

## Was ist Kreativität?

Kreativität ist ein Teilbereich von Begabung. Manche Forscher\_innen sehen Kreativität sogar als Schlüsselkomponente von Begabung (Fink, 2011) oder auch als notwendige Voraussetzung für begabtes Verhalten (Renzulli, 2005). Im allgemeinen Verständnis wird Kreativität oft als spezifische Eigenart von Menschen in künstlerischen oder gestalterischen Berufen gesehen. Richtig ist, dass Kunst, Musik, Theater, Design, Mode usw. ohne Kreativität nicht denkbar sind. Kreative Fähigkeiten spielen jedoch überall eine wesentliche Rolle, wo Neues entstehen oder von ausgetretenen Wegen abgewichen werden soll.

Die Bedeutsamkeit von Kreativität wird ersichtlich, wenn man das heute vorherrschende breite und komplexe Verständnis von Kreativität genauer betrachtet:

Kreativität wird ganz allgemein als die Erschaffung von Neuem und Nützlichem definiert (Amabile, 2010). Sie wird allerdings nicht mehr als nur dem Menschen vorbehaltene Fähigkeit, sondern als **Eigenschaft lebender Systeme** gesehen (u.a. Kaufman, Plucker & Baer, 2008). Demzufolge können beispielsweise auch Organisationen, wie etwa eine Schule, kreative Leistungen vollbringen. Innerhalb eines Systems entsteht Kreativität im **Zusammenspiel zwischen Fähigkeiten, Prozess und Umwelt**, in der ein Individuum oder eine Gruppe etwas Wahrnehmbares produziert. Somit findet Kreativität immer innerhalb eines Systems statt, in dem folgende vier Grundelemente entscheidend sind:

- a) das **kreative Produkt**
- b) die **kreative Person**
- c) der **kreative Prozess**
- d) das **kreative Umfeld**

Ein Produkt wird dann als kreativ angesehen, wenn es **neuartig** und innerhalb eines bestimmten sozialen Kontextes **nützlich** ist. Ebenso werden die Qualität des Produktes, die Bedeutung und Reichweite sowie die Entstehungsgeschichte für die Bewertung eines kreativen Produkts herangezogen.

Eine kreative Person zeichnet sich in erster Linie durch **Motivation, Intelligenz und spezifisches Wissen und Können** in einem Gebiet aus. Zudem besitzen kreative Personen **Persönlichkeitseigenschaften** wie Unabhängigkeit, Nonkonformismus<sup>1</sup>, unkonventionelles Verhalten, weitgespannte Interessen, Offenheit für neue Erfahrungen, Risikobereitschaft sowie Flexibilität im Denken und Handeln.

Spontane Geistesblitze werden populärwissenschaftlich häufig als kreative Einfälle verstanden. Die psychologische Forschung geht allerdings davon aus, dass die **kreative Lösung** Ergebnis eines lang andauernden, oft sogar mehrjährigen **Prozesses** ist. Erst wenn sich Menschen eingehend mit einem Thema beschäftigen, können sie auf kreative Lösungen kommen, diese kritisch bewerten und weiter ausfeilen. Diese Zyklen des kreativen Prozesses können auch wiederholt ablaufen, wenn zum Beispiel eine erste Lösung als unzureichend bewertet wird und in der Folge eine neue Lösung gesucht werden muss.

Schlussendlich braucht Kreativität das **passende Umfeld**. Das kann aus anderen Personen bestehen, die selbst kreativ tätig sind und/oder konstruktive Rückmeldung geben können. Aber auch gesellschaftliche, geschichtliche, kulturelle, wirtschaftliche und politische Faktoren wie beispielsweise der vorherrschende Zeitgeist spielen bei Kreativität eine wichtige Rolle.

Stimulierend für Kreativität im Arbeitsumfeld sind etwa: ein gewisses Maß an Freiheit, anspruchsvolle Aufgaben, genügend Zeit, ausreichende Materialien und Hilfsmittel, unterstützende Vorgesetzte,

<sup>1</sup> Nonkonformismus bedeutet eine von der herrschenden Meinung unabhängige Einstellung oder Auffassung.

