

A 3

Schüleraktivierende Methoden

Kreativität als Treibstoff für die Schule der Zukunft – Gründe für die Notwendigkeit

Alexander Scheuerer, Schulentwicklungsexperte und -berater



© RAABE 2023

© ProstockStudio / iStock / Getty Images Plus

In diesem Beitrag wird die gesellschaftliche Funktion des Kreativitätsbegriffs kritisch beleuchtet und die Frage beantwortet, weshalb wir Kreativität für die Schule im 21. Jahrhundert dringend brauchen werden. Wie Kreativität in der Schule durch die Einrichtung kreativer Felder wirksam wird, steht anschließend im Zentrum. Zur Frage „was kann Kreativität zur Schulentwicklung beitragen?“ erläutert der Beitrag verschiedene Entwicklungskonzepte und bietet einige methodische und praktische Hinweise zur Förderung von Kreativität und deren Anwendung in Schule und Unterricht.

KOMPETENZPROFIL

Zielgruppe:	Lehrkräfte, Schulleitungen
Schlüsselbegriffe:	Gestaltungsräume, Kreative Felder, Kreativität, Synergie-Effekte
Einsatzfelder:	im schulischen Alltag, im Unterricht
Thematische Bereiche:	Unterrichtsentwicklung, Schulentwicklung
Praxismaterialien:	Tipps zur Schaffung eines „Kreativen Feldes“

1. Der schlechte Ruf der Kreativität – Gründe, berechtigte Kritik und Versuch einer Rettung

Kreativität ist ein schöpferischer Prozess mit dem wir unser Leben freier, offener, weniger auf Sicherheit bedacht, sinnlicher und erfahrungsbezogener gestalten. Dabei entdecken und lernen wir unentwegt Neues kennen, erleben den Augenblick, indem sich unser Dasein vollzieht stärker und intensiver. Kreativität ist ein Katalysator, der unser Leben tiefer, breiter, intensiver, erfüllter, magischer werden lässt, und uns so die Wunder der Natur und unseres Daseins zugänglich und erfahrbar macht. Kreativität ist der Treibstoff für ein erfülltes Leben und das gilt besonders auch im Bildungsbereich.

Der Soziologe Ulrich Bröckling spürt in seinem Brainstorming „Über Kreativität“ den religiösen Wurzeln des Begriffs nach. Kreativität als schöpferische Potenz ist für ihn ein metaphysischer Begriff. *Creatio ex nihilo* (= Erschaffung der Welt, von etwas aus dem Nichts) bleibt ein göttlicher Akt. Und so verliert die Kreativität auch als säkularisierter Begriff seine religiösen Wurzeln nicht. Nach einer bekannten Formel besteht Kreativität aus 99 % Transpiration und 1 % Inspiration. Diese Inspiration bleibt für Bröckling bei allen wissenschaftlichen Beschreibungen des kreativen Prozesses ein nicht erklärbarer Sprung oder theologisch gesprochen: ein Wunder, die pfingstliche Anrufungen und die Herabkunft des Heiligen Geistes in Form von Metaphern wie „Eingebung“, „Gottesblitz“, „das Licht, das einem aufgeht“, bis hin zum Brainstorming, für das eben gilt, dass der Geist weht, wo und wohin er will. Seine Schlussfolgerung: „Kreativitätsanrufungen haben stets etwas von Bittgebeten: *Veni creator spiritus*“ (Bröckling, 2017, S. 11).

