



Kreativtechniken

Dr. Matthias Nöllke

Kreativtechniken

Dr. Matthias Nöllke

■ Impressum

© 2012 DFJV Deutsches Journalistenkolleg GmbH, Berlin
Alle Rechte vorbehalten.

Der gesamte Inhalt des vorliegenden Studienbriefs (Texte, Bilder, Grafiken, Design usw.) und jede Auswahl davon unterliegt dem Urheberrecht und anderen Gesetzen zum Schutze geistigen Eigentums der DFJV Deutsches Journalistenkolleg GmbH oder anderer Eigentümer. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Eigentümers unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Zuwiderhandlungen werden zivil- und strafrechtlich verfolgt.






Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Text berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zur Benutzung solcher Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung. Sämtliche verwendete Marken sind Eigentum der jeweiligen Rechteinhaber.

Die DFJV Deutsches Journalistenkolleg GmbH und ihre Dozenten und Autoren haben höchste Sorgfalt bei der Erstellung des vorliegenden Studienbriefs angewandt. Dennoch übernehmen sie keinerlei Verantwortung oder Haftung für Richtigkeit oder Vollständigkeit sowie eventuelle Fehler oder Versäumnisse innerhalb des Studienbriefs. Die Inhalte und Materialien werden unter Ausschluss jeglicher Gewährleistung zur Verfügung gestellt. Insbesondere erfolgt die Anwendung von im Studienbriefs dargestellten Erkenntnissen auf Gefahr des Teilnehmers.

Printed in Germany.

www.journalistenkolleg.de

■ Legende

-  Beispiel
-  Merksatz
-  Definition
-  Übung
-  Selbstkontrollaufgabe

Inhalt

Einleitung	6
1 Was ist Kreativität?	7
1.1 Die kreative Persönlichkeit	8
1.2 Die Routine durchbrechen	10
1.3 Der kreative Sprung	12
1.4 Das divergente Denken	14
1.5 Kreativität und Kontrolle	15
2 Der kreative Prozess	17
2.1 Fragestellung festlegen	17
2.2 Überblick verschaffen	21
2.4 Idee bewerten und ausarbeiten	25
2.5 Idee durchsetzen	26
3 Kreativitätstechniken	28
3.1 Brainstorming	29
3.2 Mindmapping	32
3.3 Alphabetische Liste	36
3.4 Osborn-Checkliste	38
3.5 Reizwort-Analyse	41
3.6 Kopfstand und mentale Provokation	43
3.7 Imaginationstechniken	46
4 Kreativität im Journalismus	51
Lösungen der Selbstkontrollaufgaben	52
Literaturverzeichnis	53
Schlagwortverzeichnis	55
Über den Autor	55

■ Einleitung

Liebe Studierende, lieber Studierender,

Journalismus gilt als kreativer Beruf. Durchaus zu Recht, denn auch wenn dabei das Handwerkliche eine wichtige Rolle spielt, so reicht es allein nicht aus. Guter Journalismus ist immer auch kreativ; gute Journalisten kommen auf neue, ungewöhnliche Ideen, sie überraschen ihre Leser, sie trauen sich, aus den gewohnten Bahnen auszubrechen. Denn um kreativ zu sein, braucht man nicht nur gute Ideen, man braucht auch ein wenig Mut. Dann erst entstehen herausragende journalistische Produkte, die das Publikum fesseln. Und so sollten Journalisten wissen, wie Kreativität funktioniert, wie man sie fördern kann und was sich eher hinderlich auswirkt. Und schließlich sollten sie die eine oder andere bewährte Technik kennen, die ihnen helfen kann, kreativ zu sein.

Viel Freude und Erfolg beim Durcharbeiten des Studienbriefs und viele kreative Ideen wünscht Ihnen
Matthis Nöllke

■ Allgemeine Lernziele

Wenn Sie diesen Studienbrief durchgearbeitet haben, können Sie

- die wichtigsten Kreativitätstechniken sinnvoll einsetzen;
- beurteilen, wie Kreativität und Routine zusammenhängen;
- einschätzen, welche Faktoren sich günstig auf die eigene Kreativität auswirken;
- einen kreativen Prozess in Gang setzen und zu einem Ergebnis führen;
- Ihre eigene Kreativität fördern und weiter ausbauen.

Kapitel 1:

Was ist Kreativität?

