

Byttebier, Igor (2002)  
*Creativiteit Hoe? Zo!*  
Uitgeverij Lannoo Tielt.



## Over creativiteit. Misvattingen

1. *Je bent creatief of je bent het niet.*  
Creativiteit is een vaardigheid. Vaardigheden zijn te leren door te doen. Het klopt dat de een van nature meer creatief is dan de ander, meer de vaardigheid van creatief denken in zich heeft iedereen
2. *Creativiteit is schilderen*  
Creativiteit ligt aan de basis van innovaties. Bedrijven/organisaties moeten innoveren willen ze niet stilstaan = doodgaan. Creativiteit en resultaatgerichtheid gaat samen! Creativiteit zit in alles; in alles waar denken is en dus hersenen actief zijn!
3. *Mijn omgeving staat geen creativiteit toe*  
Doe iets. Of je verandert de omgeving of ga weg als je belemmerd wordt! De behoefte aan creatievelingen is groot, wees niet bang, toon lef door voor jou zelf te kiezen
4. *Zonde van de tijd*  
Nieuwe ideeën vragen geen tijd, wel *aandacht en rijpingstijd* en afstand nemen. Goede ideeën overvallen je in een split second op de raarste plekken.
5. *We doen al aan creativiteit*  
Met een aantal basisregels kun je de opbrengst op zijn minst verdubbelen

## Creatief denken

101 mogelijkheid voor een definitie: deze werkbare: *Denken = verwerken van informatie.*  
*Een effectief denksysteem is in staat complexe informatie snel en juist te verwerken*

Met onze zintuigen nemen we waar, ons denksysteem verwerkt die informatie door te koppelen aan bestaand weten.

In de hersenen ontstaan patronen; denkpatronen; clusters van gegevens die voor ons succesvol zijn. In gelijksoortige situaties kunnen we deze patronen snel oproepen en dus snel handelen. Denkpatronen zijn gewoontes van denken. Door de denkpatronen is snel leren mogelijk.

*Patronen vergen geen denkwerk meer* waardoor er ruimte is om verder te onderzoeken en voort te bouwen. Zichtbaar gedrag, en verandering is dus veranderen van denken. Patronen slijten in. Het weten gaat dan bijna onbewust en je weet niet meer dat je dit ooit bedacht hebt.

*Het kan niet anders dan ons denksysteem de kracht haalt uit de stabiliteit van patronen en dus gewoonten. Het kan dus ook niet anders dat het denkvermogen last heeft van het doorbreken van die stabiliteit; dus het denkvermogen heeft last van patroon doorbrekend denken = creativiteit.*

## De hersenen

Denken gebeurt dus door het doorgeven van signalen tussen de hersencellen. Deze signalen kiezen een genuanceerde weg via de verbindingen: zij volgen sporen en maken (eigenlijk: bepaalde functies nemen andere delen van de hersenen over)

Sisan Greenfield Brainstory – de hersenen zijn ongelooflijk plooibaar en in staat aan te passen en te verbeteren puur door stimulatie!

*Eenmaal een verbinding gevolgd dan wordt die versterkt doordat een volgend signaal hetzelfde spoor volgt.*

## Creatief denken

Patroondoorbreking gebeurt door anders te gaan denken.

***Creatief denken is een geheel van denkkattitudes, denkvaardigheden, denktechnieken en denkprocessen die de kans op patroondoorbreking - het leggen van nieuwe verbindingen - vergroot.***

Iedereen kan creatief denken; je kunt het aanleren en ontwikkelen. Net als bij conditie dus ga je sporten, door veel te doen. Door te oefenen wordt je beter

## Creatieve basisvaardigheden

### 1. Creatief waarnemen

We gaan af op onze waarneming om de wereld te verkennen. Via de zintuigen beleven we / ervaren we de werkelijkheid. *Onze zintuigen vormen de werkelijkheid.* De realiteit verandert mee als onze waarneming verandert.

