovitě se jedná o parties Blackalicious party, SPOTLIGHT (Swim club), Taste of Sugar R'n'B party, případně na tanečních soutěžích jako Fresh Air Battle, Original Street Dance Cup, Vogue Downs, Flip The Skript, FindYourSelf battle, BBoy Assasin a tak dále. Pokud stále nedosáhneme dostatečného počtu tanečníků, je možné probandy nasourcovat skrz sociální síť Instagram a TikTok, ne všichni tanečníci těchto stylů totiž navštěvují taneční školy a jsou samouci. V případě, že bychom stále nezískali potřebný počet probandů, mohli bychom se zaměřit i na začínající tanečníky a porovnat obě skupiny.

Vhodnými posuzovateli, kteří mají expertízu, širokou základnu tanečních vědomostí, zkušeností, a četný seznam úspěchů by mohli být Wahe Akopjan, Andrej Urysiak, Michal Černý, Filip Jankovič či Jakub Sigmund.

5.2. Měřicí nástroje

Žádný podobný výzkum nebyl doposud na české vědecké půdě realizován a z toho důvodu v našem prostředí zatím neexistují nástroje, které by CSE měřily. Budeme si proto vytvářet metodu vlastní. To ale přináší různá úskalí a bude potřeba nejdříve vykonat pilotní studii, abychom ověřili metodiku, proveditelnost, délku a nežádoucí události předtím, než samotný výzkum provedeme. Zároveň bude potřeba tuto metodu zkonstruovat tím způsobem, aby jí tanečník rozuměl a nebyly mu používány termíny cizí.

5.2.1. Krátká škála tanečního kreativního já

Tento výzkum má několik složek, proto bude zapotřebí i více měřících nástrojů. Karwowski (2011) navrhl test, který se zaměřuje nejen na oblast kreativní self-efficacy, ale i na kreativní identitu a self-koncept. Test má dohromady 11 položek a proband je hodnotí na pětibodové Likertově škále od rozhodně ne až po rozhodně ano. Kvůli zaměření tohoto nástroje na tři oblasti jej bude třeba adaptovat. Proto první nástroj, který bude administrován, je naše vlastní Krátká škála tanečního kreativního já, protože pro účely našeho výzkumu bude stačit pouze testová složka zaměřující se na CSE. Takto nám zbude z původních 11 pouze 6 specifických položek a tento test by neměl probandovi zabrat déle než jednu minutu času. Původní nástroj byl přeložen zpětným překladem do češtiny a dle doporučení pro měření kreativní self-efficacy uvedené v 3. kapitole byl test adaptován, aby se zaměřoval na specifické aspekty freestylového tanečního projevu. Tím pádem přesněji zachytí kreativní self-efficacy pro tuto konkrétní doménu. Nabízí se možnost administrovat jak originální Short Scale of Creative Self, tak i námi upravenou škálu a vzájemně jejich výsledky u tanečníků porovnat. Jak originální, tak adaptovaný dotazník je k nalezení v Příloze 1 a v Příloze 2.

5.2.2. NEO-FFI

Dále bude použita metoda zkráceného dotazníku NEO-FFI pro zjištění osobnostních faktorů Big Five každého probanda. Lze si ho zapůjčit v Kabinetu diagnostických pomůcek v Praze na Celetné. Test NEO-FFI obsahuje celkem 60 otázek, z toho 12 otázek pro každou z pěti oblastí. Každá otázka se hodnotí na pětibodové Likertově škále od rozhodně nesouhlasím po rozhodně souhlasím, přičemž vyšší skóre znamená vyšší úroveň měřeného rysu. Zabere zhruba 10-15 minut času. Tato metoda měří nejen Extraverzi, Otevřenost, Přívětivost, Svědomitost a Neuroticismus, ale zabývá se těmito faktory i na úrovni jednotlivých aspektů (facetů), stejně jako studie Batey et al. (2010). Jak bylo uvedeno výše, takových studií mnoho není a analýza na úrovni jednotlivých aspektů by mohla přinést

hlubší porozumění k souvislosti CSE s osobnostními proměnnými. Pro účely našeho výzkumu zůstaneme pouze na úrovni jednotlivých faktorů.

5.2.3. Trivium Judging System

Následně potřebujeme zjistit i sebe-hodnocenou a externě hodnocenou úroveň kvality taneční performance. Kvalita umění se obecně těžko kvantifikuje, ale nejspolehlivěji dokážeme umění posoudit tím způsobem, že umělecký projev bude hodnocen expertem z oboru. Tanečníci budou hodnoceni sami sebou i street-dancovým expertem (který má přes 15 let praxe a řadu vyhraných soutěží či jiných ocenění) podle stejného měřítka a stejných kritérií, která budou předem známá. Jejich skóry budou vzájemně porovnány. Jeden z nástrojů měření taneční performance byl sestaven pro Juniorskou breakovou olympiádu v Buenos Aires s názvem Trivium Judging System (World DanceSport Federation, 2018).

Zajímavé na této metodě je, že k tanečnímu vstupu přistupuje holisticky a připomíná přístup Gestalt psychologie v tom, že sice analyzuje jednotlivé prvky tanečního vstupu, ale zároveň se jednotlivá kritéria prolínají a celkovou taneční performance tato metoda považuje za více než součet jejích dílčích částí. Hodnotitel se musí dívat na celou performance a na všechny její obsah, aspekty a jak se postupně vyvíjí. Originální hodnotící systém se skládá ze tří částí, který je konceptuálně analogický k mysli, tělu a duši.

Od tohoto nástroje se naše vlastní metoda odráží. Nástroj z Buenos Aires byl vytvořen pro kontext tanečního battlu, což pro náš výzkum není úplně vhodné, protože se v naší studii bude hodnotit sólo taneční freestyle. Navíc kritéria původního nástroje zohledňují i fauly vůči soupeři, chyby a extrémní projevy násilí, sexuality či rasismu vůči oponentovi. Z této metody jsme proto vyřadily položky, které z celkového hodnocení body odečítají. Přímo se tímto hodnotícím systémem inspirováme a zachováváme aspekty, které využívá k evaluaci celkové kvality tanečního vstupu. Některé výrazy byly ponechány v anglickém jazyce pro jejich lepší výstižnost. Zároveň je u každé položky vysvětlivka, aby bylo jak samotnému tanečníkovi, tak expertovi jasné, co se daným kritériem myslí. K nalezení je v Příloze 3.

