

Thomas Vogt

Kalkulierte Kreativität

Thomas Vogt

Kalkulierte Kreativität

Die Rationalität kreativer Prozesse



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

Die vorliegende Arbeit wurde vom Fachbereich 02 – Sozialwissenschaften, Medien und Sport der
Johannes Gutenberg-Universität Mainz im Jahr 2008 als Dissertation zur Erlangung der akade-
mischen Grades eines Doktors der Philosophie (Dr. phil.) angenommen.

1. Auflage 2010

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2010

Lektorat: Dorothee Koch / Tanja Köhler

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist eine Marke von Springer Fachmedien.

Springer Fachmedien ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.

www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede
Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne
Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für
Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung
und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk
berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im
Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher
von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg
Druck und buchbinderische Verarbeitung: STRAUSS GMBH, Mörtenbach
Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier
Printed in Germany

ISBN 978-3-531-16889-0

„Und weshalb nicht?“, fragte mein Onkel in ausgesucht spöttischem Ton.
„Weil alle wissenschaftlichen Theorien belegen, dass ein derartiges
Unterfangen undurchführbar ist!“
„Alle Theorien belegen das also?“, antwortete der Professor und guckte
absichtlich trottelig. „Oh, diese bösen, bösen Theorien! Wie sehr sie uns
ärgern, diese armseligen Theorien!“

Jules Verne, Reise zum Mittelpunkt der Erde

„Guten Morgen, Christopher Robin“, sagte Pu.
„Guten Morgen, Winnie-der-Pu“, sagtest du.
„Ich frage mich, ob du wohl so etwas wie einen
Ballon im Hause hast?“
„Einen Ballon? Wozu möchtest du einen
Ballon?“ sagtest du.
Winnie-der-Pu sah sich um, ob auch niemand
lauschte, legte die Pfote auf den Mund und flüsterte
mit tiefer Stimme: „Honig!“
„Aber mit Ballons kriegt man keinen Honig!“
„Ich schon“, sagte Pu.

Alan Alexander Milne, Pu der Bär

No man is an island.

John Donne

Auch ich bin keine Insel und bedanke mich bei: Volker Kunz, Ulrich Druwe, Markus Höffer-Mehlmer, Hans-Joachim Lauth, Matthias Bauer, Christina Beer, Kerstin Heydenreich, Conny & Andreas Frings, Johannes Marx, meinen Eltern, Constanze, Pauline & Philippa.

Zudem gilt mein besonderer Dank meinem Biorhythmus, der mir morgendliches Arbeiten zwischen 5 und 7 Uhr erlaubte.

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|--|----------|
| 1 | Einleitung | 9 |
| 1.1 | Ausgangspunkt | 9 |
| 1.2 | Forschungsbedarf und Fragestellung | 10 |
| 1.3 | Der Aufbau der Arbeit | 12 |

A | FORSCHUNGSSTAND & GRUNDLAGEN

| | | |
|----------|--|-----------|
| 2 | Forschungsstand und Kreativitätsdefinition | 17 |
| 2.1 | Historisch-disziplinäre Entwicklung Kreativitätsforschung..... | 17 |
| 2.2 | Definition Kreativität / kreative Handlung..... | 26 |
| 3 | Das sozialwissenschaftliche Erklärungsmodell | 31 |
| 3.1 | Wissenschaftstheoretische Grundlagen: Theorien und Erklärungen | 32 |
| 3.2 | Das Grundmodell der sozialwissenschaftlichen Erklärung | 36 |
| 3.3 | Soziale Strukturierung und kreative Handlung..... | 48 |
| 3.4 | Die Integration von Theorien | 53 |
| 3.5 | Begründung der Auswahl einer Handlungstheorie..... | 59 |
| 4 | Die Handlungstheorie | 67 |
| 4.1 | Die Auswahl einer geeigneten Handlungstheorie..... | 67 |
| 4.2 | Die Subjective Expected Utility-Theorie (SEU-Theorie) | 70 |
| 4.3 | Schema der Rekonstruktion | 75 |
| 4.4 | Kritik an der SEU-Theorie | 78 |
| 5 | Die Auswahl der Kreativitätstheorien | 83 |
| 5.1 | Erster Filter: Erfüllung der Kriterien des Rationalitätspostulates | 83 |
| 5.2 | Zweiter Filter: Verwendbarkeit als Brückenhypothese | 92 |
| 5.3 | Die ausgewählten Theorien der Kreativität | 99 |

B | DARSTELLUNG & REKONSTRUKTION

| | | |
|----------|---|------------|
| 6 | Kreativität und soziale Strukturen | 105 |
| 6.1 | Überblick | 105 |
| 6.2 | Erster Rekonstruktionsschritt: Explanandum und Explanans..... | 110 |
| 6.3 | Kritik | 115 |
| 6.4 | Zweiter Rekonstruktionsschritt: Brückenhypothesen..... | 118 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 7 | Sozialpsychologie der Kreativität | 123 |
| 7.1 | Überblick | 123 |
| 7.2 | Erster Rekonstruktionsschritt: Explanandum und Explanans..... | 145 |
| 7.3 | Kritik | 150 |
| 7.4 | Zweiter Rekonstruktionsschritt: Brückenhypothesen..... | 156 |
| 8 | Kognitive Sozialpsychologie: Kontextabhängige Kreativität | 161 |
| 8.1 | Überblick | 162 |
| 8.2 | Erster Rekonstruktionsschritt: Explanandum und Explanans..... | 181 |
| 8.3 | Kritik | 183 |
| 8.4 | Zweiter Rekonstruktionsschritt: Brückenhypothesen..... | 186 |
| 9 | Kreativität und Kognition | 189 |
| 9.1 | Überblick | 189 |
| 9.2 | Erster Rekonstruktionsschritt: Explanandum und Explanans..... | 225 |
| 9.3 | Kritik | 228 |
| 9.4 | Zweiter Rekonstruktionsschritt: Brückenhypothesen..... | 230 |

C | ZUSAMMENFÜHRUNG & INTEGRATION

| | | |
|-----------|---|------------|
| 10 | Das Modell der kreativen Situation | 235 |
| 10.1 | Voraussetzungen für eine systematische Zusammenführung..... | 235 |
| 10.2 | Die Definition der kreativen Situation..... | 238 |
| 10.3 | Die Relevanz der Brückenhypothesen im kreativen Prozess..... | 239 |
| 10.4 | Das Theoriemodell „Kreativität“ | 256 |
| 11 | Anwendung: Möglichkeiten und Grenzen der Schaffung kreativer Situationen | 263 |
| 11.1 | Von der Erklärung zur Prognose und Anwendung | 263 |
| 11.2 | Die Schaffung kreativer Situationen | 264 |
| 11.3 | Kreativitätstrainings und Kulturwandel | 270 |
| 12 | Ergebnisse und Forschungsperspektiven | 273 |
| | Literaturverzeichnis | 279 |
| | Abbildungs- und Tabellenverzeichnis | 297 |

Ich glaube an das Pferd. Das Automobil ist
eine vorübergehende Erscheinung.

Kaiser Wilhelm II.

1 Einleitung

1.1 Ausgangspunkt

Kaum ein anderes Phänomen wird so stark mit individuellen Leistungen in Verbindung gebracht wie das der Kreativität. Drei Aspekte prägen dieses Bild: Kreativität wird meist als eine besondere Eigenschaft von Wahnsinnigen, Genies oder Sonderlingen betrachtet, die sozial isoliert zu außergewöhnlichen Einsichten und Ideen kommen. Dieser Prozess vollzieht sich weitgehend losgelöst von dem, was in anderen Lebensbereichen als geordnet oder rational bezeichnet wird.