Anerkennung, aufgeschlossene Arbeitskolleginnen und -kollegen und Teamarbeit. Dagegen schränkt übermäßiger Zeitdruck, unangemessene Bewertung und Überwachung sowie Konkurrenzdenken Kreativität ein. All diese Faktoren sind natürlich auch auf die Schule und den Unterricht übertragbar.

Gesamt gesehen tragen somit sehr viele Elemente zur Kreativität innerhalb eines Systems bei.

#### Literatur

- Amabile, T. M. (2010). *Creativity in Context* (2<sup>nd</sup> ed.). Boulder: Westview Press.
- Baudson, T. (2011). Kreativität – Zufall oder harte Arbeit? Ein programmatischer Beitrag. In C. Koop & O. Steenbeck (Hrsg.), *Kreativität: Zufall oder harte Arbeit? Reihe: Beiträge zur Begabtenförderung und Begabungsforschung, Karg-Heft 2* (S. 9–17). Frankfurt: Eigenverlag. Abgerufen von [www.karg-stiftung.de/binaries/addon/276\\_karg\\_heft2\\_web.pdf](http://www.karg-stiftung.de/binaries/addon/276_karg_heft2_web.pdf) [08.07.2013].
- Fink, A. (2011). Intelligenz und Kreativität als Schlüsselkonzepte der Begabung. In M. Dresler (Hrsg.), *Kognitive Leistungen: Intelligenz und mentale Fertigkeiten im Spiegel der Neurowissenschaften* (S. 23–38). Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag. Abgerufen von [www.newbooks-services.de/MediaFiles/Texts/0/9783827428080\\_Excerpt\\_002.pdf](http://www.newbooks-services.de/MediaFiles/Texts/0/9783827428080_Excerpt_002.pdf) [18.11.2013].
- Funke, J. (2000). Psychologie der Kreativität. In R. M. Holm-Hadulla (Hrsg.), *Kreativität* (S. 283–300). Heidelberg: Springer. Abgerufen von [www.psychologie.uni-heidelberg.de/ae/allg/mitarb/jf/Funke\\_2000\\_Kreativitaet.pdf](http://www.psychologie.uni-heidelberg.de/ae/allg/mitarb/jf/Funke_2000_Kreativitaet.pdf) [08.07.2013].
- Hennessey, B. A. & Amabile, T. M. (2010). Creativity. *Annual Review of Psychology*, 61, 569–598.
- Kaufman, J. C., Plucker, J. A. & Baer, J. (2008). *Essentials of Creativity Assessment*. Hoboken: Wiley.
- Renzulli, J. S. (2005). *The Three-Ring Conception of Giftedness: A Developmental Model for Creative Productivity*. In R. J. Sternberg & J. E. Davidson (Eds.), *Conceptions of Giftedness*, 2<sup>nd</sup> ed. (pp. 246–279). Cambridge: University Press.
- Urban, K. K. (2004). *Kreativität. Herausforderung für Schule, Wissenschaft und Gesellschaft*. Münster: LIT Verlag.

#### Wie kann Kreativität gemessen werden?

Die Erfassung der Kreativität eines Systems ist komplex, da die vier Grundelemente (Produkt, Person, Prozess, Umwelt) nur schwer voneinander getrennt betrachtet werden können.

Beispielsweise kann die Kreativität einer Person anhand ihrer bisherigen Tätigkeiten und Produkte eingeschätzt werden. Dabei können sowohl qualitative (Einzigartigkeit und Neuheit der Produktion) und quantitative Aspekte (Anzahl der kreativen Leistungen) beurteilt werden. Oftmals werden bei dieser Analysemerkmale (**Biografische Methode**) auch die Lebensdaten (Umwelt) der Person mit einbezogen.