Náš adaptovaný dotazník obsahuje celkem 27 položek (ze kterých může tanečník získat maximálně 27 bodů), které jsou rozděleny do 7 částí. Jmenovitě jsou hodnoceny kategorie:

- Technika (8 bodů)
- Variace (2 body)
- Performativita (4 body)

- Muzikalita (5 bodů)
- Kreativita (1 bod)
- Osobnost (2 body)
- Další hodnoty, které do těchto kategorií úplně nezapadaly, či se prolínaly s ostatními (5 bodů)

5.3. Procedura

Na úplném začátku výzkumu vyplní tanečníci inventář NEO-FFI, který vyhodnotí jejich osobnostní proměnné. Poté bude těsně před tanečním výkonem administrována dle doporučení uvedených v 3. kapitole Krátká škála tanečního kreativního já i původní test Karwowskiho (2011).

Tanečníci se zahřejí, rozcvičí, protáhnou a následně budou požádáni, aby natočili 45 sekund své taneční performance na libovolnou písničku. To je z toho důvodu, že každý taneční styl se tancuje do jiného muzikálního žánru a tanec nemá stejnou kvalitu, když se tancuje na hudbu odlišnou. Video by se mělo natočit v dobře nasvětlených podmínkách, ideálně v tanečním studiu s přidaným osvětlením a kvalitní podlahou. Kamera by měla být umístěná na stojanu, nastavená na co nejvyšší kvalitu natáčení, s obrazem, který je orientovaný na šířku a tanec by měl být zachycen na jednolitěm pozadí.

Po nahrání videa bude každý tanečník umístěn před počítačovou obrazovku, kde bude možné video přehrát. Bude jim zároveň předložený pro vyplnění Adaptovaný Trivium Judging System, ve kterém sami sebe ohodnotí. Tím pro tanečníky výzkum končí. Zároveň bude ke každému videu pozván expert, který pro každého tanečníka vyplní Adaptovaný Trivium Judging System.

5.4. Statistická analýza

Na začátku zjistíme, zda se nachází korelace mezi naším adaptovaným testem Krátká škála tanečního kreativního já a Karwowskiho testem Krátká škála kreativního já (2011). To nám poví, jak jsou si dva sety skóre k sobě blízké. Vysoká korelace (blízko $r=1$) nám naznačí, že oba testy měří podobný konstrukt, zatímco nízká korelace (poblíž $r=0$) nám naopak naznačí, že testy podobný konstrukt neměří. Pokud najdeme vysokou korelaci, posuneme se na párový t-test, který srovná průměry výsledků těchto dvou testů. Spočítáme průměry a standardní odchylky skóre, poté t-statistiku a s ní spojenou p-hodnotu. Signifikantní p-hodnota by indikovala, že existuje rozdíl mezi průměry skóre těchto dvou testů, což naznačuje, že nemusí měřit stejný konstrukt.

Pro ověření, zda otevřenost vůči zkušenostem a extraverte skutečně souvisí s vyššími skóry kreativní self-efficacy, použijeme Pearsonův korelační koeficient. Budeme také hodnotit sílu vztahu (Cohen, 1998) s tím, že za silný vztah se v psychologii považuje hodnota (negativní či pozitivní vztah) r 0,5 či vyšší, za střední vztah 0,3 až 0,5 a za slabý vztah mezi 0 a 0,3. Nejdřív zkontrolujeme normalitu použitím Shapiro-Wilk testu abychom se ujistili, že jsou naše proměnné normálně rozdělené. Dále se podíváme, zda se v našich datech nachází outliers, pro to použijeme buď boxplots nebo scatterplots. Následně nám statistický program vyhodnotí, jakou sílu a směr má korelace mezi extravertí/otevřeností a kreativní self-efficacy. Pokud korelace vyjde statisticky významně a bude pozitivní, bude to znamenat, že vyšší skóry CSE jsou spojeny s vyššími skóry extraverte a otevřenosti. Pokud korelace vyjde statisticky významně a negativně, znamená to opak. Při reportování výsledků zahrneme korelační koeficient, hladinu významnosti a velikost vzorku. Použijeme i scatterplot pro vizualizaci vztahu mezi proměnnými.

Další výzkumnou otázkou, kterou chceme zkoumat je, zda vyšší skóry CSE souvisí s kvalitou freestylové taneční performance. Pro ověření použijeme lineární regresi. Nejdřív ověříme předpoklady. Linearitu zkontrolujeme vytvořením scatterplotů obou proměnných a uvidíme, zda se data pohybují kolem rovné linie. Nezávislost ověříme tak, že nerozpoznáme žádný systematický vzorec v reziduálech když je srovnáme s předpokládanými hodnotami. Normalitu potvrdíme vytvořením histogramu nebo normálního pravděpodobnostního grafu reziduálů. Homoskedasticitu ověříme vytvořením scatterplotu reziduálů ve srovnání s předpokládanými hodnotami a ujistíme se, že jsou body rovnoměrně rozprostřené kolem nuly. Po zkontrolování předpokladů provedeme jednoduchou lineární regresi s CSE jako prediktivní proměnná a výsledky Trivium Judging Systému jako outcome variable. Dojdeme tím k závěru, zda se mezi kreativní CSE a výsledky Trivium judging systému nachází signifikantní vztah. Uvidíme, zda jsou vyšší skóry CSE spojeny s vyššími či nižšími skóry freestylové taneční performance dle koeficientu sklonu. Spočítáme i R^2 koeficient determinace, který nám poví, jak dobře regresní model zapadá do dat. Při reportu výsledků uvedeme výsledky regrese, hladinu významnosti, koeficient sklonu, koeficient determinace a velikost vzorku.

Chceme také zjistit, zda si skóry, které vyšly tanečnickům samotným a které za ně vyhodnotili tanečníci experti, vzájemně odpovídají a jestli je možné je zaměnit. Pro to použijeme koeficient vnitrotřídní (skupinové) korelace. Uvedeme jak hodnotu vnitrotřídní

korelace, tak konfidenční interval. Následně provedeme t-test nezávislosti, abychom zjistili, zda se liší průměry obou testů.