Lernziele

Nachdem Sie dieses Kapitel durchgearbeitet haben, sind Sie in der Lage

- zu definieren, was Kreativität auszeichnet;
- anzugeben, welche Eigenschaften eine kreative Persönlichkeit hat;
- zu begründen, warum Laien und Anfänger nicht kreativ sind;
- zu erklären, wieso ein wilder, kreativer Sprung im Nachhinein oft ganz logisch erscheint;
- zu sagen, warum konzentriertes Nachdenken zu einer Denkblockade führen kann;
- zu begründen, wieso Ablenkung, Loslassen und Dösen kreative Ideen fördern.

Nach Expertenmeinung ist Kreativität ein mehrdeutiger, ja, verwirrender Begriff. Denn es werden ganz unterschiedliche, ja gegensätzliche Sachverhalte damit bezeichnet:

- Häufig wird unter Kreativität nichts anderes verstanden als Originalität. Wer aus der Reihe fällt und originelle Einfälle hat, der ist kreativ.
- Dann geht es bei der Kreativität oft auch um Tempo: Die „Kreativen“ in einer Werbeagentur zeichnen sich dadurch aus, dass sie schneller als andere auf eine Vielzahl neuer Ideen kommen. Sie besitzen Einfallsreichtum. Und das unter Zeitdruck.
- In einem anderen Zusammenhang steht eher das Schöpferische im Vordergrund. Das, was Künstler, Designer und Erfinder tun, gibt das Vorbild für die Kreativität ab. Im Unterschied zum eben genannten Punkt sind diese Vorbilder nicht immer die Schnellsten. Vor allem die Künstler scheinen dem Zeitdruck enthoben.
- Kreativität bezeichnet ein bestimmtes Vorgehen, ein spielerisches Ausprobieren und die Bereitschaft, bewährte Lösungen infrage zu stellen.
- Wie kreativ jemand ist, das zeigt sich im Ergebnis, im Produkt. Es muss neu sein und überraschend.

→ Schließ­lich er­scheint Kreativität aber auch als eine Art „Volksausgabe“ der Genialität. In vielen Publikationen zum Thema begegnen Ihnen Einstein, Mozart, Leonardo da Vinci und andere Titanen, denen Sie nacheifern sollen.

Bringen wir ein wenig Ordnung in dieses diffuse Bild. Immer geht es bei Kreativität um die Fähigkeit, Neues hervorzubringen. Doch wird dieses Neue ganz unterschiedlich bestimmt: Es kann das bloß Ungewohnte sein, das Überraschende, das Originelle oder etwas völlig Neuartiges wie eine Erfindung oder bahnbrechende Entdeckung. Außerdem wird Kreativität manchmal als eine bestimmte Methode betrachtet, als Denkstil, manchmal aber auch als Eigenschaft der Persönlichkeit. Und in anderen Fällen geht es nur um das Resultat: Wie neu, wie überraschend, wie kreativ ist es?



Merksatz:

Bei Kreativität geht es immer um die Fähigkeit, Neues hervorzubringen.

In diesem Kapitel gehen wir auf alle drei Aspekte ein. Im ersten Abschnitt kommen wir auf das Thema der Persönlichkeit zu sprechen, während die kreative Methode und das kreative Produkt in allen vier folgenden Abschnitten behandelt werden. Wichtig außerdem: Wir konzentrieren uns auf die „kleine“, alltägliche, die schnelle Kreativität. Auf die kommt es nämlich im Journalismus besonders an. Denn es sind die vielen kleinen Ideen, die den Journalismus kreativ machen, und eher nicht die eine große Entdeckung am Rande der Genialität.

1.1 Die kreative Persönlichkeit

Es ist durchaus eine umstrittene Frage, ob Kreativität ein Charakterzug ist. Oder ob es sich um eine Fähigkeit handelt, die man trainieren kann und die sich auf ein fest umrissenes Gebiet beschränkt. Sind kreative Menschen also durchgängig kreativ, weil das nun mal in ihrer Natur liegt? Oder muss man Kreativität entwickeln und bleibt sie auf einen bestimmten Bereich bezogen? Vermutlich liegt die Wahrheit in der Mitte. Gewiss gibt es Menschen, die von ihrer Anlage her begünstigt sind, kreativ zu sein. Sie verfügen über eine Reihe von Eigenschaften, die ihnen das erleichtern. Welche das sind, erfahren Sie gleich.