*Waarnemen met een open blik is lastig door de denkpatronen die ons denken domineren.*

Onze samenleving is gericht op beïnvloeding van waarnemen: opvoeding, reclame en politiek maken er zonder meer gebruik van. De patronen komen niet van buitenaf maar vanuit onze manier van waarnemen. 20% komt van buiten – 80 % vanuit de bestaande patronen: *Rodolfo Llinas zegt dan ook de buitenwereld is een projectie van de hersenen.* ‘De enige manier waarop we het enorme universum kunnen vatten en in ons kleine hoofd stoppen, is intern plaatjes maken van de buitenwereld en die dan toetsen aan de waarneming’. (Brainstory blz. 75)

Daarom duurt het lang voordat nieuwe inzichten doorbreken; oude denkpatronen – visies – moeten overwonnen worden.

*Creatief waarnemen is het herkennen van dominante patronen in de eigen waarneming en daarvan loskomen. Veel veranderingen starten hier.*

### 2. Uitstel van oordeel

Drie niveaus van oordelen

1. Wanneer er iets nieuws langskomt beoordeling of dit nieuws aansluit bij bestaande kennis: herkenning. Dit oordelen gebeurt meestal onbewust.
2. Oordeel over wel dan niet aandacht geven aan de nieuwe informatie

3. Oordeel 'ik ga er iets mee doen' – ideakillers - Nieuwe ideeën komen vaak niet langs de eerste twee barrières. *Omdat nieuwe ideeën per definitie niet in de bestaande denkpatronen passen. Onze hersenen moeten aan een nieuw idee wennen, het moet een plaats verwerven in het denksysteem*  
Een nieuw idee hoeft niet meteen gesnapt te worden. De kunst is open te staan en het idee in potentie te aanvaarden = uitstel van oordeel. *Daarmee wordt er ruimte gecreëerd. = attitude.*  
Uitstel van oordeel is geen afstel! Dus niets softs.

### 3. Flexibel associëren

De hersenstructuur met al haar verbindingen... er zijn dus heel veel mogelijkheden....dit doet mij denken aan... melk voorbeeld.... Koe is voor de hand liggende associatie = sterk; wolk is minder voor de hand liggend en daarmee heeft wolk een zwakker verbinding met melk wolk is wel creatiever, juist door het niet voor de hand liggende.

#### Dissociatie & Recociatie

Patroondoorbreking – dissociatie – je ontsnapt uit een voor de hand liggend patroon. De denkrichting vertrekt vanuit een bekend spoor. Je zal als creatief denker dus een gevoel moeten ontwikkelen voor patronen herkennen en bewust uitstapjes maken.

Dissociëren help om bestaande patronen te herkennen en nieuwe te vinden.

Terugkoppeling maken – recociatie – vanuit een ander domein koppel je terug naar een bekend spoor, de denkbeweging is naar het bekende spoor toe.

Resocieren helpt om verbanden te zien die anderen niet zie

### 4. Divergeren

We denken effectief en to the point. De eerste oplossingen van een probleem zullen dus voor de hand liggen... zo werkt onze hersenen; begaande paden. *Zodra we een redelijke oplossing hebben gevonden dan stoppen we met denken.* Om nieuwe oplossingen te bedenken moeten we dus verder denken dan de logica; door meer oplossingen te verzinnen dan we spontaan zouden doen. *We moeten dus de spontane neiging om te stoppen stop zetten! en doordenken = divergeren.* Voorbij het spontane ligt interessant materiaal: patroon doorbrekend nieuwe ideeën. Want nieuwe ideeën passen per definitie niet in bestaande denkpatronen.

Met divergeren maak je gebruik van

1. associëren
2. waarnemen
3. dissociëren
4. recocieren
5. verbeelden

Een creatieve denker moet een attitude ontwikkelen bij het horen van dit kan niet, dit is de enige mogelijkheid... en vertrouwen dat er altijd meer is dan wat zich op een gegeven moment aandient.

### 5. Verbeeldingskracht

In het onderwijs wordt verwoorden hoger aangeslagen dan verbeelden; dat is jammer. Met / door verbeelding kunnen voorstellingen in de geest gemaakt worden die op dat moment nog niet bestaan. Niet alleen visueel maar ook geuren en smaken etc... en ideeën en concepten... Verbeelden is ook heel tastbaar en dagelijks... schatten of de kast door de deur past....

### Geheugen

We hebben slechts een klein deel van de werkelijkheid leren kennen door woorden; een enorm deel van onze herinnering is gebaseerd op beelden. We bezitten een enorm groot beeldgeheugen! Door beeldtaal aan te scherpen kunnen we gebruik maken van de in ons zelf opgeslagen beelden

Beeldtaal is veel rijker dan woorden. Veel solistischer. Nieuwe ideeën kunnen veel gemakkelijker en effectiever verkend en verwerkt worden met beelden.