Trotzdem hat es die Kreativität nicht leicht. Die Kreativitätswelle Ende des letzten Jahrhunderts in der Pädagogik ist ziemlich verstummt. Kreativität hat in der Pädagogik nur wenig Fürsprecherinnen und Fürsprecher. Das liegt möglicherweise auch an dem einmaligen Leiter der Bielefelder Laborschule, Hartmut von Hentig. Dieser hat Ende der 90-er Jahre ein Buch zur Kreativität mit dem wegweisenden Untertitel „Hohe Erwartungen an einen schwachen Begriff“ verfasst. Damit war die Argumentationslinie deutlich vorgegeben. Hentig hat das „Heilswort“ Kreativität und seine falschen Versprechungen elegant kritisiert. Der Kernpunkt seiner berechtigten Kritik: Kreativität brauche einen moralischen Maßstab (Hentig, 1998, S. 11). Doch letztendlich sieht er Kreativität als positive Bestimmung, als notwendiges Korrektiv zu einer Gesellschaft, die die Tendenz hat, alles zu planen und durchzuentzionalisieren. Mit den Folgen, dass Spontaneität, die Irregularität und damit Humanität unterdrückt wird und auf der Strecke bleibt. Auf den letzten Seiten werden Voraussetzungen für steigende Kreativität genannt (S. 73 f.) und mit einer kleinen Anekdote abgerundet. Was aber beim Lesen hängen bleibt, ist ein fahler Geschmack der letztendlich negativen Beschreibung von Kreativität.

Eine wirkliche fundierte Kritik des Kreativitätsbegriffs bedarf einer historischen und soziologischen Analyse. Dies wird im folgenden Beitrag getan. Dazu werden die Argumentationen zweier Soziologen wiedergegeben, die den Begriff und seinen (Miss-)brauch in einer kritischen und umfassenden Analyse beleuchten.

1.1 Ulrich Bröckling: „Kreativ? Das Wort ist vergiftet“

Bröckling kritisiert vor allem die sich seit der neoliberalen Politik von Margaret Thatcher in den 80-er Jahren ausbreitende Kreativwirtschaft (Medienbranche, Kunst-, Buch-, Film-, Architekturmarkt, Design- und IT-Wirtschaft). Die Kreativwirtschaft verbreite die Ideologie sie sei ein Vorbild für alle in der Gesellschaft und als sei das Leben der kreativen Klasse besonders hip und frei. Diese Vorstellungen werden gründlich demaskiert.

Fehlende Work-Life-Balance in der Kreativbranche

Bröckling beschreibt die harten Arbeitsbedingungen dieser Branche: Es sind meist junge Leute ohne Familie, die dynamisch und mobil sind und bereit, mit wenig auszukommen. Zwar ist man sein eigener Chef, was aber auch heißt, „sich rücksichtslos selbst auszubeuten [...], um irgendwie durchzukommen“ (vgl. Bröckling, 2010). Leben und Arbeit zu verbinden, heißt für solche Menschen nichts anderes, als keinen Feierabend zu haben.

Zweischneidig ist auch das Autonomieversprechen: Ist man seines Glückes Schmied, so ist man auch selbst daran schuld, wenn man scheitert. Wer sich nicht fit genug macht für den Wettbewerb, ist raus. Dies wird als „Grammatik der Härte“ beschrieben und lässt sich an vielen zahlreichen Texten der Ratgeberliteratur gut zeigen. Sie lauten unter anderem: *Erfolgreich scheitern ist die Kunst, den Gürtel enger zu schnallen*. Das Einzelne steht unter dem Imperativ vor allem kreativ, erfinderisch sowie flexibel, eigenverantwortlich und risikobewusst zu sein.

Das Herunterbrechen der Kreativität auf wirtschaftliche Innovation „vergifte“ für ihn die eigentliche Bedeutung des Wortes „Kreativität“. So postuliert Bröckling: „Um zu retten, was ‚Kreativität‘ einmal im emphatischen Sinne bedeutet hat, müsste man den Begriff für ein paar Jahre in der Giftschränke sperren.“ (ebd.).

Die Konkurrenzgesellschaft unterwirft den Einzelnen fortwährend der Maxime der Selbstoptimierung und Selbstaussbeutung. Der neue kategorische Imperativ der Gegenwart heißt für ihn „Handel unternehmerisch und sei kreativ und erfinderisch“. Kreativität spielt dabei eine verhängnisvolle Rolle als Quelle der Entgrenzung (zwischen Arbeit und Freizeit, Privatheit und ständige Verfügbarkeit) bis zur Selbstaufgabe instrumentalisiert zu werden. Die Folgen sind vermehrt auftretende Erkrankungen wie Burnouts, Depressionen oder das Fatigue-Syndrom (=Müdigkeit und völlige Erschöpfung, die auch nach Ruhepausen und Therapie nicht verschwindet).

