

Neue Trends in der Kreativitätsforschung

New trends in creativity research

Karl-Heinz Brodbeck

Zusammenfassung

Die neuere Kreativitätsforschung hat sich aus dem engen Umkreis der Intelligenzforschung gelöst. Der Kreativitätsbegriff wurde erweitert, und andere Disziplinen bemühen sich neben der Psychologie um die Erklärung der Kreativität. Im Beitrag werden einige neuere Modelle vorgestellt und kritisch diskutiert. Dabei zeigt sich, dass die Kreativität durch zwei Dimensionen – Neuheit und Wert – zu charakterisieren ist, die funktional getrennt operieren und situativ eine unterschiedliche Ausprägung erfahren. Der Text schließt mit einem Ausblick auf verschiedene Anwendungen der vorgestellten Ergebnisse.

Abstract

While in its beginnings creativity research was considered a part of the psychology of intelligence only, it has now advanced to a research field of its own. With other sciences besides psychology becoming involved in the explanation of creativity, its concept has been expanded substantially. After critically reviewing some of the recent models of creativity, my paper shows that creativity can be explained along two dimensions: newness and value. Both aspects can be made functional separable and, depending on different situations, specifically characterised. In its final part, my paper outlines some practical implications of the obtained results.

1. Vorbemerkung

Die systematische Erforschung der menschlichen Kreativität setzte erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts ein. Zudem kann man sagen, dass die Kreativitätsforschung zunächst ganz überwiegend als Teilgebiet der Intelligenzforschung galt. Als Beginn wird häufig ein Vortrag von J.P. Guilford betrachtet, dessen Arbeiten die psychologische Kreativitätsforschung nachhaltig beeinflusst haben (J.P. Guilford, 1950). Die ursprüngliche Zielsetzung war zudem vor allem pädagogischer Natur: Man versuchte Instrumente zu entwickeln, die eine bessere Förderung und Beurteilung der Begabung von Schülern ermöglichen sollten. Motiviert

war diese Fragestellung wohl politisch, durch den kalten Krieg, den „Sputnik-Schock“ und die Instrumentalisierung von Wissenschaft und Technik im Systemwettbewerb.

Diese Situation hat sich grundlegend gewandelt (P. Matussek, 1979; E. Landau, 1984; Brodbeck, 1998). Das Interesse an Fragen nach der menschlichen Kreativität und ihrer Förderung hat sich sehr stark ausgeweitet. Nach den enttäuschenden Ergebnissen des Versuchs, kreative Leistungen durch geeignete Tests zu messen und damit in der Schule zu fördern (G. Ulmann, 1968; G. Mühle & C. Schell, 1970; I. Seiffge-Krenke, 1974), ging das Interesse und die Forschungsförderung deutlich zurück. Dieser Negativtrend der 70er Jahre wurde in den 80er Jahren des vorigen Jahrhunderts durch ein wachsendes Interesse an Fragen der Kreativität abgelöst, zunächst in der Wirtschaft, dann auch in der breiten Öffentlichkeit. Zugleich vollzog sich damit eine thematische Ausweitung: Kreativität wurde nun nicht mehr nur als besondere Form intelligenter Leistung erkannt, sondern als ein motivierter, keineswegs nur kognitiver Prozess, der sehr stark von äußeren und sozialen Bedingungen abhängt. Verbunden damit war ein Boom in der Propagierung von Kreativitätstechniken (H. Schlicksupp, 1998). In der Gegenwart kann man eine allgemeine Differenzierung der Kreativitätsforschung erkennen: Wirtschaftswissenschaften (B.A. Hennessey & T.M. Amabile, 1988; T.M. Amabile, 1996; K.-H. Brodbeck, 1986; 1996), Biologie und Hirnforschung (K.H. Pfenninger & V.R. Shubik 2001), Soziologie (P. Winch, 1974; H. Joas, 1992), europäische (F. Rapp & R. Wiehl, 1986; H. Lenk, 2000) und interkulturelle Philosophie (S. Graupe, 2005, S. 134ff.), sowie die Erforschung der künstlichen Intelligenz (P. Langley & H. A. Simon et al., 1987; M. Boden, 1994b; 1995) nehmen sich des Themas an. Der Begriff der Kreativität wird deutlich erweitert und ist zu einem Schlagwort geworden: Man entdeckt Kreativität nicht nur bei besondern kognitiven Leistungen, sondern in vielen alltäglichen Verhaltensweisen, bei Emotionen, schreibt sie auch Tieren, Maschinen und sogar dem Kosmos zu.

2. Begriffe der Kreativität

2.1. Formen der Begriffsbildung

Das Wort „Kreativität“ stammt aus der Theologie und bezeichnet ursprünglich den Creator (Schöpfergott). Der