5.5. Etika výzkumu

Z etických důvodů budou tanečníci požádáni o podepsání informovaného souhlasu o účasti ve výzkumu, o nahrávání a uchování videa a ostatních dat a souhlas s jeho externím hodnocením. Zároveň se zde vyskytne souhlas o uvedení videa v příloze práce, ve které bude výzkum realizován. Součástí tohoto souhlasu bude vzdání se zodpovědnosti za jejich možné poranění. Je totiž možné, že si při účasti na výzkumu ublíží, i když to není pravděpodobné. Taneční umělecký projev je možné považovat za způsob sebevyjádření a může mít pro tanečníky samotné určitou osobní a citlivou hodnotu. Čeští tanečníci se navzájem znají, a proto budou seznámeni s tím, že data z dotazníků, videí i hodnocení budou využita pouze pro účely výzkumu a práce a veškeré jejich poskytnuté materiály a údaje zůstanou anonymní. Další nedílnou součástí souhlasu bude souhlas s publikací výsledků, které na základě jejich příspěvku vzniknou. Na konci studie budou tanečníci debriefováni a bude jim vysvětlen cíl výzkumu a jeho možný přínos.

5.6. Diskuse

Oblast kreativních self-beliefs je v současnosti velmi živé pole výzkumu a v oblasti improvizčních, klubových a pouličních tanečních stylů ještě žádné studie nebyly na světě provedeny. Vytvořili jsme i vlastní metodu, se kterou je možné pracovat při výzkumu tanečníků. Tato studie může být velmi plodná a přinést obohacující výsledky do segmentu výzkumu kreativity a kreativních self-beliefs. Vyskytují se však limity, které mohou naši studii nepříznivě ovlivnit.

Výběr tanečníků může být sám o sobě problematický. Jak bylo uvedeno v kapitolách výše, lidé, kteří se věnují umění mají tendenci se hodnotit jako více umělečtí a kreativní, což může zkreslit výsledky. Dalším možným limitem může být, že nenajdeme dostatečné množství tanečníků, kteří budou ochotní se studii účastnit. Obecně by nižší počet respondentů mohl ovlivnit generalizovatelnost celé studie, stejně jako fakt, že se bude jednat o pražské tanečnické a je otázkou, jestli bude možné naše závěry přenést na zbytek taneční populace ve světě. Při příliš velkém množství respondentů bude tento výzkum časově náročný. Ovlivnit výsledky samozřejmě mohou ovlivnit samotní tanečníci, kteří mohou mít v tancování různé skillsety a různou míru sebeuvědomění. Vybíráme taky tanečníky určitého věku a jsou i tanečníci starší a mladší. Možná nebudou výsledky přenositelné

na jiné věkové skupiny. Snažíme se hodnotit kvalitu taneční performance a standardizujeme podmínky, ve kterých se tato performance bude provádět, ale na kvalitu performativního umění může mít vliv i mentální rozpoložení respondentů, přítomnost pozorovatelů, místo, kde performují a kvalita zvukového systému.

Vytváříme si vlastní metodu a bude zapotřebí nejdříve udělat pilotní studii, abychom provedli metodologii správným způsobem a zjistili realizovatelnost výzkumu. Náš nástroj je nový a nemusí být spolehlivý. Při zavedení breakingu (bboyingu) do světové olympiády vznikly ohlasy, že vytvořením hodnotícího systému, který se bude používat v kontextu olympiády, se z tance, který má ze své podstaty uměleckou náuru, stane sport. Umění je samo o sobě obtížně hodnotitelné a přenositelné na číselné hodnoty. Kvalitu taneční performance budou hodnotit vybraní experti, kteří vzhledem ke svým zkušenostem mohou být umělecky zaujatí a nemusí různé taneční styly hodnotit stejným metrem.

6. Závěr

Tato práce se zabývala kreativními self-beliefs se zaměřením na kreativní self-efficacy ve vztahu k osobnostním rysům Big Five, kde se nachází největší souvislost s otevřeností vůči zkušenosti a extravertí. Tyto poznatky byly aplikovány na tanečníky street dance a klubových stylů a byl navržen výzkum, který má za cíl jak replikovat výsledky předchozích studií o souvislosti CSE s otevřeností a s extravertí, tak se pokusit nalézt souvislost mezi CSE a skutečným uměleckým výkonem v oblasti freestylového tancování. Byla také vytvořena metoda pro měření kvality tanečního improvizčního výkonu. Význam této studie je jak kompilace dosavadních znalostí v oblasti výzkumu kreativity a kreativních self-beliefs, tak jejich možná praktická aplikace pro umělce zabývající se tancem. Pokud by byla nalezena signifikantní souvislost mezi tanečním výkonem a kreativní self-efficacy, mohou tento nálezní využít a pracovat na svých osobních přesvědčeních v oblasti umění, které by tím vylepšili kvalitu jejich tanečního výkonu. Vytváříme si vlastní metodu, což je největším limitem naší studie. Je zapotřebí vykonat pilotní studii, která ověří realizovatelnost našeho výzkumu. Pro budoucí výzkumy je možné vytvořit i jiné metody, které se budou snažit zachytit kvalitu tanečního výkonu v jeho úplnosti. V českém prostředí je možné se inspirovat hodnotícími systémy choreografických soutěží Taneční skupiny roku (TSR) a Czech Dance Organization (CDO), které zahrnují i další aspekty tance.

Vidíme prostor pro budoucí zkoumání kvůli výsledkům zahraničních badatelů, protože našli smíšené efekty při zkoumání souvislosti mezi CSE a kreativním výkonem, což mohlo být způsobeno špatnou operacionalizací CSE. V českém prostředí studie tohoto typu nebyly provedeny. Při zkoumání CSE u umělců je třeba vytvořit specifické nástroje k měření CSE, které budou zahrnovat specifické aspekty zkoumané umělecké domény. Náš návrh výzkumu se zaměřuje na kreativní self-efficacy, možné je zkoumat i kreativní metakognici a kreativní self-koncept.