Damit sind drei weit verbreitete Vorstellungen über Kreativität benannt: *Erstens* ist die Fähigkeit zur Kreativität eine Eigenschaft, über die nur eine begrenzte Anzahl von Menschen verfügt. Es sind spezielle Persönlichkeitsmerkmale oder kognitive Instrumente, die exklusiv den Kreativen zur Verfügung stehen. Durchschnittliche Menschen können keine tatsächlich kreativen Leistungen erbringen. *Zweitens* vollziehen sich kreative Prozesse im einzelnen Menschen. Kreativität ist ganz und gar im Individuum angelegt. *Drittens* ist der kreative Prozess weitgehend ungeordnet, zufällig und nicht rational. Die Kriterien, die das Handeln von Menschen in normalen Situationen leiten, scheinen in kreativen Prozessen außer Kraft gesetzt zu sein.

Die sich intensivierende Kreativitätsforschung der letzten 20 Jahre hat hingegen gezeigt, dass sich die skizzierte Position empirisch kaum rechtfertigen lässt: Die Fähigkeit zur Kreativität gehört zur *kognitiven Grundausstattung* des Menschen. Kreative und nicht-kreative Menschen unterscheiden sich lediglich in der unterschiedlichen Nutzungsintensität des kognitiven Instrumentariums. Kreativität ist ein im hohen Maße *sozialer Prozess*, der über die Umweltbedingungen, die Handlungsmöglichkeiten und -beschränkungen in sozialen Situationen mitbestimmt wird. *Rational* sind der kreative Prozess und die damit verbundenen Handlungen deshalb, weil Menschen Routinewege erst verlassen, wenn neue und damit unter Umständen kreative Handlungswege einen höheren Nutzen im Sinne einer Wohlbefindenssteigerung für die Akteure mit sich bringen.

Mit dieser neuen Sichtweise ergeben sich Anknüpfungspunkte für die Sozialwissenschaften. Wenn kreative Leistungen auch von Handlungsbeschränkungen und -möglichkeiten in sozialen Situationen und damit von sozialen Strukturierungen und Institutionen abhängen, dann sollte es möglich sein, institutionelle Arrangements zu finden, die zu einem höheren Output kreativer Leistungen führen oder diese Leistungen zumindest begünstigen. Kreativität entsteht in einem sozialen Prozess, der vom institutionellen Gefüge mitbestimmt wird.

Im weiteren Verlauf der Arbeit wird sich zeigen, ob die vorliegenden Erkenntnisse aus der Kreativitätsforschung *robust* genug sind, um Kreativität als ein komplexes soziales Phänomen zu erklären und darüber hinaus Rückschlüsse auf die Konstruktion kreativitätsfreundlicher sozialer Regelsysteme zu ermöglichen. Damit ist durchaus gemeint, *Soziales* auf der Grundlage dieser Erkenntnisse aktiv mit dem Ziel eines höheren kreativen Outputs zu gestalten.

1.2 Forschungsbedarf und Fragestellung

Die skizzierte Idee kann nur weiterverfolgt werden, wenn sie in den Kontext der aktuellen Kreativitätsforschung gestellt wird. Seit den 50er Jahren des 20. Jahrhunderts hat sich die Kreativitätsforschung intensiviert. (Eine ausführlichere Darstellung zur Entwicklung des Forschungsfeldes Kreativität findet sich im folgenden Kapitel.) Erste Arbeiten beschäftigten sich primär mit den Merkmalen einer kreativen Persönlichkeit und der daraus abgeleiteten Frage, wie kreative Menschen mittels psychometrischer Verfahren auffindig gemacht werden können (vgl. Guilford 1950, 1956, 1968).

Gerade in den letzten 20 Jahren hat die Kreativitätsforschung aber eine neue Ausrichtung bekommen: Nicht mehr nur die individuelle Kreativität stand im Mittelpunkt des Forschungsinteresses. Der soziale Kontext wurde berücksichtigt und die ihm zugeordnete Bedeutung nahm zu. Es wurde postuliert, dass ohne die Berücksichtigung des sozialen Rahmens keine vollständige Erklärung des Phänomens Kreativität möglich sei.

Insgesamt ist eine Tendenz in der Forschung zu beobachten, Kreativität als einen Prozess mit vielen Bestimmungsfaktoren auf unterschiedlichen individuellen wie sozialen Ebenen zu betrachten. In den in den vergangenen Jahren entstandenen sogenannten *confluence approaches to the study of creativity* sollen die einzelnen Faktoren präzisiert und ihr genaues Zusammenspiel geklärt werden: „Many recent works on creativity hypothesize that multiple components must converge for creativity to occur“ (Sternberg & Lubart 1999: 10). Dabei wird die methodische bzw. wissenschaftstheoretische Frage, wie aus einem „Sammelsurium“ von Hypothesen und theoretischen Ansätzen eine einheitliche Erklärung werden kann, bislang weitgehend ausgeklammert.

Entstanden ist ein äußerst heterogenes Forschungsfeld. Selbst bei den als *confluence approaches* bezeichneten Zugängen entsteht der Eindruck, dass sie Theorien nicht in einem strengeren Sinne integrieren, sondern Sammlungen von Hypothesen aus den unterschiedlichen Bereichen der Kreativitätsforschung darstellen, mit denen keine homogene Erklärung für das Phänomen Kreativität gegeben werden kann (vgl. z. B. Amabile u. a. 1996: 1159; Sternberg & Lubart 1996). Den sogenannten *confluence approaches* wird nicht grundsätzlich widersprochen, aber sie sollten auf eine gemeinsame Basis der wissenschaftlichen Erklärung gestellt werden.

Es muss geklärt werden, in *was* diese Ansätze zusammenfließen. Mein Vorschlag besteht darin, Theorien der Kreativität über ein sozialwissenschaftliches Erklärungsmodell zusammenzuführen. Erst über die Metatheorie wird eine ursächliche Erklärung des sozialen Phänomens Kreativität möglich. Dazu ist es notwendig, bestehende Kreativitätstheorien zunächst systematisch zu rekonstruieren, um dann ein allgemeines Kreativitätsmodell entwickeln zu können. Hieraus ergeben sich folgende Fragen, die in den drei Hauptteilen der Arbeit behandelt werden:

- Welches sozialwissenschaftliche bzw. metatheoretische Instrumentarium soll zur Anwendung kommen? Welche Theorien eignen sich für eine weiter gehende Analyse? Auf der Grundlage welcher theoretischer Ansätze können die Kreativitätstheorien sinnvoll rekonstruiert werden? (Teil A)

- Welche Bestandteile von Theorien eignen sich für die geplante Konstruktion des Erklärungsmodells? Wie können diese Theorieelemente systematisch erschlossen werden? (Teil B)
- Wie lassen sich die rekonstruierten Kreativitätstheorien in einem allgemeinen Erklärungsmodell zusammenführen? Wie sieht dieses Modell aus? (Teil C)

Hieraus abgeleitet wird es das praktische Ziel dieser Arbeit sein, Hinweise für die Schaffung von sozialen Situationen und Institutionen zu geben, die die Auswahl kreativer Handlungen wahrscheinlicher werden lassen. Wie müssten die sozialen Regelsysteme bzw. Institutionen gestaltet sein, damit die Akteure motiviert werden, ihre kreativen Ressourcen verstärkt zu nutzen?

1.3 Der Aufbau der Arbeit

Aus den bisherigen Überlegungen ergibt sich eine dreigliedrige Grundstruktur der Arbeit. Im ersten Teil werden die notwendigen wissenschaftstheoretischen und sozialwissenschaftlichen Grundlagen aufgearbeitet und Theorien der Kreativität für die weitere Analyse *ausgewählt*. Diese Theorien werden in einem zweiten Schritt *rekonstruiert*. Im dritten Teil der Arbeit sollen die über die Rekonstruktion gewonnenen Erkenntnisse zur Konstruktion eines allgemeinen Erklärungsmodells und damit zur *Zusammenführung* unterschiedlicher Ansätze genutzt werden.