Druck und fehlende Muße in der Kreativbranche

In Bröcklings wissenschaftlicher Studie „Das unternehmerische Selbst“ findet sich eine komprimierte Zusammenfassung zur Entstehung des Begriffs, seiner Bedeutung, Erkenntnisse aus der Kreativitätspsychologie, Funktion des kreativen Imperativs in der Ökonomie bis hin zu Struktur und Ablauf des kreativen Prozesses sowie ein Überblick über Kreativitätstechniken. Das Buch endet mit einem kritischen Fazit: „Das ‚Gebot entfessele Kreativität‘ unter den ökonomischen Bedingungen der Konkurrenz mit begrenzten und immer kürzeren Halbwertszeiten des Neuen führt auch zu einem Verschleiß der schöpferischen Potentiale.“ Im Fazit: „Kreativität braucht Muße, der Markt erzwingt Beschleunigung.“ In einer solchen Creative Economy ist der Akteur oder die Akteurin nicht nur in der heroischen Gestalt des aktiven, nonkonformistischen, neugierigen und phantasievollen Menschen zu finden, sondern vor allem auch in der eines Gehetztes und Rastlosen. „Im Versprechen der schöpferischen Alterität, das ihn antreibt, steckt zugleich eine Drohung: ‚Seien Sie besonders ... oder Sie werden als Versager abgeschrieben!‘, meist es in der Bauanleitung für Ich-AGs.“ (Bröckling, 2007, S. 179)

Andreas Reckwitz: Das Kreativitätsdispositiv

Wunsch und Zwang nach Kreativität

Der bekannte Kulturwissenschaftler und Soziologe Andreas Reckwitz spricht in seiner historisch-soziologischen Studie über „Die Erfindung der Kreativität“ davon, dass sich seit den 1970-er Jahren ein Kreativitätsdispositiv ausgebildet habe. Dieses Kreativitätsdispositiv dominiert unser Verhalten in der gesellschaftlichen und ökonomischen Sphäre und hat sich bis hinein in unsere Lebens- und Alltagspraxis als „selbstverständlich“ eingenistet. Dispositiv – dieser von Michel Foucault entlehnte Begriff – beschreibt ein Verhaltensmuster, das zu einer bestimmten Zeit in einer Gesellschaft vorherrschend ist. Das Dispositiv besteht aus einem komplexen und wirkungsvollen Geflecht von sozialen Praktiken und Vorlieben, Verhaltensweisen, diskursiven Elementen und Normvorstellungen von dem, was sag- und denkbar ist. Mit dem Kreativitätsdispositiv meint Reckwitz eine individuelle und gesellschaftliche Orientierung am Kreativen, die sowohl einen Wunsch wie auch Zwang für

den Einzelnen darstellt. Wie früher Religion und Politik, so die These des Autors, erfüllt heute das Ästhetisch-Kreative Sinn und Befriedigung für uns.

Das Kreativitätsdispositiv findet in der Verbindung von Ästhetik und Ökonomie statt. Die Waren werden ästhetisch aufgeladen, um leichter den Weg zu den Konsumierenden zu finden. Unter dem Regime des Neuen werden die Waren von uns stärker als ästhetische Objekte wahrgenommen, da für die meisten von uns das Neue zählt. Und so versorgt uns eine dynamische Warenproduktion kontinuierlich mit dem Neuesten. Das Kreativitätsdispositiv bedient sich dabei den romantischen Utopien des/der schöpferisch-kreativen Künstlers/Künstlerin und der Ideen und Praktiken von ehemaligen Gegenkulturen. Doch die schöpferischen Ideen werden in unserer Zeit ihres utopischen Überschusses beraubt und erfüllen lediglich noch die Funktion, Waren für uns attraktiv und begehrenswert zu machen. Dieses Kreativitätsdispositiv sickert in alle Bereiche unseres Lebens: Es betrifft „gesellschaftliche Sektoren und ihre Praktiken von der Erziehung bis zum Konsum, vom Sport bis zum Beruf und zur Sexualität. Sie alle werden Kreativitätsimperativen und -kriterien entsprechend umgeformt“ (Reckwitz, 2013, S. 24).