Reference

- Allport, G. W. (1962). The general and the unique in psychological science. *Journal of Personality, 30*(3), s. 405–422. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1962.tb02313.x>
- Ames, M., & Runco, M. A. (2005). Predicting Entrepreneurship From Ideation and Divergent Thinking. *Creativity and Innovation Management, 14*(3), s. 311–315. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2004.00349.x>
- Baer, J. (1993). *Creativity and divergent thinking: A task-specific approach*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Baer, J. (2010). Is Creativity Domain Specific? In *The Cambridge Handbook of Creativity* (s. 321–341). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511763205.021>
- Baer, J. (2017). Why You are Probably More Creative (and Less Creative) Than You Think. In Karwowski, M., & Kaufman, J. C. (Ed.), *The Creative Self: Effect of Beliefs, Self-Efficacy, Mindset, and Identity*. (s. 259-273). Academic Press.
- Bandura, A. (1995). *Self-Efficacy in Changing Societies* (A. Bandura, Ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511527692>
- Bandura, A. (2006). *Guide for constructing self-efficacy scales*. In F. Pajares, & T. Urdan (Eds.). CT: Information Age.
- Barbot, B., Heuser, B. (2017). Creativity and Identity Formation in Adolescence: A Developmental Perspective. In Karwowski, M., & Kaufman, J. C. (Ed.), *The Creative Self: Effect of Beliefs, Self-Efficacy, Mindset, and Identity*. (s. 87-98). Academic Press.
- Batey, M. (2012). The Measurement of Creativity: From Definitional Consensus to the Introduction of a New Heuristic Framework. *Creativity Research Journal, 24*(1), s. 55–65. <https://doi.org/10.1080/10400419.2012.649181>
- Batey, M., Chamorro-Premuzic, T., & Furnham, A. (2010). Individual Differences in Ideational Behavior: Can the Big Five and Psychometric Intelligence Predict Creativity Scores? *Creativity Research Journal, 22*(1), s. 90–97. <https://doi.org/10.1080/10400410903579627>

- Batey, M., & Furnham, A. (2006). Creativity, Intelligence, and Personality: A Critical Review of the Scattered Literature. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 132(4), s. 355–429. <https://doi.org/10.3200/MONO.132.4.355-430>
- Batey, M., Hughes, D. J. (2017). Individual Difference Correlates of Self-Perceptions of Creativity. In Karwowski, M., & Kaufman, J. C. (Ed.), *The Creative Self: Effect of Beliefs, Self-Efficacy, Mindset, and Identity*. (s. 185-218). Academic Press.
- Beaty, R. E. (2015). The neuroscience of musical improvisation. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 51, s. 108–117. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2015.01.004>
- Beaty, R. E., Schacter, D. L. (2017). Creativity, Self-Generated Thought, and the Brain's Default Network. In Karwowski, M., & Kaufman, J. C. (Ed.), *The Creative Self: Effect of Beliefs, Self-Efficacy, Mindset, and Identity*. (s. 171-183). Academic Press.
- Beghetto, R. A. (2010). Creativity in the Classroom. In *The Cambridge Handbook of Creativity* (s. 447–464). Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511763205.027>
- Beghetto, R. A., & Dilley, A. E. (2016). Creative Aspirations or Pipe Dreams? Toward Understanding Creative Mortification in Children and Adolescents. *New Directions for Child and Adolescent Development*, 2016(151), s. 85–95.
<https://doi.org/10.1002/cad.20150>
- Beghetto, R. A., Karwowski, M. (2017). Toward Untangling Creative Self-Beliefs. In Karwowski, M., & Kaufman, J. C. (Ed.), *The Creative Self: Effect of Beliefs, Self-Efficacy, Mindset, and Identity*. (s. 3-22). Academic Press.
- Beghetto, R. A., & Kaufman, J. C. (2007). Toward a broader conception of creativity: A case for “mini-c” creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 1(2), s. 73–79.
<https://doi.org/10.1037/1931-3896.1.2.73>
- Big Think. (2015, 4. března). The Neuroscience of Genius, Creativity, and Improvisation, with Heather Berlin [Video]. Youtube.
https://www.youtube.com/watch?v=4anaU6rdU1Q&ab_channel=BigThink
- Cattell, R. B. (1943). The measurement of adult intelligence. *Psychological Bulletin*, 40, s. 153–193.

- Choi, J. N. (2004). Individual and Contextual Predictors of Creative Performance: The Mediating Role of Psychological Processes. *Creativity Research Journal*, 16(2–3), s. 187–199. <https://doi.org/10.1080/10400419.2004.9651452>
- Cohen, J. (1998). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (2008). The Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R). In *The SAGE Handbook of Personality Theory and Assessment: Volume 2 — Personality Measurement and Testing* (s. 179–198). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781849200479.n9>
- Chong, E., & Ma, X. (2010). The Influence of Individual Factors, Supervision and Work Environment on Creative Self-Efficacy. *Creativity and Innovation Management*, 19(3), s. 233–247. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2010.00557.x>
- Cropley, A. (2006). In Praise of Convergent Thinking. *Creativity Research Journal*, 18(3), s. 391–404. https://doi.org/10.1207/s15326934crj1803_13
- Csikszentmihalyi, M. (2014). Society, Culture, and Person: A Systems View of Creativity. In *The Systems Model of Creativity* (s. 47–61). Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-017-9085-7_4
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “What” and “Why” of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), s. 227–268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01
- Dewett, T. (2007). Linking intrinsic motivation, risk taking, and employee creativity in an R&D environment. *R&D Management*, 37(3), s. 197–208. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9310.2007.00469.x>
- DeYoung, C. G., Quilty, L. C., & Peterson, J. B. (2007). Between facets and domains: 10 aspects of the Big Five. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(5), s. 880–896. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.93.5.880>
- Dollinger, S. J., & Dollinger, S. C. (2017). Creativity and Identity. In *The Creative Self* (s. 49–64). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-809790-8.00003-0>
- Dweck, C. (2006). *Mindset: The New Psychology Of Success*. Random House.