Und doch ist es eine häufige Erfahrung, dass wir nicht durchgängig kreativ sind, sondern nur auf einem ganz bestimmten Feld, in unserer kreativen Domäne. Dabei muss es sich übrigens keineswegs um unseren Beruf handeln. Außer-

Kapitel 2:

Der kreative Prozess

Lernziele

Nachdem Sie dieses Kapitel durchgearbeitet haben, sind Sie in der Lage,

- einen kreativen Prozess zu planen und zu strukturieren;
- ein sinnvolles, motivierendes Ziel zu formulieren;
- Ihre Informationsquellen zu erweitern;
- Ihren kreativen Sprung vorzubereiten;
- Ihre kreative Idee auszuarbeiten und durchzusetzen.

Kreativität besteht nicht allein aus kreativen Sprüngen, Ideenblitzen oder divergentem Denken. Vielmehr lassen sich fünf Stationen unterscheiden, von denen jede ihre eigenen Anforderungen hat. Nicht immer werden Sie alle Stationen durchlaufen müssen. Manchmal sind Sie bereits nach der ersten Station am Ziel. In anderen Fällen werden Sie sich besonders um den vierten oder den fünften Schritt kümmern.

Konkret handelt es sich um die folgenden Stationen:

1. Legen Sie Ihre Fragestellung fest.
2. Verschaffen Sie sich einen Überblick.
3. Machen Sie den „kreativen Sprung“.
4. Bewerten Sie Ihre Idee und arbeiten Sie sie aus.
5. Setzen Sie Ihre Idee durch.

2.1 Fragestellung festlegen

Wie bitte, festlegen? Die Fragestellung? Ist das nicht un kreativ und hemmt das divergente Denken, das ja gerade nicht auf ein Ziel losmarschieren soll?

Kapitel 3:

Kreativitätstechniken

Lernziele

Nachdem Sie dieses Kapitel durchgearbeitet haben, sind Sie in der Lage,

- die sieben wichtigsten Kreativitätstechniken zu nutzen;
- zu erklären, warum man Brainstorming auch als Einzeltechnik nutzen sollte;
- zu jedem beliebigen Thema eine Mindmap zu zeichnen;
- mithilfe der alphabetischen Liste verschüttetes Wissen hervorzukramen;
- mit der Osborn-Checkliste aus abgenutzten Ideen kreative Funken zu schlagen;
- mit der Reizwort-Analyse den Zufall für sich arbeiten zu lassen;
- sich mit der mentalen Provokation völlig neue Perspektiven zu erschließen;
- mit Imaginationstechniken neue Fähigkeiten bei sich zu entdecken und zu fördern.

Zwei Bemerkungen vorweg: Kreativ sein, das können Sie auch ganz ohne Technik. Die Techniken sind nur Hilfsmittel, die es Ihnen erleichtern sollen, kreativ zu sein. Daran schließt sich die zweite Bemerkung an: Die Techniken garantieren keineswegs, das am Ende etwas Kreatives dabei herauskommt, sie produzieren keine kreativen Ideen. Das müssen Sie schon selbst tun.

Sieben dieser Techniken stellen wir Ihnen vor. Und zwar solche, die zu den bekannteren gehören, gewissermaßen die Klassiker des Genres. Es gibt zwar wesentlich mehr, doch die meisten sind selbstgestrickte Varianten der bewährten Grundformen. Außerdem haben wir uns auf die Techniken beschränkt, die für Journalisten infrage kommen (für Produktentwickler oder Ingenieure gibt es eigene Methoden, die uns hier auf Abwege führen würden).



Über den Autor

Dr. Matthias Nöllke ist Autor, Referent und Journalist. Er arbeitet für den Bayerischen Rundfunk und hat zahlreiche Bücher zum Thema Kommunikation im Beruf veröffentlicht, darunter „Kreativitätstechniken“ und „Die Sprache der Macht“. Dr. Nöllke ist Absolvent der Deutschen Journalistenschule in München, hat Journalistik, Literaturwissenschaft und Politik in Marburg und München studiert und mit der Promotion in München abgeschlossen (weitere Informationen unter www.noellke.de).



Kreativtechniken

Dr. Matthias Nöllke