Im ersten Teil FORSCHUNGSSTAND & GRUNDLAGEN der Arbeit, werden die Voraussetzungen für die spätere Analyse von Theorien der Kreativität geschaffen. Im *zweiten* Kapitel wird die historisch-disziplinäre Entwicklung der Kreativitätsforschung dargestellt und eine Kreativitätsdefinition präsentiert. Ziel der Arbeit ist die ursächliche *Erklärung* von kreativen Handlungen auf der Grundlage vorliegender *Theorien*. Dieses Vorgehen erfordert im *dritten Kapitel* zunächst die wissenschaftstheoretische Klärung der Begriffe *Theorie* und *Erklärung*, da sie im sozialwissenschaftlichen Erklärungsmodell eine zentrale Stellung einnehmen. Im Anschluss daran wird das *sozialwissenschaftliche Erklärungsmodell* und sein Potenzial für die Integration von Theorien vorgestellt.

Wie schon weiter oben angedeutet, erfordert die in dieser Arbeit vertretene Position einer ursächlichen Erklärung in den Sozialwissenschaften einen Referenzpunkt, der zumindest annähernd so sicher ist, wie Bezugspunkte in anderen erklärenden Erfahrungswissenschaften. Den Bezugspunkt bilden im

methodologischen Individualismus die Handlungen von Akteuren. Deren Erklärung setzt eine Handlungstheorie voraus. In der Handlungstheorie werden die handlungsleitenden Variablen benannt, hinsichtlich derer die ausgewählten Theorien der Kreativität rekonstruiert werden sollen. Die Handlungstheorie ist damit auch Instrument der Rekonstruktion. Die Begründung der Auswahl einer solchen Theorie wird im *vierten Kapitel* geliefert.

Im *fünften Kapitel* werden die Theorien ausgewählt, die im weiteren Verlauf der Arbeit rekonstruiert werden sollen. Die Beachtung zweier Kriterien steht hierbei im Vordergrund: Die Kreativitätstheorien sollten *erstens* die Kriterien des Rationalitätspostulates erfüllen und *zweitens* über Potenziale zum Einsatz in einer sozialwissenschaftlichen Erklärung verfügen.

Im zweiten Teil der Arbeit steht die DARSTELLUNG & REKONSTRUKTION der ausgewählten Theorien im Vordergrund. Die Darstellung der Kreativitätstheorien orientiert sich an einer einheitlichen Struktur. Zunächst soll gezeigt werden, in welchem historischen und disziplinären Kontext die Theorie entstanden ist; sie wird im Überblick dargestellt. Im nächsten Schritt werden Explanandum und Explanans präzisiert. Daran anschließend erfolgt eine kritische Auseinandersetzung mit der jeweiligen Theorie, um diese schließlich hinsichtlich ihrer möglichen Nutzung im Rahmen einer sozialwissenschaftlichen Erklärung zu untersuchen.

Eine erste Strukturierung der Theorien orientiert sich dabei an der *Mehrebenenperspektive* des sozialwissenschaftlichen Erklärungsmodells. Zunächst werden Theorien der *Makroebene* (Kap. 6), dann der *Mesoebene* (Kap. 7 und 8) und schließlich der *Mikroebene* (Kap. 9) analysiert. Diese Zuordnung kann in vielen Fällen nur annäherungsweise geschehen, da sich die Bezugsebenen in den Theorien nur selten scharf trennen lassen.

Der Versuch einer ZUSAMMENFÜHRUNG & INTEGRATION der Theorien im dritten Teil der Arbeit erfolgt unter der Prämisse, dass sich ein wichtiger Schritt hin zur Integration von Theorien über eine gemeinsame Theorie-Sprache vollzieht. Die im vorausgegangen Kapitel erarbeiteten Rekonstruktionen stellen damit in Teilen die erforderliche Übersetzungsleistung dar. Es wird davon ausgegangen, dass die Theorie-Bausteine dann die passende Form haben, wenn mit ihrer Hilfe Aussagen über die Beschaffenheit der sozialen Strukturen, der Handlungsmöglichkeiten und -beschränkungen in sozialen Situationen und der daraus folgenden *Bewertungen* und *Erwartungen* der Akteure in der Handlungssituation möglich werden. Es wird vermutet, dass mittels Theorien der Kreativität ein systematischer Einfluss auf die Bildung der Variablen der im Teil A der Arbeit ausgewählten Handlungstheorie beschrieben werden kann.

Abschließend wird die Frage behandelt werden, welche praktische Relevanz dieses Modell hat, und ob auf dieser Grundlage Maßnahmen zur Kreativitätssteigerung abgeleitet werden können: Welche Maßnahmen müssen auf den unterschiedlichen gesellschaftlichen Ebenen erfolgen, um kreative Handlungen wahrscheinlicher werden zu lassen? Es sollen Handlungsanweisungen formuliert werden, deren Umsetzung die kreative Leistungsfähigkeit in einer Gruppe oder Organisation erhöhen kann.

Teil A | Forschungsstand & Grundlagen

2 Forschungsstand und Kreativitätsdefinition

In gewisser Weise stellt die vorliegende Arbeit insgesamt eine systematische Aufarbeitung des Standes der Kreativitätsforschung dar. Besonders hervorgehoben werden jene Erkenntnisse, die als sozialwissenschaftlich interessant und relevant erscheinen. Um die Einordnung der im Verlauf der Arbeit behandelten Ansätze zu erleichtern, soll die historisch-disziplinäre Entwicklung der Kreativitätsforschung in diesem Kapitel nachvollzogen werden. Als Ergebnis dieser Genese kann die – zumindest im angelsächsischen Raum – weithin akzeptierte Kreativitätsdefinition gelten, die im zweiten Teil dieses Kapitels vorgestellt wird.

2.1 Historisch-disziplinäre Entwicklung der Kreativitätsforschung

Die wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Phänomen Kreativität ist noch relativ jung. Erst mit Beginn der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts ist eine deutliche Zunahme der Forschungsaktivitäten zu beobachten (vgl. Sternberg & Lubart 1999: 3). Ich möchte hier nur einige Entwicklungslinien aufzeigen und einen Überblick über die bekannteren Ansätze geben. Sternberg & Lubart ermitteln eine Reihe von Gründen für die späte wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Phänomen (vgl. auch Preiser 1976: 11 ff.; Seiffge-Krenke

1974: 11 f.). Ihre Argumente sollen hier relativ ausführlich vorgestellt werden, da sie implizit den Gegenstand Kreativität charakterisieren.

Erstens verhinderte die von Menschen wahrgenommene Nähe des Kreativen und Schöpferischen zur religiös-mythischen Sphäre eine frühere systematische Beschäftigung, da die religiösen Systeme vieler westlicher Gesellschaften unter dem besonderen institutionellen Schutz der Kirche standen. Eine ihrer wichtigsten Aufgaben war es, die Entzauberung der Schöpfung bzw. des Schöpferischen zu verhindern (vgl. auch Preiser 1976: 13 f.; Weisberg 1989: 15; Csikszentmihalyi 1997: 570).

Zweitens blockierte die Dominanz pragmatischer Ansätze in den 50er und 60er Jahren des 20. Jahrhunderts die Ausbildung einer an wissenschaftlichen Standards orientierten Kreativitätsforschung. Die Vertreter dieser Ansätze versprachen schnelle Lösungen und durch spezielle Programme und Trainings eine Erhöhung des kreativen Outputs in allen gesellschaftlichen Bereichen. Sie reagierten damit auf den „Bedarf an kreativen Leistungen“ (Preiser 1976: 16); gerade auch im Zuge des Sputnik-Schocks¹ (vgl. Preiser 1976: 17; Seiffge-Krenke 1974: 10; Ulmann 1973: 12; Urban 1993: 161). Warum sollte man sich dann noch mit langwierigen wissenschaftlichen Forschungen beschäftigen, wenn die Lösungen doch auf der Hand liegen? Erst als klar wurde, dass die pragmatischen Ansätze diese Versprechen nicht einlösen konnten, erhöhte sich die wissenschaftliche Aktivität.

