

Max Schmidt (Hrsg.)

## Erfolgreiche Schulleitung

Know-how für eine bessere Schule

Ausgabe: 07

Thema: Schule und Lehrer

Titel: Im Fokus: Kreativität (14 S.)

### Produkthinweis

Der vorliegende Beitrag ist Teil einer Printausgabe des Standardwerkes „**Erfolgreiche Schulleitung**“. Dieses Handbuch liefert erprobte Konzepte, Maßnahmen und Problemlösungen, die die Schulqualität deutlich verbessern. Das Werk berät in allen Fragen der Schulleitung und Qualitätsentwicklung und bietet mit Beispielen, Checklisten, Schritt-für-Schritt-Anleitungen, Tests und Erfahrungsberichten eine konkrete Hilfestellung für die Schulpraxis.

▶ Alle Beiträge dieser Ausgabe finden Sie [hier](#).

### Nutzungsbedingungen

Die Materialien dürfen nur persönlich für Ihre eigenen Zwecke genutzt und nicht an Dritte weitergegeben bzw. Dritten zugänglich gemacht werden. Sie sind berechtigt, für Ihren eigenen Bedarf Fotokopien zu ziehen, bzw. Ausdrucke zu erstellen. Jede gewerbliche Weitergabe oder Veröffentlichung der Materialien – auch auszugsweise – ist unzulässig.

▶ Die vollständigen Nutzungsbedingungen finden Sie [hier](#).

### Haben Sie noch Fragen? Gerne hilft Ihnen unser Kundenservice weiter:

[Kontaktformular](#) | ✉ Mail: [service@olzog.de](mailto:service@olzog.de)  
✉ Post: OLZOG Verlag | c/o Rhenus Medien Logistik GmbH & Co. KG  
Justus-von-Liebig-Str. 1 | 86899 Landsberg  
☎ Tel.: +49 (0)8191/97 000 220 | 📠 Fax: +49 (0)8191/97 000 198  
[www.olzog.de](http://www.olzog.de) | [www.edidact.de](http://www.edidact.de)

## Im Fokus

### Begriffsbedeutung im historischen Wandel

In der abendländischen Kultur sind schöpferische Leistungen seit der Antike als „ideale Verwirklichungen des Menschseins“ (Lenzen, S. 894) empfunden worden. Sie hatten deshalb auch in der Erziehung stets einen großen Stellenwert; sie wurden als Verkörperungen der Kultur und als anzustrebende Ideale tradiert. Dabei ging man davon aus, dass die Gabe, schöpferisch zu sein, nur wenigen genialen Menschen gegeben sei. Auf der Suche nach den Ursachen dieser Schöpferkraft und in dem Bemühen, den Prozess zu verstehen, bei dem ein völlig neuer Gedanke entsteht, ist dem Unbewussten stets eine wesentliche Funktion zugesprochen worden. In der Tat belegen viele Äußerungen als genial geltender Menschen diese Vermutung.

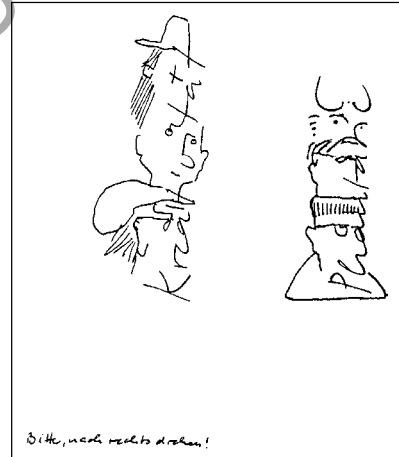


Abb. 1: Kreativität und Fantasie, aus: Seitz, 2001, S. 18.