Um im Speziellen die Kreativität von Personen objektiver einschätzen zu können, wurden eine Reihe von **psychometrischen<sup>2</sup> Tests** entwickelt. Bei diesen Kreativitätstests werden – im Unterschied zu Intelligenztests – Aufgaben gestellt, bei denen es nicht eine einzige richtige Lösung, sondern viele verschiedene Lösungsmöglichkeiten gibt. Man möchte dabei die Anzahl und auch die Einzigartigkeit und Besonderheit der Lösungen erfassen. Durch die vielen verschiedenen Lösungsmöglichkeiten ist jedoch eine einheitliche Auswertung schwierig. Es kann also sein, dass das Endergebnis des Tests auch von der jeweiligen Person, die den Test auswertet, abhängt. Daher sind die Ergebnisse von Kreativitätstests weniger zuverlässig als beispielsweise Ergebnisse von Intelligenztests.

Darüber hinaus hängt das Ergebnis eines Kreativitätstest stark von der **Art der Aufgaben** ab, die verwendet werden. Grundsätzlich werden **sprachliche und sprachfreie Verfahren** unterschieden. Sprachliche Tests erfassen verbal-produktive Kreativitätsmerkmale (z.B. Wortflüssigkeit, Gedankenflüssigkeit, Assoziationsflüssigkeit, Ausdrucksflüssigkeit, sprachliche Originalität). Oft finden sich in solchen sprachlichen Kreativitätstest auch unwahrscheinliche oder erklärungsbedürftige Situations-

<sup>2</sup> Psychometrische Tests sind Tests, der psychologische Konstrukte wie z.B. Kreativität oder auch Intelligenz zu messen versuchen.

beschreibungen, für die Ursachen oder Konsequenzen benannt werden sollen (z.B. „Was würde passieren, wenn plötzlich eine Eiszeit hereinbrechen würde?“<sup>3</sup>).

Sprachfreie Verfahren verwenden oftmals figurale-bildhafte Aufgaben (z.B. Vervollständigen von Symbolen und Zeichnungen) oder motorische Aufgaben (z.B. Darstellen von Fortbewegungsalternativen). Dabei können die produzierten Ideen wiederum anhand verschiedener Aspekte beurteilt werden:

- Ideenflüssigkeit (Anzahl der Ideen)
- Originalität (Außergewöhnlichkeit der Ideen)
- Ideenflexibilität (wie unterschiedlich die Ideen sind)
- Ausarbeitungsgrad der Ideen (wie detailliert und genau die Idee dargestellt wird).

Möchte man eine **umfassende Einschätzung von Kreativität** vornehmen, empfiehlt es sich angesichts dieser vielfältigen Erfassungsmöglichkeiten **mehrere Methoden, Aufgabenarten und Bewertungsfaktoren** einzuschließen. Kreativität stellt keine isolierbare Eigenschaft einzelner Individuen dar, sondern ist als Merkmal von Personen, Prozessen, Produkten oder Umwelten anzusehen, das erst in der Nutzung und Bewertung durch gesellschaftliche Gruppen Sinn erhält.

#### Literatur

Batey, M. (2012). *The Measurement of Creativity: From Definitional Consensus to the Introduction of a New Heuristic Framework*. *Creativity Research Journal*, 24 (1), 55–65.

Dresler, M. & Baudson, T. G. (2008). *Kreativität. Beiträge aus den Natur- und Geisteswissenschaften*. Stuttgart: Hirzel.

Schoppe, K. J. (1975). *Verbaler Kreativitäts-Test VKT: ein Verfahren zur Erfassung verbal-produktiver Kreativitätsmerkmale*. Göttingen: Hogrefe.

#### Wie kann Kreativität gefördert werden?

Um Kreativität zu fördern, müssen individuelle (z.B. Motivation) und Umweltfaktoren (z.B. genügend Zeit) zusammenspielen. Kreativitätshemmende **Haltungen und Forderungen** der Umwelt sind u.a.: Dominanz von rationalem Denken, sofortige Bewertungen von neuen Ideen, die Forderung nach geschlechtsspezifischem Verhalten<sup>4</sup> und der Anspruch nach unbedingter Gehorsamkeit oder Allwissenheit.