Nun wird das Kreativitätsdispositiv nicht rundweg abgelehnt, denn, so Reckwitz, „seine Befriedigung und zum Teil auch seine Befriedigung sind real“ (ebd., S. 30). Was der Autor deutlich kritisiert, ähnlich wie Bröckling, sind die Folgen des Kreativitätsdispositivs für den Einzelnen. Ein wichtiger Kritikpunkt ist das, was er als „Leistungszwang der Kreativität“ beschreibt. Gemeint ist damit die widersprüchliche Doppelung von Kreativitätswunsch und Kreativitätsimperativ. Man will kreativ sein und soll es auch sein (ebd., S. 23 und S. 29 f.). Dies kann für den Einzelnen zum Problem werden, denn Kreativität wird damit zu einem Teil der Leistung, die der Einzelne zu erbringen hat. Ein Leistungsdefizit im kreativen Bereich führt so zu einer Herabsetzung und führt zu einem „Ort des Versagens“, für den allein das Individuum die Verantwortung trägt. Dies führt zu einem Leistungszwang im Vergleichen und schürt den Wettbewerbsgeist, der psychisch äußerst belastend sein kann. „Es geht dann um ‚Selbstverwirklichung‘, um Originalität: Auf der ständigen Suche nach dem eigenen, besonderen Selbst will man sich selbst (neu) erschaffen (*self creation*). So wird das Scheitern des Projekts Selbstverwirklichung zu einem totalen Scheitern der ganzen Person.“ (Reckwitz, 2017). Die Folgen sind oft „das erschöpfte Individuum“ mit Burnout und Depressionen.

Ein weiterer Kritikpunkt betrifft die Klimakrise. Ein weiteres Merkmal der Kreativität, die allein die Funktion hat, uns mit ihrem ästhetischen Schein mehr Waren schmackhaft zu machen als wir benötigen, schädigt in hohem Maße unsere Umwelt, da die knappen Ressourcen ohne Rücksicht weiter verbraucht werden. So erschöpft sich nicht nur der Mensch unter dem Imperativ der Kreativität, sondern auch die Erde mit ihren endlichen Ressourcen.

Neben den Folgen für den Einzelnen beeinflusst das Kreativitätsdispositiv auch schulische Institutionen und die Erziehung von Kindern: Während die finanziell starken akademischen Mittelschichten ihre Kinder auf ambitionierten, kostenintensiven Schulen schicken können, die für die Schülerinnen und Schüler maßgeschneiderte Möglichkeiten der individuellen Förderungen und Potentialentwicklung bieten, geraten auf der anderen Seite die „Bildungsverlierer“ in die „Problemschulen“, in denen sich eine neue Unterklasse bildet. Solche Kinder haben von Anfang an eine geringe Chance auf Erfolg in einer Welt mit diesem Kreativitätsdispositiv.

Die Erziehungspraxis der oberen Mittelklasse ist geprägt von einem singularistischen Lebensstil (= Einzigartigkeit und Außergewöhnlichkeit) zusammen mit „weltzugewandter Selbstverwirklichung und Statusinvestition“. So herrscht eine doppelte Erwartungshaltung an Erziehungsinstitutionen: Sie sollen für die Kinder und Jugendlichen sowohl Selbstverwirklichung als auch Sicherung des schulischen und beruflichen Erfolgs garantieren. Für die ambitionierten Schulen heißt das, sie müssen zwei Ziele bedienen: die Potentialentwicklung des Einzelnen fördern und die Bedeutung der Schule als Verteilerstation von Lebens- und Karrierechancen sichern. Ambitionierte Schulen geraten