„Sie werden mich fragen, woher ich meine Ideen nehme? Das vermag ich mit Zuverlässigkeit nicht zu sagen; sie kommen ungerufen, mittelbar, unmittelbar, ich könnte sie mit Händen greifen, in der freien Natur, im Walde, auf Spaziergängen, in der Stille der Nacht, am frühen Morgen, angeregt durch Stimmungen, die sich beim Dichter in Worten, bei mir in Tönen umsetzen, klingen, brausen, stürmen, bis sie endlich in Noten vor mir stehen.“

(Beethoven, nach Bumke, in Rohrer, S. 376)

„Ich, der ich hier sitze, und den meine Freunde kennen, begreife die Entstehung meines Werkes nicht, wie die Mutter nicht die des Kindes in ihrem Leib begreift. Mein Geist nimmt Nahrung aus der Welt durch Verstand und Sinne, diese Nahrung gibt dem Werk einen Leib; doch weiß ich nicht wie, noch warum bei mir und nicht bei anderen, die dieselbe Nahrung haben.“

(Schopenhauer, nach Bumke, in Rohrer, S. 376)

Mit dem 20. Jahrhunderts begann die gezielte theoretische Analyse des menschlichen Denkens, insbesondere auch solcher Denkprozesse, die zu kreativen Lösungen führen. Mit den Versuchen, kreatives Denken wissenschaftlich zu beschreiben, setzte sich die Überzeugung durch, dass Kreativität wohl eine Fähigkeit ist, über die prinzipiell jeder Mensch verfügt. Zu gesellschaftlicher Beachtung gelangte die Kreativitätsforschung zuerst Ende der 1940er-Jahre in den USA, wo Wirtschaft und Politik lautstark forderten, die Gesellschaft müsse mehr Erfindungen und Entdeckungen zur Bewältigung bislang ungelöster Probleme hervorbringen. 1950 rief der Psychologe Guilford dazu auf, das Phänomen der Kreativität gründlich zu erforschen. Diese Aufforderung zog die Entwicklung vielfältiger Instrumentarien zur experimentellen Untersuchung kreativen Denkens sowie zahlreicher Testverfahren zur Auffindung von kreativen Personen nach sich. Es begannen auch differenzierte schulische Anstrengungen zur Stimulation produktiven Denkens; jedoch erbrachten diese Bemühungen nur dürftige Erfolge (Rohrer, 1988, S. 378).

In den 1960er-Jahren fand die Kreativitätsforschung auch in Deutschland Beachtung. Dabei war in den 60er-/70er-Jahren die Aufmerksamkeit v.a. auf wirtschaftliche und soziale Problemlösungsprozesse gerichtet, während die Konzepte der 80er-/90er-Jahre stärker durch die Förderung der individuellen Kreativität bestimmt waren. In der Unterrichtsrealität jedoch spielte die Kreativitätsförderung, abgesehen von den musisch-ästhetischen Fächern, weiterhin kaum eine Rolle (*Menzel, S. 183 f.*), obwohl sie seit den 60er-Jahren in den Richtlinien und Präambeln der Lehrpläne ausdrücklich erwähnt ist. Seit Ende der 90er-Jahre wird die Forderung nach einer stärkeren Akzentuierung kreativer Elemente im Schulalltag lauter.

## II Forschungsansätze und -ergebnisse

Das Phänomen Kreativität lässt sich unter verschiedenen Aspekten betrachten und beschreiben. Man unterscheidet produkt-, prozess- und personorientierte Ansätze.

### 1. Das kreative Produkt

Viele Autoren definieren Kreativität, indem sie zu bestimmen versuchen, wodurch sich kreative von nichtkreativen Gedanken, Lösungen, Produkten unterscheiden. Folgende Kriterien werden in der Literatur genannt:

- *Neuheit, Ungewöhnlichkeit, Originalität*; Lösungen werden dann als kreativ bezeichnet, wenn sie originell sind. Dieses Merkmal muss allerdings als nur bedingt aussagekräftig bezeichnet werden, denn Originalität ist sowohl in historischer als auch in gesellschaftlicher Hinsicht sehr relativ; was in einer bestimmten Situation völlig neu ist, kann z.B. unter anderen kulturellen Bedingungen ganz gewöhnlich sein.
- *Angemessenheit, Brauchbarkeit*; Originalität ist ein notwendiges, aber nicht das einzige Kriterium zur Beschreibung von Kreativität. Um ein Produkt als kreativ bezeichnen zu können, muss sich die Originalität in richtiger und angemessener Weise äußern. Darin unterscheidet sich sinnloses und absurdes von kreativem Handeln. Originelle, jedoch unbrauchbare Problemlösungen, die keinen praktischen Wert haben, gelten deshalb nicht als kreativ (*Zimbardo, S. 451*). Aber auch bezüglich dieses Kriteriums kann relativierend gefragt werden: Brauchbar für wen? (*Bussmann/Heymann, S. 895*).
- *Transformation*; Jackson/Messick (*nach Bussmann/Heymann, S. 895*) führen auch das Ausmaß, in dem eine Lösung vorgegebene Beschränkungen überwindet, als Kriterium für Kreativität an.
- *Verdichtung*; ebenso wird der Grad der Verdichtung von Fakten und Strategien zu einem neuen Ganzen bei Jackson/Messick (*nach Bussmann/Heymann, S. 895*) als Merkmal kreativer Produkte angeführt.