Beelden komen dichterbij de gevoelskant beelden komen dichterbij het intuïtieve denken.

Beelden hebben een grote communicatieve waarde.... Een voor **beeld**.

## Creatief proces

Modellen maken ingewikkelde processen inzichtelijk en helpen grip op de werkelijkheid te krijgen. Er zijn heel veel mogelijkheden een proces in een model te pakken. Het model zorgt voor een focus, maakt gericht denken mogelijk en geeft richting.

De grootste valkuil met betrekking tot een model is dat degene die het model gelooft dat het model de werkelijkheid vervangt!

### Model creatief proces

- Startfase
- Divergerende fase: logisch denken; associatief vermogen & verbeeldingskracht (er zijn altijd oplossingen)
- Convergerende fase: hoe kom je uit de veelheid van ideeën naar de beste oplossing?

### Startfase

Ontevredenheid stimuleert creativiteit; manieren om er onderuit te komen, oplossingen zoekend. Zonder ontevredenheid zien we geen andere manieren!!! Dan werken onze hersenen over gebaande paden en zien we geen nieuwe kansen!

Uitgangspunt creativiteit: Er zijn altijd antwoorden/mogelijkheden/oplossingen; altijd en overal.

Omdat wij lui zijn in ons denken: snelle antwoorden omdat we over gebaande hersenpaden gaan: is een creatieve vaardigheid het opzoeken van 'verborgen' kansen = attitude, levensinstelling = 21 eeuwse vaardigheid binnen de constant veranderende wereld.

Goed beginnen is het halve werk: neem de tijd om te verkennen, te weten wat de vraag is : onderzoek het onderwerp met behulp van de de verkenningsdriehoek: denken, voelen en willen.

### **Verkenningscirkel**

Stel vragen.

Voelen, denken & willen mbt jezelf; toegepast op een team; een afdeling; cultuur...

- Voelen

Voelen lijkt een vies woord binnen sommige situaties/organisaties. Er moet feeling zijn anders is het een harteloze onderneming. Als je met anderen werkt kan de gevoelskleuring richting geven aan jouw aanpak. Een positief gevoel geeft vleugels.

- Denken

Verwatering van de analyse vermindert het creatieve; vraag naar de opdracht, vraag hoe de omgeving er uit ziet waar de opdracht zich gaat afspelen, vraag naar de collega's, vraag naar....

- Willen

Er is een focus, er is een motivatie, er is een richting ....daar ergens ... ga niet mee in chaos en dromen!

### **Geen wonder**

Creativiteit is een modewoord....

Niet alle problemen worden opgelost door creativiteit.

Wanneer maakt creativiteit het verschil?

Creativiteit maakt niet het verschil als;

- we cruciale informatie missen
- motivatie missen
- als ideeën al bestaan maar we geen keuze kunnen maken
- idem mogen
- idem durven
- als de oplossingsweg al duidelijk is
- de weg duidelijk is maar die niet kunnen bewandelen

### **Analyse**

- de vraag helder?
- Genoeg informatie?
- Wie is de eigenaar?
- Raakt het probleem de betrokkenen?
- Is er een wil om aan te pakken? (bevoegd, bekwaam)
- Is er voldoende tijd?

### **Divergerende fase**

Het doel is loskomen van patronen, immers alles is mogelijk, alles kan anders...

Dit onderdeel is het gemakkelijkste deel van creativiteit:

na de divergerende fase is de convergerende noodzakelijk!!!

Divergeren gebeurt in twee rondes

1. alles wat je kunt bedenken

2. verkennen van braakliggend terrein; je denkt namelijk eerst in gebaande paden en nu dus ga je bewust stappen opzij maken.... Verschillende technieken van divergent denken; ze maken gebruik van twee belangrijke denkactiviteiten: verwijderen en resocieren!

### **Technieken**

In alle varianten de basis: startformulering – eerste ideeën – resocier.