Drittens befanden sich erste Arbeiten zur Kreativität nur selten auf einer Linie mit den zeitgenössischen theoretischen und methodischen Zugängen. Diese von der etablierten Psychologie anfangs als eher esoterisch wahrgenommenen Ansätze führten zu einer Nichtbeachtung des Phänomens Kreativität im wissenschaftlichen Mainstream der Psychologie (vgl. Sternberg & Lubart 1996: 686).

Viertens existierten erhebliche Methoden- und Messprobleme (vgl. Sternberg & Lubart 1996: 686; vgl. auch Guilford 1950: 445). Die Vorstellung, dass kreative Akte extrem selten, nicht vorhersehbar sind und unter Laborbedingungen nicht simuliert werden können, führt das Ausmaß des methodischen Dilemmas vor Augen. In der empirisch orientierten Disziplin Psychologie sahen die Wissenschaftler zunächst keine Möglichkeit, sich dem Gegenstand streng wissenschaftlich und mit empirischen Methoden zu nähern.

¹ Auf den Sputnik-Schock als Auslöser des Kreativitätsbooms verweisen in erster Linie deutsche Autorinnen und Autoren. Ob amerikanische Wissenschaftler dieses Thema bewusst ausklammern oder davon überzeugt sind, der Sputnik sei nun gerade nicht der Auslöser des Kreativitätsbooms kann nicht beantwortet werden.

Ganz im Gegensatz zum zuvor genannten Punkt wurde – *fünftens* – in Teilen der wissenschaftlichen Gemeinschaft die Vorstellung vertreten, Kreativität als außergewöhnliches Ergebnis gewöhnlicher Strukturen zu betrachten. Diese Prozesse bedürften keiner weiter spezialisierten Kreativitätsforschung. Kreativität wurde oft in die Nähe des Konzepts der *Intelligenz* gerückt. Es bestand die verbreitete Auffassung, über die Forschungen zur Intelligenz werde Kreativität als Teilphänomen mit behandelt (vgl. Leone 1999: 9; Sternberg & O'hara 1999: 252 ff.).

Sechstens kritisieren Sternberg & Lubart uni-disziplinäre Ansätze, die sich Teile des Gesamtphänomens vornehmen (z. B. kognitive Prozesse oder Persönlichkeitsmerkmale) und dann behaupten, damit Kreativität umfassend erklären zu können.

Die in den sechs Punkten geäußerte Kritik treffe, so Sternberg & Lubart, nicht auf die in den letzten Jahren entstandenen *confluence theories of creativity* zu, in denen einzelne Ansätze zu zusammenhängenden Aussagensystemen verbunden werden (z. B. Amabile 1983a; Csikszentmihalyi 1988a; Ford 1996; Sternberg & Lubart 1991; Woodman, Sawyer & Griffin 1993).

We believe that confluence theories offer a relative newer and more promising approach to the study of creativity. They have no connection with mysticism; they are based in psychological theory and are susceptible to experimental test; they use concepts from the mainstream of psychological theory and research; they do not attempt to view creativity as a special case of ordinary representation and process; and, perhaps most important, they are multidisciplinary, calling upon the resources of various aspects of psychology. (Sternberg & Lubart 1996: 686)

Um Kreativität zu einem *normalen* Gegenstand des wissenschaftlichen Interesses werden zu lassen, waren demnach eine Reihe von Perspektivverschiebungen nötig. Sie sollen im Folgenden kurz nachgezeichnet werden.

HISTORISCHER ÜBERBLICK² Schon bei frühesten Überlegungen zur Kreativität wurde nach der Verortung der kreativen Quelle gefragt. Neben der Frage nach dem Wesen des Schöpferischen, wurde die Frage seiner Herkunft immer gleich mit gestellt. Wo entsteht Kreativität? Es wurden zahlreiche Quellen bzw. Ausgangspunkte des Schöpferischen und Kreativen lokalisiert,

² Es werden hierfür Texte herangezogen, die sich mit der historischen Entwicklung der Kreativitätsforschung auseinandersetzen. Die Autoren dieser Texte sind Kreativitätsforscher bzw. Psychologen und keine Historiker. Es erfolgt insofern keine kritisch-historische Aufarbeitung der Forschungen zur Kreativität sondern eine Darstellung von vermuteten Entwicklungslinien ab dem beginnenden Mittelalter in westlich-christlichen Gesellschaften. Frühere Kulturleistungen und die Beschäftigung mit Fragen der Kreativität wie beispielsweise in der griechischen und römischen Antike finden in diesen Darstellungen keine Beachtung.

die in der Chronologie ihres Auftretens die zentralen Entwicklungsschritte hin zu einer wissenschaftlichen Kreativitätsforschung bilden.

In einer ersten Phase wurde angenommen, die Kreativität des Menschen sei nur über die Existenz Gottes oder eines wie auch immer gearteten göttlichen oder spirituellen Wesens erklärbar. Jede Form menschlicher Kreativität wäre damit im Kern immer göttliche Kreativität. Der Ursprung der kreativen Leistungen liegt nicht in den Individuen. Menschen haben lediglich den Status von Medien im kreativen Prozess – die göttlichen Ideen werden über Menschen vermittelt (vgl. Sternberg & Lubart 1999: 4 f.; siehe auch Albert & Runco 1999: 18 f.; Weisberg 1989: 15). Diese Sichtweise verhinderte die systematische und wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Phänomen Kreativität. Denn solange die Kontrolle über das Schöpferische den Menschen entzogen ist und die Verantwortung bei Gott o. ä. liegt, wird keine Kreativitätsforschung entstehen, die sich dieses Phänomens annimmt (vgl. Isaksen & Murdock 1993: 22; Preiser 1976: 13 f.).

Damit hier kein falscher Eindruck entsteht: Die Dominanz des religiösen Feldes bzw. Systems hat die Entwicklung der Wissenschaft insgesamt behindert – also nicht nur die Erforschung der Kreativität. Für die wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Phänomen der Kreativität war aber mehr nötig als die großen kreativen Kulturleistungen der Renaissance und der Aufklärung, die gerne herangezogen werden, wenn es um die Entstehungsbedingungen der modernen Wissenschaft geht. Insbesondere in der Renaissance hat sich allerdings eine wichtige Perspektivverschiebung, weg von der „göttlichen Kreativität“, ergeben:

Early in the Renaissance a significant change in this view took place. At this historical moment the divine attribute of great artists and artisans was recognized and often emphasized as manifestly their own and not of divine origin. (Albert & Runco 1999: 18)

Nachdem sich der Mensch in einem zweiten großen Entwicklungsschritt im Zuge der Aufklärung – zumindest in einer idealisierten Form – aus der „selbstverschuldeten Unmündigkeit“ befreien konnte, musste eine neue Erklärung für kreative und schöpferische Prozesse gefunden werden. Gott konnte nicht mehr wie bis dahin als Quelle für alles Kreative und Schöpferische verantwortlich gemacht werden. Da schöpferische Prozesse auf den ersten – und meist auch noch auf den zweiten – Blick mit dem, was normale Menschen zu leisten im Stande sind, nicht viel gemein hat, wurden außergewöhnliche Fähigkeiten für diese Leistungen verantwortlich gemacht (vgl. Weinert 1993: 8).