- Farmer, S. M., Tierney, P. (2017). Considering Creative Self-Efficacy: Its Current State and Ideas for Future Inquiry. In Karwowski, M., & Kaufman, J. C. (Ed.), *The Creative Self: Effect of Beliefs, Self-Efficacy, Mindset, and Identity*. (s. 23-47). Academic Press.
- Feist, G. J. (1998). A Meta-Analysis of Personality in Scientific and Artistic Creativity. *Personality and Social Psychology Review*, 2(4), s. 290–309.
https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0204_5
- Fiske, D. W. (1949). Consistency of the factorial structures of personality ratings from different sources. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 44(3), s. 329–344. <https://doi.org/10.1037/h0057198>
- Funder, D. C. (2004). *The personality puzzle* (3rd ed.). New York: W.W. Norton.
- Furnham, A. (2008). *Personality and Intelligence at Work: Exploring and explaining individual differences at work*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203938911>
- Furnham, A., Batey, M., Booth, T. W., Patel, V., & Lozinskaya, D. (2011). Individual difference predictors of creativity in Art and Science students. *Thinking Skills and Creativity*, 6(2), s. 114–121. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2011.01.006>
- Goldsmith, R. E., & Matherly, T. A. (1988). Creativity and Self-Esteem: A Multiple Operationalization Validity Study. *The Journal of Psychology*, 122(1), s. 47–56.
<https://doi.org/10.1080/00223980.1988.10542942>
- Goncalo, J. A., Flynn, F. J., & Kim, S. H. (2010). Are Two Narcissists Better Than One? The Link Between Narcissism, Perceived Creativity, and Creative Performance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(11), s. 1484–1495.
<https://doi.org/10.1177/0146167210385109>
- Gottfredson, L. S. (1997). Mainstream science on intelligence: An editorial with 52 signatories, history, and bibliography. *Intelligence*, 24(1), s. 13–23.
[https://doi.org/10.1016/S0160-2896\(97\)90011-8](https://doi.org/10.1016/S0160-2896(97)90011-8)
- Green, A. E., Cohen, M. S., Raab, H. A., Yedibalian, C. G., & Gray, J. R. (2015). Frontopolar activity and connectivity support dynamic conscious augmentation of creative state. *Human Brain Mapping*, 36(3), s. 923–934. <https://doi.org/10.1002/hbm.22676>

- Gupta, V., & Singh, S. (2014). Psychological capital as a mediator of the relationship between leadership and creative performance behaviors: empirical evidence from the Indian R&D sector. *The International Journal of Human Resource Management*, 25(10), s. 1373–1394. <https://doi.org/10.1080/09585192.2013.870311>
- Haimovitz, K., Wormington, S. v., & Corpus, J. H. (2011). Dangerous mindsets: How beliefs about intelligence predict motivational change. *Learning and Individual Differences*, 21(6), s. 747–752. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2011.09.002>
- Hoare, C. H. (2002). *Erikson on development in adulthood: New insights from the unpublished papers*. Oxford University Press on Demand.
- Hornsey, M. J., & Jetten, J. (2004). The individual within the group: Balancing the need to belong with the need to be different. In *Personality and Social Psychology Review* (Vol. 8, Issue 3, s. 248–264). SAGE Publications Inc. https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0803_2
- Hughes, D. J., Furnham, A., & Batey, M. (2013). The structure and personality predictors of self-rated creativity. *Thinking Skills and Creativity*, 9, s. 76–84. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2012.10.001>
- Hunt, C., & Sampson, F. (1998). Introduction. In *The self on the page: Theory and practice of creative writing in personal development* (s. 9–18). London: Jessica Kingsley Publishers.
- Imam, S. S. (2007, May). Sherer et al. General Self-Efficacy Scale: dimensionality, internal consistency, and temporal stability. Paper presented at the proceedings of the redesigning pedagogy: Culture, knowledge and understanding conference, Singapore.
- Ingvar, D. H. (1979). “Hyperfrontal” distribution of the cerebral grey matter flow in resting wakefulness; on the functional anatomy of the conscious state. *Acta Neurologica Scandinavica*, 60(1), s. 12–25. <https://doi.org/10.1111/j.1600-0404.1979.tb02947.x>
- Judge, T. A. (2009). Core Self-Evaluations and Work Success. *Current Directions in Psychological Science*, 18(1), s. 58–62. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2009.01606.x>

- Karwowski, M. (2011). It doesn't hurt to ask...But sometimes it hurts to believe: Polish students' creative self-efficacy and its predictors. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(2), s. 154–164. <https://doi.org/10.1037/a0021427>
- Karwowski, M. (2014). Creative mindsets: Measurement, correlates, consequences. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 8(1), s. 62–70. <https://doi.org/10.1037/a0034898>
- Karwowski, M., Brzeski, A. (2017). Creative Mindsets: Prospects and Challenges. In Karwowski, M., & Kaufman, J. C. (Ed.), *The Creative Self: Effect of Beliefs, Self-Efficacy, Mindset, and Identity*. (s. 367-383). Academic Press.
- Karwowski, M., & Kaufman, J. C. (2017). *The Creative Self: Effect of Beliefs, Self-Efficacy, Mindset, and Identity*.
- Karwowski, M., & Lebuda, I. (2015). The big five, the huge two, and creative self-beliefs: A meta-analysis. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 10(2), s. 214–232. <https://doi.org/10.1037/aca0000035>
- Kaufman, J. C. (2012). Counting the muses: Development of the Kaufman Domains of Creativity Scale (K-DOCS). *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 6(4), s. 298–308. <https://doi.org/10.1037/a0029751>
- Kaufman, J. C., & Beghetto, R. A. (2009). Beyond Big and Little: The Four C Model of Creativity. *Review of General Psychology*, 13(1), s. 1–12. <https://doi.org/10.1037/a0013688>
- Kaufman, J. C., & Beghetto, R. A. (2013). In Praise of Clark Kent: Creative Metacognition and the Importance of Teaching Kids When (Not) to Be Creative. *Roeper Review*, 35(3), s. 155–165. <https://doi.org/10.1080/02783193.2013.799413>
- Kaufman, J. C., Cole, J. C., & Baer, J. (2009). The construct of creativity: Structural model for self-reported creativity ratings. *Journal of Creative Behavior*, 43, s. 119–132.
- Kaufman, J. C., Evans, M. L., & Baer, J. (2010). The American Idol effect: are students good judges of their creativity across domains? *Empirical Studies of the Arts*, 28, s. 3–17.