Demgegenüber kann die Umwelt eine Person in ihrer **Kreativität fördern und unterstützen**, indem sie u.a. folgende Verhaltensweisen wertschätzt und bekräftigt: Offenheit und Toleranz, Flexibilität und Originalität, Neugier und Initiative, Mut zu unkonventionellen Lösungsideen und Sensibilität für Probleme aber auch für eigene Denkprozesse.

Neben diesen hinderlichen und förderlichen Faktoren gibt es auch eine Reihe von **Methoden**, die kreatives Denken in Gang bringen und unterstützen können. Viele dieser Techniken beruhen darauf, **durch Zufall und Eingebung Gedankenverbindungen hervorzurufen** oder **Analogien herzustellen** (z.B. Brainstorming, Brainwriting, Mindmapping, Visualisieren, Bisoziation, Bionik, Reizworttechnik). In der Folge kann man mit weiteren Methoden die gesammelten Ideen ordnen. Beispielsweise können einzelne Aspekte einer **Problemstellung** mittels Raster oder Frageliste **unter verschiedenen Gesichtspunkten betrachtet** und schließlich in die Lösung des Problems mit einbezogen werden (z.B. Morphologische Matrix, Osborn-Methode, Umkehrmethode, Denkhüte von Edward DeBono). Eine Beschreibung dieser Techniken findet man in diversen Fachbüchern oder auch im Internet (z.B. bei Wikipedia – Stichwort „Kreativitätstechniken“).

<sup>3</sup> Vgl. verbaler Kreativitätstest von Schoppe, 1975.

<sup>4</sup> z.B. Mädchen sind für Naturwissenschaften unbegabt, Buben interessieren sich nicht für Tanzen und Singen.

**Kreatives Denken** ist also, zumindest bis zu einem gewissen Grad, **trainierbar**. Eine Person kann diese selbst, durch ihre bewusste Zugangsweise und Einstellung, steigern. Die **Person** ist dabei **immer in ihrem Umfeld** zu sehen, die durch ihre förderlichen, aber auch hemmenden Bedingungen die Kreativität einer Person maßgeblich beeinflusst. Der Kreativitätsforscher Mihály Csíkszentmihályi hat diesen Zusammenhang in folgender Analogie ausgedrückt:

Kreativität nur auf das Individuum zu beschränken wäre vergleichbar mit dem Versuch zu verstehen, warum ein Apfelbaum Äpfel trägt und dabei nur den Baum zu betrachten. Man ignoriert dabei die Sonne und den Boden, die den Baum unterstützen und sein Leben erst ermöglichen (Csíkszentmihályi, 1990, S. 202).

#### Literatur

Boos, E. (2011). *Das große Buch der Kreativitätstechniken*. München: Compact-Verlag.

Csíkszentmihályi, M. (1990). *The domain of creativity*. In M. Runco & R. Albert (Eds.), *Theories of Creativity* (pp. 190–212). Newbury Park, C.A.: Sage.

Csíkszentmihályi, M. & Wolfe, R. (2000). *New Conceptions and Research Approaches to Creativity: Implications of a Systems Perspective for Creativity in Education*. In K. A. Heller, F. J. Mönks, R. J. Sternberg & R. F. Subotnik (Eds.), *International Handbook of Research on the Development of Giftedness and Talent* (pp. 81–94). Oxford: Pergamon Press.

De Bono, E. (1992). *Kreatives Denken*. München: Orbis-Verlag.

Goleman, D., Kaufman, P. & Ray, M. (1997). *Kreativität entdecken. Aus dem Amerikanischen von Hainer Kober*. München: Carl Hanser Verlag.

Sternberg, R. J. (2000). *Creativity Is a Decision*. In A. L. Costa (Ed.), *Teaching for intelligence II: A collection of articles* (pp. 85–106). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Sternberg, R. J. & Kaufman, J. C. (Eds.) (2010). *The Cambridge Handbook of Creativity*. Cambridge: University Press.