Das Kreativitätsdispositiv beeinflusst alle Lebensbereiche

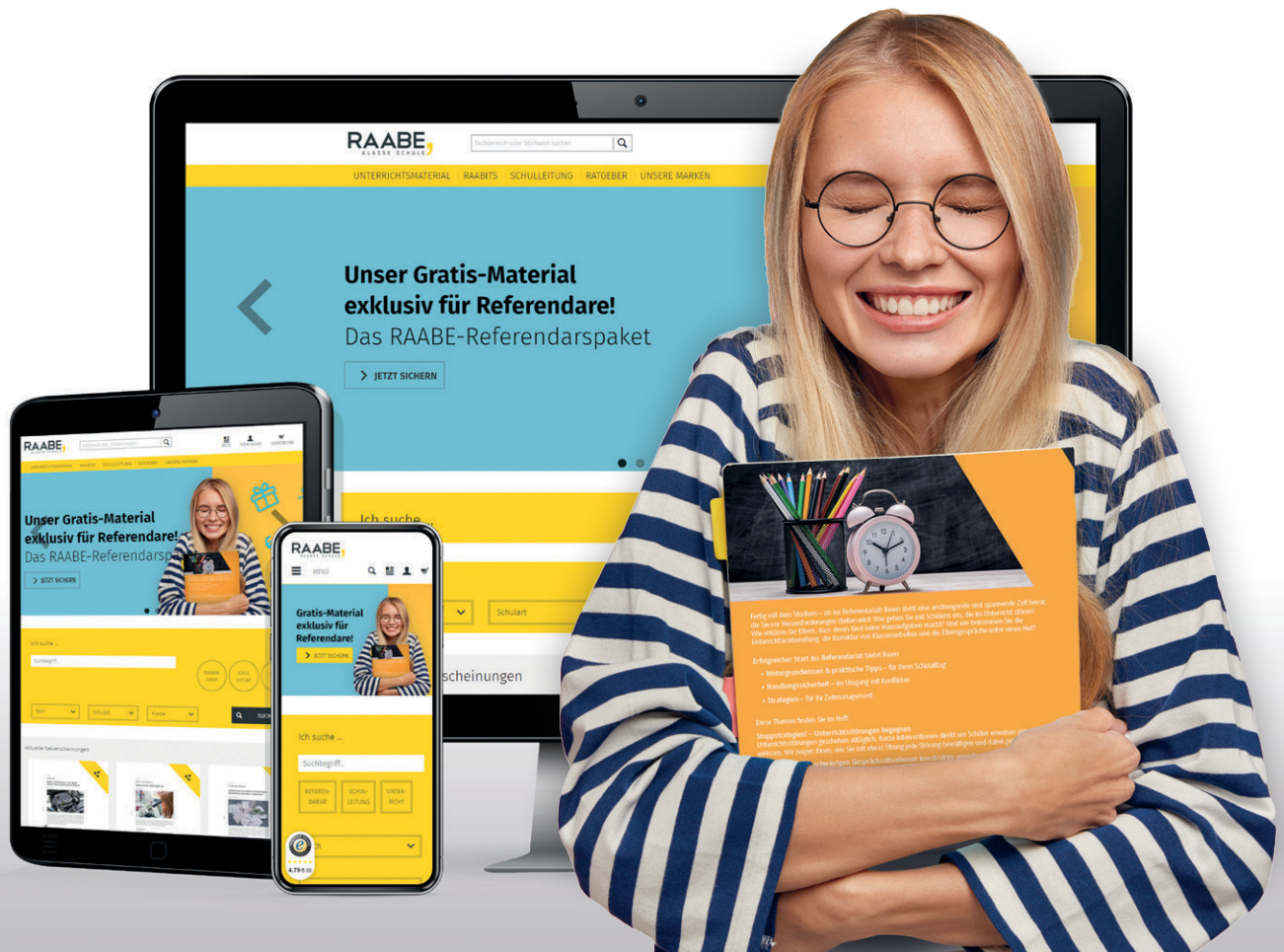
Ein Dispositiv, das zu Leistungszwang führt

Ein Dispositiv zur Konsumsteigerung schädigt die Umwelt

Schulen in der Zwickmühle

Sie wollen mehr für Ihr Fach?

Bekommen Sie: Ganz einfach zum Download im RAABE Webshop.



✓ **Über 5.000 Unterrichtseinheiten**
sofort zum Download verfügbar

✓ **Webinare und Videos**
für Ihre fachliche und
persönliche Weiterbildung

✓ **Attraktive Vergünstigungen**
für Referendar:innen
mit bis zu 15% Rabatt

✓ **Käuferschutz**
mit Trusted Shops



Jetzt entdecken:
www.raabe.de