Der Aspekt des Außergewöhnlichen zeigt sich auch in der Nähe, die häufig zwischen Genialität und Geisteskrankheit gesehen wurde (vgl. Isaksen & Murdock 1993: 26; Jacobson 1912; Lombroso 1891). Nur abweichendes Verhalten – nur der Wahnsinn – erschien als geeignetes Konzept, um herausragende kreative Leistungen zu erklären. Dieser von Preiser als „psychopathologische Mystifizierung“ (1976: 14) bezeichnete Sachverhalt wird von einer „künstlerischen Mystifizierung“ begleitet, auf die von Künstlern und Kreativen ganz bewusst und häufig aus Image- und Berufsstandsgründen verwiesen worden ist: „Der geheimnisvolle Schleier der Inspiration, den der Künstler gern über sein Werk legt, verhindert meist den Einblick in den künstlerischen Schaffungsprozeß“ (ebd.). Auch diese Sichtweise bietet kaum Möglichkeiten einer wissenschaftlichen Analyse des Phänomens.

Die im 19. Jahrhundert einsetzende Genie-Forschung (vgl. z. B. Galton 1869; Terman 1906; Terman & Chase 1920; einen Überblick bietet Becker 1995) hat zur weiteren Fixierung der Idee geführt, Kreativität sei immer ein außergewöhnliches Phänomen und nur bei wenigen, hochbegabten Menschen zu beobachten. Isaksen & Murdock resümieren die bis in die erste Hälfte des 20. Jahrhunderts reichenden, schlechten Rahmenbedingungen für die Entstehung einer wissenschaftlichen Kreativitätsforschung:

The early search for genius and the belief that these few gifted individuals were touched by god, possessed by a muse, or mad, established a situation which was unproductive at best for the field of creativity research. The focus on the highest levels of human accomplishment and creativity may have assisted investigators reaching agreement on who to study, but it created a separation between the „geniuses“ and the „masses“. (Isaksen & Murdock 1993: 22)

Auch wenn die Rahmenbedingungen für eine Kreativitätsforschung zu diesem Zeitpunkt als nicht ideal einzuschätzen sind, wurde zumindest ein Zwischenschritt ausgelöst, der mit einer gewissen Verzögerung auch zu einer verstärkten wissenschaftlichen Beschäftigung mit Fragen der Kreativität führte. Die von Galton, Terman und anderen Wissenschaftlern betonten individuellen Differenzen waren Ausgangspunkt für die Entwicklung erster Intelligenztest. Wesentliches Charakteristikum von mentalen Tests aber ist, dass damit prinzipiell jede Person getestet werden kann und die Testergebnisse bzw. erreichten Punktzahlen auf einer für alle getesteten Personen gültigen Skala liegen. Die gemeinsame Nutzung des Messinstrumentariums für Normale und Genies legt nahe, dass gewöhnliche und außergewöhnliche Kreativität keine unterschiedlichen Qualitäten haben und die Hochkreativen ihre kognitiven Fähigkeiten wohl nur effizienter einsetzen können. Hier bereits

bröckelt die bis heute vertretene Vorstellung, Intelligenz- und Kreativitätsbegabung seien einzigartig und unterschieden sich völlig von den Möglichkeiten, die normal begabten Menschen zur Verfügung stünden.

Interessant ist, dass in den ersten konzeptionellen Überlegungen zu Intelligenztests noch Fragen zum bildlichen und sprachlichen Vorstellungsvermögen enthalten waren, die den Aspekt der Kreativität messen sollten. Die kaum zu überwindenden methodischen Probleme haben allerdings dazu geführt, die entsprechenden Testbestandteile wieder zu streichen. „It appears that Binet’s troubles with creativity tests foreshadowed the frustrations that future researchers would have for over a century“ (Sternberg & O’Hara 1999: 252).

Albert & Runco beschäftigen sich auch mit der Forschungsmotivation der frühen Kreativitäts- und Intelligenzforscher Galton und Terman. Sie erkennen eine pragmatische Motivation, besonders Begabte ausfindig zu machen, um so die Zukunft „ihrer“ Gesellschaften zu sichern (vgl. Albert & Runco 1999: 26). Galton (1869) und Terman (1906; Terman & Chase 1920), die sich – betrachtet man die Titel ihrer Publikationen – als „Genie-Forscher“ verstehen, machen damit einen wichtigen Schritt hin zur Sichtweise einer grundsätzlich wissenschaftlichen Zugänglichkeit des Phänomens Kreativität.

EXTERNE IMPULSE Obwohl bei Wissenschaftlern bereits in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts ein großes Interesse an Fragen der Intelligenz und Kreativität existierte, konnten die Ideen mangels finanzieller Mittel nur eingeschränkt umgesetzt werden. Erst eine externe Finanzierung ermöglichte die eigentliche Forschungstätigkeit. Die Entstehung der Intelligenz- wie auch etwas später der Kreativitätsforschung und der damit verbundenen Testverfahren lässt sich unmittelbar auf militärische Interessen zurückführen. Erst von der US-Armee finanzierte Forschungsprojekte ermöglichten die mit hohen Kosten verbundene Entwicklung mentaler Tests (vgl. Csikszentmihalyi 1997: 138 f.). Ziel war es, diese Tests bei der Rekrutierung von militärischem Personal einzusetzen. Einerseits sollte die grundsätzliche Tauglichkeit für den Dienst festgestellt werden. Andererseits sollte dann entsprechend der Stärken und Schwächen der Kandidaten ein adäquates Tätigkeitsfeld gefunden werden.

Nach der zwar erfolgreichen Etablierung der Intelligenztests wurde schnell klar, dass diese Tests nicht geeignet waren, Menschen mit einem kreativen Problemlösungspotenzial ausfindig zu machen. Insbesondere die U. S. Air Force war auf der Suche nach einer Methode zur Auswahl von Piloten, die über kreative Fähigkeiten verfügen, um auch in unerwarteten Situationen schnell eine angemessene Problemlösung zu finden. Sie beauftragte den Psy-

chologen J. P. Guilford von der University of Southern California mit der Erforschung von Kreativität. Ziel war die Entwicklung mentaler Tests (vgl. Csikszentmihalyi 1997: 139).

Guilford selbst äußert sich in seinem Artikel „Creativity“³, der als Startschuss für die gesamte weitere Entwicklung der Kreativitätsforschung gilt, wie folgt:

It has been one of my long-standing ambitions, however, to undertake an investigation of creativity. Circumstances have just recently made possible the realization of that ambition. (Guilford 1950: 444)

In einer Fußnote liefert er dann nähere Hinweise zur Art der Finanzierung: „A research project on the aptitudes of high-level personnel, supported by the Office of Naval Research“ (ebd.). Auch bei Guilford scheint ein grundsätzliches Interesse an dem Thema existiert zu haben. Aber erst die Finanzierung von Projekten aus dem Verteidigungshaushalt hat zu einer tatsächlichen Erforschung der Kreativität geführt.

Die Entwicklung des Forschungsfeldes stellt eine interessante, wenn auch wenig spektakuläre Illustration der in dieser Arbeit vertretenen Grundposition dar: Kreative Einzelwissenschaftler konnten ihre Ideen erst zu dem Zeitpunkt umsetzen, zu dem bestimmte Rahmenbedingungen, wie beispielsweise eine gesicherte Finanzierung und damit auch die Überzeugung der Auftraggeber, in die richtige Idee investiert zu haben, vorlagen. Zur Frage, inwieweit die Wissenschaftler bei potenziellen Geldgebern Überzeugungsarbeit leisten mussten, schweigt sich die Literatur aus. Die Idee scheint auch hier im Zusammenspiel mehrerer Akteure entstanden zu sein.