- Kaufman, J. C., Pumacchua, T. T., & Holt, R. E. (2013). Personality and creativity in realistic, investigative, artistic, social, and enterprising college majors. *Personality and Individual Differences, 54*, s. 913–917.
- Kaufman, S. B. (2013). Opening up openness to experience: a four-factor model and relations to creative achievement in the arts and sciences. *The Journal of Creative Behavior, 47*(4), s. 233–255.
- Lebuda, I., Csikszentmihalyi, M. (2017). Me, Myself, I, and Creativity: Self-Concepts of Eminent Creators. In Karwowski, M., & Kaufman, J. C. (Ed.), *The Creative Self: Effect of Beliefs, Self-Efficacy, Mindset, and Identity*. (s. 137-148). Academic Press.
- Li, C.-H., & Wu, J.-J. (2011). The Structural Relationships Between Optimism and Innovative Behavior: Understanding Potential Antecedents and Mediating Effects. *Creativity Research Journal, 23*(2), s. 119–128. <https://doi.org/10.1080/10400419.2011.571184>
- Limb, C. J., & Braun, A. R. (2008). Neural Substrates of Spontaneous Musical Performance: An fMRI Study of Jazz Improvisation. *PLoS ONE, 3*(2), e1679. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0001679>
- Malik, M. A. R., Butt, A. N., & Choi, J. N. (2015). Rewards and employee creative performance: Moderating effects of creative self-efficacy, reward importance, and locus of control. *Journal of Organizational Behavior, 36*(1), s. 59–74. <https://doi.org/10.1002/job.1943>
- Mark Twain. (2010). *Mark Twain's Own Autobiography: The Chapters from the North American Review* (M. J. Kiskis, Ed.). University of Wisconsin Press.
- Mathisen, G. E., & Bronnick, K. S. (2009). Creative self-efficacy: An intervention study. *International Journal of Educational Research, 48*(1), s. 21–29. <https://doi.org/10.1016/j.ijer.2009.02.009>
- McKay, A. S., Karwowski, M., & Kaufman, J. C. (2017). Measuring the muses: Validating the Kaufman Domains of Creativity Scale (K-DOCS). *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts, 11*(2), s. 216–230. <https://doi.org/10.1037/aca0000074>

- O'Connor, A. J., Nemeth, C. J., & Akutsu, S. (2013). Consequences of Beliefs about the Malleability of Creativity. *Creativity Research Journal*, 25(2), s. 155–162. <https://doi.org/10.1080/10400419.2013.783739>
- Preiss, D. D., Cosmelli, D. (2017). Mind Wandering, Creative Writing, and the Self. In Karwowski, M., & Kaufman, J. C. (Ed.), *The Creative Self: Effect of Beliefs, Self-Efficacy, Mindset, and Identity*. (s. 301-313). Academic Press.
- Pretz, J. E., & McCollum, V. A. (2014). Self-perceptions of creativity do not always reflect actual creative performance. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 8(2), s. 227–236. <https://doi.org/10.1037/a0035597>
- Pretz, J. E., Nelson, D. (2017). Creativity Is Influenced by Domain, Creative Self-Efficacy, Mindset, Self-Efficacy, and Self-Esteem. In Karwowski, M., & Kaufman, J. C. (Ed.), *The Creative Self: Effect of Beliefs, Self-Efficacy, Mindset, and Identity*. (s. 155-170). Academic Press.
- Priest, T. (2006). Self-evaluation, creativity, and musical achievement. *Psychology of Music*, 34(1), s. 47–61. doi:10.1177/0305735606059104
- Putwain, D. W., Kearsley, R., & Symes, W. (2012). Do creativity self-beliefs predict literacy achievement and motivation? *Learning and Individual Differences*, 22(3), s. 370–374. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2011.12.001>
- QED Group. (bez data.). 4 Elements Personality Typology. Získáno 27. června, 2023, z <https://www.qedgroup.cz/en/products/4-elements-personality-typology>
- Richards, R. (2007). Everyday creativity: Our hidden potential. In R. Richards (Ed.), *Everyday creativity and new views of human nature: Psychological, social, and spiritual perspectives* (s. 25–53). Washington, DC: American Psychological Association.
- Richards, R. (2010). Everyday creativity: Process and way of life—Four key issues. In *Cambridge handbook of creativity* (s. 189–215). Cambridge University Press.
- Rupaul, C. (Writer) & Nick Murray; Ian Stevenson; Justin Harder (Director) (2022, 21. ledna). A Pair Of Balls (Season 14 Episode 3). *Rupaul's Drag Race*: MTV.
- Schacter, D. L. (2012). Adaptive constructive processes and the future of memory. *American Psychologist*, 67(8), s. 603–613. <https://doi.org/10.1037/a0029869>

- Schacter, D. L., & Addis, D. R. (2007). The cognitive neuroscience of constructive memory: remembering the past and imagining the future. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 362(1481), s. 773–786.
<https://doi.org/10.1098/rstb.2007.2087>
- Silvia, P. J. (2015). Intelligence and Creativity Are Pretty Similar After All. *Educational Psychology Review*, 27(4), s. 599–606. <https://doi.org/10.1007/s10648-015-9299-1>
- Silvia, P. J., Beaty, R. E., Nusbaum, E. C., Eddington, K. M., Levin-Aspensson, H., & Kwapil, T. R. (2014). Everyday creativity in daily life: An experience-sampling study of “little c” creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 8(2), s. 183–188.
<https://doi.org/10.1037/a0035722>
- Silvia, P. J., Cotter, K. N., Christensen, A. P. (2017). The Creative Self in Context: Experience Sampling and the Ecology of Everyday Creativity. In Karwowski, M., & Kaufman, J. C. (Ed.), *The Creative Self: Effect of Beliefs, Self-Efficacy, Mindset, and Identity*. (s. 275-288). Academic Press.
- Simonton, D. K. (1999). Creativity as blind variation and selective retention: is the creative process Darwinian? *Psychological Inquiry*, 10, s. 309–328.
<https://doi.org/10.1080/10400419.2022.2059919>
- Simonton, D. K. (2017). Creativity and Free Will: Creative Thought Enhances Personal Freedom?. In Karwowski, M., & Kaufman, J. C. (Ed.), *The Creative Self: Effect of Beliefs, Self-Efficacy, Mindset, and Identity*. (s. 65-81). Academic Press.
- Stein, M. I. (1953). Creativity and culture. *The Journal of Psychology*, 36(2), s. 311–322.
- Tang, M., Hu, W., Zhang, H. (2017). Creative Self-Efficacy From the Chinese Perspective: Review of Studies in Mainland China, Hong Kong, Taiwan, and Singapore. In Karwowski, M., & Kaufman, J. C. (Ed.), *The Creative Self: Effect of Beliefs, Self-Efficacy, Mindset, and Identity*. (s. 237-257). Academic Press.
- Tierney, P., & Farmer, S. F. (2002). Creative self-efficacy: Potential antecedents and relationship to creative performance. *Academy of Management Journal*, 45(6), s. 1137–1148. doi: 10.2307/3069429