### 2. Der kreative Prozess

Ein weiterer Ansatz, das Phänomen Kreativität zu begreifen, besteht darin, den Prozess zu untersuchen, der Kreatives hervorbringt.

#### 2.1 Kennzeichen des kreativen Prozesses

Als ein wesentliches Merkmal von Prozessen, die Kreatives hervorbringen, bezeichnet Guilford das *divergente Denken*. Im Gegensatz zum konvergenten Denken, das immer

dann notwendig ist, wenn die Lösung eindeutiger Aufgaben gefordert wird, vermag das divergente Denken, verschiedene, einer komplexen Ausgangslage entsprechende Problemlösungen zu produzieren. Der Prozess des divergenten Denkens ist gekennzeichnet durch *Flüssigkeit, Flexibilität, Originalität* und *Elaboration* (Bussmann/Heymann, S. 895 f.).

### 2.2 Stufen des kreativen Prozesses

Poincaré (1913) beschreibt einen in vier Stufen ablaufenden Prozess, den kreatives Denken durchläuft. Dieses Modell ist von vielen Autoren übernommen worden.

1. die *Vorbereitungsphase* (intensive Beschäftigung mit einem Problem und Informationssammlung),
2. die *Inkubationsphase* (unbewusste geistige Beschäftigung mit dem Problem),
3. die *Erleuchtung*,
4. die *Verifikation*.

(Poincaré, nach Ulmann, S. 21)

### 2.3 Dynamik des kreativen Prozesses

Eine wichtige Betrachtungsweise zum Verständnis kreativen Denkens trug die Gestaltpsychologie bei. So untersuchte z.B. Wertheimer, was in einem Menschen vorgeht, „wenn irgendwann das Denken wirklich fruchtbar ist“ (Wertheimer, S. 1). Er spricht von „*produktivem Denken*“ und fragt: „Was geschieht, wenn man wirklich denkt und dabei vorwärts kommt? Was sind hierbei die entscheidenden ... Schritte? ... Woher kommt die Erleuchtung, der Geistesblitz?“ (Wertheimer, S. 2) Er beschreibt das produktive Denken folgendermaßen:

1. Die eigentliche Natur produktiver Denkvorgänge besteht im Zusammenfassen, Zentrieren und Umstrukturieren von Wissen und Können, und zwar stets im Einklang mit der Struktur der Situation, für die eine Lösung gesucht wird.
2. Diese Denkopoperationen sind „nicht stückhaft“, sondern durch die Gesamtsituation bestimmt. Dabei funktionieren Einzelheiten, Daten, Beziehungen usw. als Teile innerhalb des Ganzen.
3. Solche Vorgänge sind, als Ganzes betrachtet, keine additive Anhäufung und bloße Aneinanderreihung von Einzelgedanken, sondern „trotz Schwierigkeiten, ... gelegentlicher Abirrungen und oft dramatischer Wendungen ... in sich geschlossene Entwicklungen.“

(Wertheimer, S. 219 f.)

### 2.4 Voraussetzungen des kreativen Prozesses

Schöpferisches Handeln setzt das Zusammenwirken verschiedener Faktoren voraus. Dazu nennt Zimbardo (S. 452):

- *Erhöhte Sensitivität*; die Wahrnehmung der betreffenden Personen muss besonders für solche Erscheinungen in der Welt sensibel sein, die von anderen Menschen meist übersehen werden.
- *Innere bildliche Vorstellungen*; ein weiteres Element ist die Fähigkeit, nichtverbale Fantasien als innere bildliche Vorstellungen entwickeln zu können. Diese Imaginationen werden dann im Laufe des schöpferischen Prozesses als Erfindungen, Theorien oder Kunstwerke zu schöpferischen Produkten.