Gegen Mitte des 20. Jahrhunderts bestimmt damit, ausgelöst von den Überlegungen Guilfords, eine neue Auffassung die Sicht auf Kreativität: Jeder Mensch hat kreative Anlagen, die er nutzen kann (vgl. Guilford 1950: 446; Preiser 1976: 11; Weinert 1993: 8 und 16). Schon zu Beginn seiner Arbeit im Forschungsfeld Kreativität konstatiert Guilford:

³ Dem Artikel liegt eine Rede Guilfords (*Presidential Adress*) zu Grunde, die er als Präsident der American Psychological Association (APA) bei einem Kongress am 5. September 1950 am Pennsylvania State College hielt. Er betont die Notwendigkeit einer wissenschaftlichen Kreativitätsforschung aufgrund einer „social importance of creativity“ (Guilford 1950: 446), präsentiert den Entwurf eines Forschungskonzepts und erste Hypothesen. Er belegt die Vernachlässigung des Forschungsfeldes Kreativität mit Zahlen: „... the extent of the neglect I had not realized until recently. To obtain a more tangible idea of the situation, I examined the index of the Psychological Abstracts for each year since its origin. Of approximately 121.000 titles listed in the past 23 years, only 186 were indexed as definitely bearing on the subject of creativity.“ (Guilford 1950: 445)

The general psychological conviction seems to be that all individuals possess to some degree all abilities ... Creative acts can therefore be expected, no matter how feeble or how infrequent, of almost all individuals. ... Whatever the nature of creative talent may be, those persons who are recognized as creative merely have more of what all of us have. (Guilford 1950: 446)

Dieser Perspektivwechsel bildet die Grundlage einer ganzen Reihe neuer wissenschaftlicher wie nicht-wissenschaftlicher Entwicklungen im Bereich der Kreativität. Luhmann pointiert die Entwicklung von der im 19. Jahrhundert vorherrschenden Genie-Perspektive auf die sich im 20. Jahrhundert entwickelnde Position, die Kreativität als kognitive Normalität betrachtet:

Kreativität scheint nichts anderes zu sein, als demokratisch deformierte Genialität. Die Dreiheit „neu – bedeutend – überraschend“ bleibt erhalten, aber die Ansprüche werden abgesenkt. Wer immer Talent hat und sich Mühe gibt, kann es zur Kreativität bringen. Man braucht langen Atem und natürlich Planstellen. Mit diesem Übergang ins Kleinformatige, gar nicht mehr so Seltene und Exklusive wird aber die Frage nach der Erkennbarkeit des Kreativen erst recht akut. (Luhmann 1987: 33)

Um den Gegenstand angemessen untersuchen zu können, war es notwendig, ihn in die Sphäre des Alltäglichen zu überführen. Über den Kunstgriff, kreative Fähigkeiten bei allen Menschen zu postulieren, die eben nur in unterschiedlich starken Ausprägungen vorhanden seien, war es leichter möglich, Kreativität mit etablierten wissenschaftlichen Verfahren zu erforschen (vgl. auch hier Guilford 1950: 446).

KALTER KRIEG UND SPUTNIK-SCHOCK Diese Entwicklung wurde ab den 50er Jahren des 20. Jahrhunderts überschattet und verstärkt vom globalen Systemkampf zwischen Kapitalismus und Sozialismus. Insbesondere der Sputnik-Schock hatte im Nachhinein betrachtet positive Konsequenzen für die Entwicklung der Kreativitätsforschung: Am 4. Oktober 1957 gelang es Raumfahrttechnikern in der Sowjetunion den ersten künstlichen Erdsatelliten Sputnik (russisch = der Weggefährte) mittels einer Rakete in eine Umlaufbahn um die Erde zu transportieren. Einen Monat später, am 3. November, folgte der Flug der Polarhündin Laika ins All. Am 12. April 1961 gelang es dann schließlich, mit Juri Gagarin den ersten Menschen ins All zu befördern.

Für die Menschen in den Vereinigten Staaten war das ein Schock. Man war immer von einer deutlichen technologischen Überlegenheit der USA ausgegangen. Dieser mit der Sowjetunion entbrannte Wettbewerb motivierte Politiker und Wissenschaftler in den USA darüber nachzudenken, wie man die eigenen Potenziale besser nutzen könnte. Eine Reihe von Projekten wur-

de initiiert, um Menschen mit kreativen Fähigkeiten zu finden und zu fördern. Auch das amerikanische Groß-Projekt „Apollo“ war eine Reaktion auf die sowjetische Herausforderung. Die Kreativitätsforschung wurde als methodische Metaebene bzw. als Schlüsseldisziplin für Innovation mitgefördert und als Sozialtechnologie entwickelt (vgl. z. B. Funke 2000: 285; Kronfeldner 2001: 1; Weisberg 1989: 85).

KREATIVE PERSÖNLICHKEIT UND SOZIALER KONTEXT Im Mittelpunkt der Forschungen zur Kreativität seit den 50er Jahren des 20. Jahrhunderts stand die *kreative Persönlichkeit* (vgl. z. B. Barron 1969; MacKinnon 1960, 1962, 1965) und die Suche nach psychometrischen Verfahren, um Kreativität bei Menschen zu messen (Torrance 1974). Durch den dargestellten Perspektivwechsel vom Genie zur Normal-Kreativität konzentrierte sich die Wissenschaft auf die Merkmale der kreativen Persönlichkeit. Kreativität wurde in erster Linie als Eigenschaft von Individuen betrachtet. Der sozialtechnologisch gezogene Schluss, man müsse lediglich kreative Persönlichkeiten ausmachen oder die Persönlichkeit der nicht ganz so kreativen mittels Trainings entwickeln, erwies sich allerdings in vielen Fällen als unzutreffend. Die in Kreativitätstest ermittelten kreativen Persönlichkeiten erbrachten nicht in allen sozialen Kontexten die erwarteten Leistungen. Gardner beurteilt die bisherigen Erkenntnisse der psychometrisch orientierten Kreativitätsforschung:

Trotz einiger interessanter Befunde war die Gültigkeit (Validität) von Kreativitätstests bisher nicht zu beweisen. Das heißt, hohe Punktzahlen im Testergebnis lassen keine Rückschlüsse darauf zu, ob die Versuchspersonen in Beruf und Tätigkeit tatsächlich Kreativität entwickeln. Entsprechend fehlen überzeugende Beweise dafür, daß Menschen, die innerhalb ihrer Disziplin oder Kultur als schöpferisch gelten, tatsächlich auch immer die von den Kreativitätstests geforderten Merkmale divergenten Denkens aufweisen. Kreativitätstests erfüllen also noch weniger als Intelligenztests die an sie gestellten Erwartungen. (Gardner 1996: 39 f.)

Auch die von Vertretern des pragmatischen Ansatzes vorgeschlagenen und durchgeführten Kreativitätstrainings in Regierungsbehörden und Unternehmen brachten nicht den erwarteten Erfolg. Erst die stärkere Hinwendung zum sozialen Kontext der kreativen Persönlichkeiten führte zu einem umfassenderen Bild von Kreativität.

Social and environmental factors seem to play a crucial role in creative performance. There is considerable informal evidence that social-psychological factors have a significant impact on the productivity and creativity of outstanding individuals. (Amabile 1996: 5 f.)

Kreativität ist aus dieser Perspektive heraus auch ein Effekt sozialer Strukturen; ein Gruppen- bzw. Interaktionseffekt. Es ist demnach davon auszugehen, dass soziale Strukturen und Kontexte existieren, die kreativitätsfördernder sind als andere (vgl. z. B. Amabile 1983a, 1983b, 1996; Csikszentmihalyi 1988a, 1999; Simonton 1994).