- Tierney, P., & Farmer, S. M. (2004). The Pygmalion Process and Employee Creativity. *Journal of Management*, 30(3), 413–432. <https://doi.org/10.1016/j.jm.2002.12.001>
- Wallas, G. (1926). *The art of thought*. London: Jonathan Cape.
- Woolf, V. (1989). 'Sketch of the past.' In *Moments of Being*. London: Grafton Books, s. 72-173.
- World DanceSport Federation. (2018). WDSF Competition Rules - Breaking. fdsarr.ru. https://fdsarr.ru/Rulebook%20WDSF_Breaking_Final_Eng.pdf
- Yau, C. (1991). An Essential Interrelationship: Healthy Self-Esteem and Productive Creativity. *The Journal of Creative Behavior*, 25(2), s. 154–161. <https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.1991.tb01365.x>
- Zhang, X., & Zhou, J. (2014). Empowering leadership, uncertainty avoidance, trust, and employee creativity: Interaction effects and a mediating mechanism. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 124(2), s. 150–164. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2014.02.002>
- Zitek, E. M., & Vincent, L. C. (2015). Deserve and diverge: Feeling entitled makes people more creative. *Journal of Experimental Social Psychology*, 56, s. 242–248. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2014.10.006>

Seznam příloh

Příloha č. 1	61
Příloha č. 2.....	62
Příloha č. 3.....	63

Přílohy

Příloha 1

Krátká škála kreativního já

Maciej Karwowski (2011) (přeloženo do ČJ)

Níže najdete několik vět, kterými lidé popisují sami sebe. Rozhodněte se prosím, do jaké míry vás každá z těchto vět vystihuje. Neexistují žádné dobré ani špatné odpovědi.

(1) Myslím si, že jsem kreativní člověk;

Rozhodně ne - spíše ne - ani ano, ani ne - spíše ano - rozhodně ano

(2) Moje kreativita je důležitá pro to, kým jsem;

Rozhodně ne - spíše ne - ani ano, ani ne - spíše ano - rozhodně ano

(3) Víím, že dokážu efektivně řešit i složité problémy;

(Rozhodně ne - spíše ne - ani ano, ani ne - spíše ano - rozhodně ano

(4) Věřím svým tvůrčím schopnostem;

Rozhodně ne - spíše ne - ani ano, ani ne - spíše ano - rozhodně ano

(5) Moje představivost a vynalézavost mě odlišuje od mých přátel;

Rozhodně ne - spíše ne - ani ano, ani ne - spíše ano - rozhodně ano

(6) Mnohokrát jsem dokázal/a, že si dokážu poradit v obtížných situacích;

Rozhodně ne - spíše ne - ani ano, ani ne - spíše ano - rozhodně ano

(7) Je pro mě důležité být kreativním člověkem

Rozhodně ne - spíše ne - ani ano, ani ne - spíše ano - rozhodně ano

(8) Jsem si jistý/á, že si dokážu poradit s problémy, které si vyžadují kreativní myšlení;

Rozhodně ne - spíše ne - ani ano, ani ne - spíše ano - rozhodně ano

(9) Jsem dobrý/á v navrhování originálních řešení problémů.

Rozhodně ne - spíše ne - ani ano, ani ne - spíše ano - rozhodně ano

(10) Kreativita je důležitou součástí mé osobnosti

Rozhodně ne - spíše ne - ani ano, ani ne - spíše ano - rozhodně ano

(11) Vynalézavost je vlastnost, která je pro mě důležitá

Rozhodně ne - spíše ne - ani ano, ani ne - spíše ano - rozhodně ano

Bodování:

Kreativní self-efficacy: zprůměrovat položky: 3, 4, 5, 6, 8, 9

Kreativní identita: zprůměrovat položky: 1, 2, 7, 10, 11

Alternativně může být škála Kreativního self-konceptu zprůměrována ze všech 11 položek.

Příloha 2

Krátká škála tanečního kreativního já

Adaptováno od Maciej Karwowski (2011)

Níže najdete několik vět, kterými lidé popisují sami sebe. Rozhodněte se, prosím, na škále 0-100, do jaké míry vás každá z těchto vět vystihuje (0 = Rozhodně ne, 50 = Ani ano, ani ne, 100 = Rozhodně ano). Neexistují žádné dobré ani špatné odpovědi.

(1) Víím, že dokážu efektivně řešit i složité problémy;

_____ (0-100).

(2) Věřím svým tanečním tvůrčím schopnostem;

_____ (0-100).

(3) Moje představivost a vynalézavost mě odlišuje od mých přátel;

_____ (0-100).

(4) Mnohokrát jsem dokázal/a, že si dokážu poradit, když se ocitnu v neobvyklé poloze;

_____ (0-100).

(5) Jsem si jistý/á, že si dokážu poradit s tanečním problémem, který si vyžaduje kreativní myšlení;

_____ (0-100).

(6) Umím dobře vytvářet originální krokové variace.

_____ (0-100).

Adaptovaný Trivium Judging System

Prohlédněte si taneční video. V jednotlivých kategoriích uveďte hodnocení, které myslíte, že nejlépe odpovídá.