- Vooronderstellingen 1: vooronderstellingen zijn denkpatronen die automatisch optreden; ze zijn ingebakken. (ze zijn nodig voor dagelijkse interactie)
  1. veronderstellingen in beeld brengen: kijk naar cruciale termen in de vraagstelling. Neem het belangrijkste woord uit het probleem. (bij voorbeeld wachtrij)
  2. Zoek naar veronderstellingen bij dit woord.
  3. Bedenk dat het niet waar is...
- vooronderstellingen 2:
  1. Bedenk oplossingen
  2. Zoek naar overeenkomsten = zijn veronderstellingen
  3. Bedenk dat het niet waar is...
- Directe analogie  
Het herkennen van analogie is een basiskwaliteit van het denken. Op basis van analogie bouwen we kennis uit. We nemen iets waar en koppelen dit aan bestaande kennis (patronen) Zou het helemaal nieuw zijn zouden we niet zien. Bij creatieve analogietechnieken maken we gebruik van deze eigenschap maar net anders: we proberen een element binnen het onderwerp te verbinden met een element buiten de context (analogon): we resocieren vandaaruit nieuwe ideeën.
- De superheld  
een fantastische analogie. Directe analogie vanuit de realiteit; superheld vanuit de fantasie.
- Persoonlijke analogie  
Kruip in de huid van (sterk inleven) ... een kapitein van een schip praat over het schip als een vrouw met eigen wil. ... Ik praat met mijn computer ... probeer te bedenken hoe een voorwerp zou reageren als het een levend wezen was...
- Toevalstreffers
- Vrije incubatie  
verken het onderwerp, bekijk het van verschillende kanten en leg het naast je neer.... Neem afstand. (mediteer, ga hardlopen, bezoek een nieuwe omgeving .... Doe iets wat je prettig vindt  
In de hersenen werkt ea door en in eens zal er een eureka-moment zijn... op een onmogelijke (?) plek
- Geleide fantasie

### **Convergerende fase**

Na divergerende fase begint het eigenlijke werk: selecteren, uitwerken, verfijnen, toetsen, verbeteren en uitvoeren.

Als je stopt na de divergerende fase dan veranderd er niets. Het nieuwe idee is alleen in het hoofd van de bedenker gepland. De kwaliteit van het convergentieproces bepaalt hoe succesvol en waardevol je bent.

## Drie fases

- **Kiezen**

- Eerst focussen:  
waar ging het ook al weer over? Is de startvraag nog relevant?
- Ratio <-> gevoel:  
beide kanten zijn van belang! Realiseer je dat hoe nieuwer het idee hoe meer gevoelsmatige zaken gaan meespelen.
- Grondstof  
Niet de haalbaarheid is het uitgangspunt, wel of het idee het doel kan verwezenlijken.  
Pas op voor de valkuil van de *creadox*: je kiest iets nieuws, je bedenkt nieuwe ideeën en je kiest voor het oude! => kater!
- Loslaten  
Kiezen betekent loslaten.... Dus eenmaal gekozen vervallen andere ideeën
- Focus op de verschillen  
Mensen zijn geneigd eerder te kijken naar gelijkenissen omdat men het nieuwe altijd wil inpassen in wat men al kent.... Het gevaar is dat het nieuwe als het oude lijkt.... Het oude faalde dus het nieuwe gaat dat ook doen.... Focus op de verschillen: een minimaal verschil kan een groot verschil betekenen.
- Intuïtie  
Na mate je meer ervaring krijgt groeit het vertrouwen in de intuïtie.  
Sommige mensen die hun intuïtie volgen kunnen het waarom moeilijk verwoorden.... Ze weten...
- Keuzetechnieken
  - De cocd-box
    - Blauwe ideeën: dit zijn gewone haalbare ideeën; niets mis mee maar ze kunnen ook in een gewone vergadering naar boven komen drijven: niet echt creatief
    - Rode ideeën: een creatieve sessie is bedoeld om rode ideeën te bedenken. Prikkelend, vernieuwend en met een intuïtie dat ze haalbaar zijn.
    - Gele ideeën: niet realiseerbaar al zijn het sublieme ideeën.
  - Hits per doelgroep  
Een idee is niets waard als het niet geadopteerd is door een persoon. Een idee zonder ouder heeft geen levenskansen.  
Nigel MacLennan: drie factoren van slagen
    - kwaliteit van het idee
    - kwaliteit van de persoon
    - kwaliteit van de betrokkenen
- Dr. Love: Laat de mensen iets uitvoeren wat ze leuk vinden!

- **Activeren**

Elke verandering begint bij de eerste stap