2.2 Definition Kreativität / kreative Handlung

Der historische Überblick hat gezeigt, dass die Kreativitätsforschung sich erst in den vergangenen 50 Jahren zu einem eigenständigen Forschungsbereich entwickeln konnte. In seinem Beitrag im „Handbook of creativity“ (Sternberg 1999) versucht sich Mayer (1999) an einem Resümee der Kreativitätsforschung seit dem Impuls von Guilford (1950). Er betrachtet dabei die Beiträge im Handbuch als repräsentativen Querschnitt durch die zeitgenössische Kreativitätsforschung. Ihn interessiert in erster Linie die Frage, welche Entwicklung die Forschung in den vergangenen 50 Jahren genommen hat, ob gemeinsame Perspektiven auf das Phänomen entwickelt und ob die methodischen Schwierigkeiten überwunden werden konnten.

Mayer untersucht zunächst alle Beiträge im Hinblick auf die von den Autoren vertretenen Kreativitätsdefinitionen und findet erhebliche Übereinstimmungen. Zwei Aspekte finden sich in allen Definitionen von Kreativität: „In summary, there appears to be consensus that the two defining characteristics of creativity are originality and usefulness ...“ (Mayer 1999: 450). Nichtsdestotrotz werden bei der weitergehenden Klärung und Präzisierung des Begriffs *Kreativität* erhebliche Unterschiede zwischen den Ansätzen offenbar. Fünf klärende Fragen helfen Mayer diese unterschiedlichen Vorstellungen zum Gegenstand herauszuarbeiten:

- Ist Kreativität eine Eigenschaft von Personen, Produkten oder Prozessen?
- Ist Kreativität ein personales oder ein soziales Phänomen?
- Ist kreatives Denken Teil der kognitiven Grundausstattung eines jeden Menschen oder sind kreative Leistungen „rare events“ (Mayer 1999: 451), die nur von Menschen mit einzigartigen kognitiven Fähigkeiten hervorgebracht werden können?
- Ist Kreativität an ein bestimmtes Betätigungsfeld gebunden (domänenspezifisch) oder nicht?

- Lässt sich Kreativität aus einer quantitativen oder einer qualitativen Perspektive betrachten?⁴

Die Antworten auf diese Fragen unterscheiden sich je nach wissenschaftlicher Position ganz erheblich. Diejenigen beispielsweise, die auf die erste Frage antworten, Kreativität sei eine Eigenschaft von Personen, konzentrieren sich auf individuelle Differenzen und Persönlichkeitsmerkmale von kreativen Personen. Stehen eher die Produkte im Mittelpunkt des Interesses, dann beschäftigen sich Wissenschaftler mit Fallstudien und Computersimulationen kreativer Produktion und sind damit dem kreativen Prozess nicht fern. In der Prozess-Perspektive werden meist die einzelnen Schritte kreativer Denkprozesse untersucht (vgl. Mayer 1999: 450). Mayer resümiert vor dem Hintergrund der aktuellen Kreativitätsforschung:

In summary, there is some consensus in the creativity research community concerning what to study: Creativity occurs when someone creates an original and useful product. However, there is a lack of consensus on such basic clarifying issues as whether creativity refers to a product, process, or person; whether creativity is personal or social; whether creativity is common or rare; whether creativity is domain-general or domain-specific; and whether creativity is quantitative or qualitative. (Mayer 1999: 451)

Meine Antwort auf die fünf oben gestellten Fragen lautet: Kreativität ist *erstens* eine Eigenschaft von Produkten, Prozessen *und* Personen. Sie ist *zweitens* ein soziales Phänomen, da ohne soziale Strukturen Kreativität nicht existieren würde. Kreativität ist nur im sozialen Verbund denkbar. Kreativität ist *drittens* kein seltenes Ereignis, sondern Teil der kognitiven Standardausstattung des Menschen. Selten hingegen sind Konstellationen der Faktoren Handlung, Prozess und Umweltbedingungen, aus denen außergewöhnliche kreative Leistungen hervorgehen. *Viertens* ist Kreativität vom Betätigungsfeld des jeweiligen Menschen abhängig. Menschen, die auf allen Gebieten außergewöhnlich kreativ sind, kommen fast nie vor. *Fünftens* vertritt ich eine quantitative Perspektive und gehe davon aus, dass in kreativen Prozessen die identischen kognitiven Instrumente eingesetzt werden, die bei Menschen lediglich unterschiedlich stark ausgeprägt sind.

⁴ Vertreter der quantitativen Perspektive würden behaupten, Kreativität bestehe aus einer Reihe ähnlicher Faktoren, die bei einzelnen Menschen in unterschiedlichen Stärken auftreten. Im Gegensatz dazu gehen Vertreter der qualitativen Perspektive davon aus, dass sich Kreativität in jeder kreativen Person bzw. in jedem kreativen Vorgang anders zeigt und immer einzigartig ist (vgl. Mayer 1999: 451).

Obwohl Kreativität als ein in erster Linie soziales Phänomen gedeutet wird, betrachte ich Handlungen als die konstitutiven Bausteine im kreativen Prozess. Diese Sichtweise unterscheidet sich von klassischen Zugängen der Kreativitätsforschung. In diesen Ansätzen wurde analytisch zwischen den „4P's of creativity“ (vgl. z. B. Mooney 1963; Rhodes 1961; Urban 1993) differenziert. Sie unterschieden zwischen kreativen Personen (*person*), kreativen Prozessen (*process*), kreativen Produkten (*products*) und den Umweltbedingungen (*press*). Lange Zeit standen vor allem die kreativen Personen bzw. Persönlichkeiten im Mittelpunkt der psychologischen Forschung.

In dieser Arbeit wird versucht, die 4 P's über die *Handlung* zusammenzuführen (4 P's + *performance* = 5 P's). *Performance* im Sinne von Aus- bzw. Durchführung meint hier, dass zwar mit den vier P's schon viele wichtige Aussagen über kreative Personen, Prozesse, Produkte und die Rahmenbedingungen gemacht werden können, dass Kreativität aber erst mit dem Handeln von Menschen entstehen kann.

Die zur Erklärung von Handlungen notwendige Handlungstheorie legt fest, welche Variablen in der Handlungssituation zu beachten sind und hinsichtlich welcher Variablen die Kreativitätstheorien rekonstruiert werden sollen. Die Zusammenführung der Kreativitätstheorien erfolgt somit über eine Handlungstheorie. *Explanandum* ist die kreative Handlung. In der in dieser Arbeit eingenommenen Perspektive ist die Handlungswahl eindeutig definiert: Gewählt wird die Option, die den größten Nutzen – die größte Wohlbefindenssteigerung – verspricht (vgl. Kap. 4).

Bevor aber die kreative Handlung definiert werden kann, muss zuallererst der in der vorliegenden Arbeit vertretene Kreativitätsbegriff geklärt werden. Dabei scheint sich in der (angelsächsischen) Kreativitätsforschung ein gewisser Konsens abzuzeichnen. Wie weiter oben bereits referiert, analysiert Mayer (1999) die in den Beiträgen eines Sammelbandes zur Kreativitätsforschung (Sternberg 1999) vertretenen Kreativitätsbegriffe und kommt zu dem Ergebnis, dass viele Wissenschaftler „endorse the idea that creativity involves the creation of an *original* and *useful* product“ (Mayer 1999: 449). Neben der Neuartigkeit oder Originalität kommt demnach auch der Bewertung durch die soziale Umwelt eine entscheidende Bedeutung zu. Nicht jede neuartige oder originelle Idee ist per se auch kreativ. Wird eine Idee als originell klassifiziert, kann sie in der sozialen Umwelt trotzdem nur als wirrer oder verrückter Einfall wahrgenommen werden. Attribute wie Neuartigkeit und Originalität sind zwar notwendige aber keine hinreichenden Bedingungen für Kreativität. Erst durch Kriterien wie „soziale Akzeptanz“, „sozial an-

erkannte Nützlichkeit“ oder „Praktikabilität“ wird eine originelle zu einer kreativen Idee.