Technika

1) Dovednosti a atletičnost

Zvažte, jak efektivně tanečník využívá své fyziologické vlastnosti ve svůj prospěch, což znamená jak vyzdvižení fyziologických předností na vyšší úroveň schopností, tak transformaci případných nevýhod ve výhody.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

2) Obratnost a kontrola jemné motoriky

Zvažte, jak tanečník zvládá detailní pohyby bez námahy a s lehkostí, přičemž si zachovává cílevědomost a přesvědčivost.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

3) Posouvání těla na hranici možností

Zvažte, jak tanečník zohledňuje rizika a obtíže, které souvisejí s momenty, kdy tanečníci provádějí pohyby v extrémním rozsahu lidských schopností.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

4) Rovnováha

Zvažte tanečnickovu schopnost udržet těžiště při minimálním kolísání postoje a věnujte pozornost tomu, jak významně změny rychlosti tuto rovnováhu ovlivňují.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

5) Síla a vytrvalost

Zvažte tanečnickovo zvládnutí síly v jádru těla pro zvládnutí sil působících na tělo (pro oporu a strukturu), stejně jako výbušnou sílu v končetinách (pro dynamický pohyb). Pozornost by měla být zaměřena také na to, jak dobře se jim daří vyhnout se projevům svalové únavy při pohybu.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

6) Flexibilita

Zvažte, zda se tanečnickovy pohyby jeví jako zmenšené (nebo nikoliv) v rozsahu pohybu a zda dochází (nebo nedochází) k obětování posturální estetiky a zda dokáží udržet vhodnou formu/tvar. Pozornost by měla být zaměřena na všechny pohyby nebo polohy těla, které prokazují kontrolu/mistrovství v extrémních rozsazích kloubního pohybu.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

7) Dynamika

Zvažte tanečnickovo využití kontrastu ve směru, rotaci, rychlosti, tvaru atd. a způsob, jakým je v jejich pohybech realizován.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

8) Prostorová kontrola

Zvažte tanečnickovu schopnost zvládnout orientaci a polohu těla jak uvnitř, tak i navenek vůči okolí.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

Variace

9) Dimenze

Zvažte schopnost tanečnicka zvládnout provedení rozsahu různých pohybů, které jsou tanečnickovi vlastní, ve vztahu k jeho pohybu v rámci více os a napříč nimi.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

10) Variace pohybů

Zhodnoťte, zda dokážete rozpoznat pohyby jako opakující se nebo různorodé.

(Je důležité, aby hodnotitelé skutečně vnímali gradace, které definují pohyby jako podobné nebo odlišné. Díky tomu, že budou osobně rozumět problémům, kterým čelí při provádění konkrétních pohybů, budou lépe schopni dát pohyby do souvislosti jako vhodně opakované nebo jedinečné a podle toho porovnávat kompetence tanečníků.)

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

Performativita

11) Kompozice a vyprávění

Zvažte, jak dobře je sestavena kombinace pohybů tanečníka a jak dobře je pochopeno a kontextualizováno jeho vyprávění. To musí být také jasně komunikováno divákům.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

12) Element překvapení

Věnujte pozornost nepředvídaným a nečekaným pohybům tanečníka, které v divácích vyvolávají pocit úžasu.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

13) Emocionální zapojení

Věnujte pozornost tomu, jak zdatně a s jakým nasazením tanečník ztvárňuje charakter, který předvádí, a jak komplexně jsou diváci vtaženi do představení a uchvázeni jím.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

14) Autentičnost

Věnujte pozornost tomu, jak věrohodně na vás tanečník působí a jak opravdově a upřímně jejich výkon působí.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

Muzikalita

15) Koherence

Vezměte v úvahu synchronizaci pohybu tanečníka s tepem hudby.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

16) Akcentování

Zvažte vizuální důraz a artikulaci pohybu tanečníka, která sleduje časovou stopu hudby.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

17) Synkopace

Zvažte vizuální zdůraznění neakcentovaných beatů tanečníkem při zachování artikulace s hudbou.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

18) Textura

Zvažte výraz a cit tanečníka pro hudbu, propojení kvality pohybu s dynamikou a charakterem hudby.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

19) Frázování

Věnujte pozornost cyklické povaze pohybů tanečníka a tomu, zda jsou v souladu s hudebními pravidly právě hrané skladby.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

Kreativita

20) Progresivita základů tanečního stylu

Zvažte kompetenci tanečníka rozvíjet nové koncepty a neotřelé pohyby, jak daleko tanečník posunul již existující myšlenky a koncepty (nejen v rámci tanečního frameworku), ale také s ohledem na Inovace - jinými slovy, zda bylo vystoupení natolik významné, že rozšířilo předchozí parametry a nově definovalo minulé normy.

(Je důležité si uvědomit, že hodnotitel může posuzovat pouze na základě toho, co v daném okamžiku zná, což může vést ke změně pohledu po osvojení si nových informací.)

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

Osobnost

21) Stage Presence a Charisma

Zvažte schopnost tanečníka promítat svou energii navenek. Sebevědomí by se mělo projevovat neodolatelně a samo o sobě poroučet divákovi, aby zůstal zapojen do představení.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

22) Individualita a charakter

Zvažte schopnost tanečníka zprostředkovat a zdůraznit smysl pro svůj jedinečný styl a vyhraněnou identitu. Bez ohledu na to, jak fyzicky náročné mohou být pohyby tanečníků, měly by zůstat v daném charakteru.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

Ostatní hodnoty

23) Forma

Zvažte schopnost tanečníka udržet jasné a záměrné tvary, a to jak v centru těla, tak v končetinách.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

24) Execution

Zvažte schopnost tanečníka dokončit celý jeho zamýšlený pohyb účelně a jasně.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

25) Sebevědomí

Zvažte schopnost tanečníka předvádět svůj výkon asertivně, s vírou a přesvědčením.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

26) Spontánnost

Zvažte schopnost tanečníka přizpůsobit se a inovovat v daném okamžiku, aby zlepšil svůj výkon.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný

27) Opakování

Zvažte schopnost tanečníka předvést v průběhu performance rozmanitou škálu pohybů s minimem opakování.

Velmi špatný – Špatný – Průměrný – Dobrý – Výborný