

Streszczenie

Przedmiotem rozprawy jest analiza związku emocji, a szczególnie humoru i wynikającego z niego rozbawienia, z procesem kreatywnego myślenia. Pytania badawcze koncentrują się na swoistości prokreatywnych funkcji rozbawienia w odniesieniu do jego charakterystyki emocjonalnej i poznawczej, na tle innych emocji różniących się zarówno znakiem, jak i treścią. Analiza dotychczasowych badań nad związkiem emocji z kreatywnością doprowadziły do postawienia hipotez mówiących o szczególnym, dodatnim wpływie rozbawienia na efektywność rozwiązywania zadań wymagających myślenia dywergencyjnego. W celu ich weryfikacji przeprowadzono trzy eksperymenty, w których manipulowano stanem emocjonalnym 598 osób badanych, wzbudzając w kolejnych warunkach: rozbawienie humorem słownym, rozbawienie humorem bezsłownym, inne niż rozbawienie emocje pozytywne, smutek, stan relaksu oraz stan względnie neutralny. Zastosowane zadania oceniane były przy uwzględnieniu klasycznych kryteriów kreatywności Guilforda (1978) oraz kryterium użyteczności odpowiedzi. Hipotezy zostały częściowo potwierdzone. Stan rozbawienia sprzyja oryginalności i giętkości skojarzeń w większym stopniu, aniżeli inne stany emocjonalne. Odrzucono hipotezę mówiącą o różnicach wykonania zadań wymagających kreatywnego myślenia między osobami rozbawionymi humorem słownym a rozbawionymi humorem bezsłownym. Wykazano również, że efektywność procesu twórczego myślenia moderują zmienne inne niż emocje. Długość czasu poświęcanego na rozwiązywanie zadań wykazuje dodatni związek z wynikami płynności i elaboracji, natomiast zastosowanie instrukcji motywującej do udzielania kreatywnych rozwiązań przekłada się na wyższe wyniki oryginalności i elaboracji. Przewaga pod względem oryginalności i giętkości skojarzeń osób w stanie rozbawienia wzbudzonego humorem słownym i bezsłownym nad osobami w grupie kontrolnej nie wynika jedynie z prokreatywnych funkcji rozbawienia jako pozytywnej emocji, lecz specyficznej dla siebie charakterystyki emocjonalno-poznawczej związanej z wartością treściową humoru, która sprzyja giętkości myślenia. Ponadto zebrane w eksperymentach dane świadczą o tym, że poprawę efektywności twórczego myślenia można osiągnąć zarówno manipulując czynnikiem giętkości poznawczej, jak i zmienną motywacyjną, co pozostaje w zgodzie z wnioskami innych badaczy (De Dreu i in., 2008; Tokarz, 2011). Analiza wyników wykazała również istotne różnice płciowe w jakości wykonania zadań wymagających kreatywnego myślenia. Stosunkowo silne zależności pomiędzy wynikami względem

poszczególnych kryteriów, w tym użyteczności, sugerują potrzebę rewizji dotychczasowego sposobu oceny wytworów kreatywnego myślenia. Wnioskiem z przeprowadzonych badań jest stwierdzenie, że poza aspektem osobowościowym, na jakość wytworu kreatywnego myślenia istotny wpływ mają czynniki poznawcze i motywacyjne. Poznawcze zależą od rodzaju stanu emocjonalnego i są związane z oryginalnością i giętkością skojarzeń. Motywacyjne wpływają na poziom wyników płynności i elaboracji.