Vor dem Hintergrund dieser Definition von Kreativität bezeichnet die kreative Handlung eine Handlung im Rahmen eines Prozesses bzw. einer Handlungssequenz, bei der Routinewege des Handelns verlassen werden. Es handelt sich demnach nicht um eine routinisierte bzw. stereotype Entscheidung. Die Wahl bisher ungenutzter bzw. neu entstandener Handlungsoptionen kann zu einer neuartigen Idee oder einem kreativen Produkt führen.

Die kreative Handlung wird weiterhin als Subtyp einer konstruktiven Handlung betrachtet. Verbunden mit diesem Handlungstyp ist ein sehr hoher kognitiver Aufwand, da die Handlungsoptionen und deren Konsequenzen nicht genau definiert sind bzw. erst generiert werden müssen. Zusätzliche kognitive Prozesse werden aktiviert, die der Suche nach und Strukturierung von Informationen dienen (vgl. Jungermann, Pfister & Fischer: 2005: 35 f.; vgl. natürlich auch den Ansatz der *creative cognition* in dieser Arbeit). Jungermann, Pfister & Fischer konstatieren, dass „... diese Suchprozesse manchmal auch zu ungewöhnlichen und nicht vorhersagbaren Entscheidungen führen können ...“ (2005: 36) und damit zu der Art von Entscheidungen, die in der vorliegenden Arbeit als kreativ bezeichnet werden – und in einem klaren Gegensatz zu den Typen routinisierte, stereotyper und reflektierter Entscheidung stehen (vgl. ebd.: 31 ff.).

Kreative Handlungen sind aber nicht nur konstruktive sondern auch rationale Handlungen. Sie werden vor dem Hintergrund sozialer Strukturen und individueller Abwägungsprozesse vollzogen. Bezogen auf die beiden Definitionskriterien von Kreativität, Neuartigkeit und Praktikabilität/Nützlichkeit, verweist vor allem der zweite Aspekt auf rationale Kalkulationsprozesse. Die individuelle Prüfung der Praktikabilität/Nützlichkeit setzt umfangreiches Kontextwissen über die sozialen Strukturen und das in der entsprechenden Gruppe oder Organisation geteilte Wissen voraus. Nur so kann der Akteur realistisch abschätzen, ob für die neue Idee auch die entsprechende Akzeptanz im relevanten sozialen Umfeld zu erwarten ist bzw. ob etwaige Überzeugungsarbeit Aussicht auf Erfolg haben kann.

Genie ist das Talent (Naturgabe),
welches der Kunst die Regel gibt.

*Immanuel Kant,
Kritik der Urteilskraft (§ 46)*

3 Das sozialwissenschaftliche Erklärungsmodell

Ziel der Arbeit ist die ursächliche Erklärung von kreativen Handlungen auf der Grundlage vorliegender Theorien der Kreativität. Dieses Vorgehen erfordert zunächst eine allgemeine wissenschaftstheoretische Verortung und die Klärung der Begriffe „Theorie“ und „Erklärung“, da sie in der weiteren Argumentation eine zentrale Stellung einnehmen.⁵ Im Anschluss daran wird das sozialwissenschaftliche Erklärungsmodell ausführlich referiert und der

⁵ Die in dieser Arbeit vertretene Sichtweise ist vor dem Hintergrund aktueller wissenschaftstheoretischer Debatten umstritten. Die Kritiker dieses linguistisch-positivistischen Theorienkonzepts sehen aufgrund des unlösbaren Induktionsproblems, des Problems der theoretischen Terme (vgl. Druwe 1985: 28) und der Theoriebeladenheit der Wahrnehmung (Popper 1994: 76; vgl. auch Carrier 1996) keine rationale Möglichkeit, Theorien an der Realität zu überprüfen. Auch Aussagen über die wissenschaftliche Qualität von Theorien und die Theorieentwicklung werden bezweifelt. Als Lösung für dieses Problem wurde das strukturalistische Theorienkonzept entwickelt (vgl. Sneed 1971), in dem auf der Grundlage der Mengentheorie, Theorien als formalisierte Strukturen betrachtet werden. Diese Konzeption ist intuitiv nur bedingt zugänglich. Einführend hierzu siehe Balzer (1997), Druwe (1995: 382 ff.), Moulines (1996), Stegmüller (1986a, 1986b). Ein Lösung der beschriebenen Probleme im Rahmen des linguistisch-positivistischen Theorienkonzepts entwickelt Imre Lakatos mit seiner Methodologie wissenschaftlicher Forschungsprogramme (Lakatos 1974b, 1974c). Sie wird später im Verlauf dieses Kapitels etwas ausführlicher dargestellt werden. Da im Mittelpunkt der vorliegenden Arbeit aber keine wissenschaftstheoretische Fragestellung steht, kann auf die Darstellung der Feinheiten dieser Diskussion mit Verweis auf weiterführende Literatur verzichtet werden.

Ausschnitt herausgearbeitet, der für das weitere Vorgehen von besonderer Bedeutung ist. Das Erklärungsmodell wird als Teil des ökonomischen Forschungsprogramms in den Sozialwissenschaften dargestellt. Es erfolgt eine erste Annäherung an den Zusammenhang zwischen sozialer Struktur und kreativer Handlung. Abschließend wird auf Möglichkeiten des Modells eingegangen, (Theorie-)Wissen aus anderen disziplinären Kontexten zu integrieren.

3.1 Wissenschaftstheoretische Grundlagen: Theorien und Erklärungen

Theorien und Erklärungen sind deshalb möglich, weil der Mensch die Realität als durch Ursachen-Wirkungs-Strukturen konstituiert wahrnimmt und Warum-Fragen stellt. Theorien und ihre Anwendung in Erklärungen sind Instrumente zur Beantwortung dieser Warum-Fragen. Hans Albert definiert Theorien vor diesem Verständnishintergrund als „mehr oder weniger komplexe Systeme allgemeiner Aussagen kognitiven Charakters, die dazu verwendet werden können, Erscheinungen unserer realen Welt zu erklären“ (Albert 1964: 19).

Im Rahmen einer solchen Auffassung von erfahrungswissenschaftlicher Theorie existiert kein Unterschied zwischen der Theoriebildung in den Natur- und Sozialwissenschaften (vgl. z. B. Balzer 1997: 1. Kap.; Druwe 1985: 85 f.; Dreier 1992: 23; Rudner 1966: 10). Aber es gilt, einige die sozialwissenschaftliche Forschung erschwerende Besonderheiten zu beachten:

Die Untersuchungsgegenstände der Sozialwissenschaften sind keine unbelebte Materie, sondern handelnde Subjekte, die sich interpretierend-strategisch der Umwelt nähern und diese gestalten bzw. diese zu gestalten versuchen. D. h. eine erklärende Sozialwissenschaft muss immer die subjektiven Erwartungen und Bewertungen der Akteure mit berücksichtigen (vgl. Esser 1993: 83).

Mit dem zuvor genannten in einem engen Zusammenhang stehend, muss ausgehend vom Thomasschen Theorem, „die Eigendynamik gesellschaftlicher Voraussagen“ (Merton 1980: 144) berücksichtigt werden. Dieses Theorem besagt: „Wenn die Menschen Situationen als real definieren, sind sie in ihren Konsequenzen real“ (Thomas zit. nach Merton 1980: 144). Die subjektive Wahrnehmung einer Situation führt zu „Definitionen einer Situation (Prophezeiungen oder Voraussagen), die im öffentlichen Bewußtsein wirksam sind, ein integraler Bestandteil der Situation selbst werden und dadurch spätere Entwicklungen beeinflussen“ (Merton 1980: 146).