

## KREATIVITÄT! Kraftwerk für alle?

Die 17. Interdisziplinäre Tagung des JFF und der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien befasst sich u.a. mit der Frage, was Kreativität ist und wie sie gefördert werden kann | Will und soll jede\*r kreativ sein? Welche Chancen und Herausforderungen stecken im Kreativitätsideal? Und schließlich: Fördern oder beschränken digitale Medien die Kreativität?

**München, 26. November 2021** – Etwas Neues zu erschaffen ist das wesentliche Merkmal von Kreativität. Während Kreativität bis in die 1970er Jahre vor allem mit Künstler\*innen und „Genies“ verbunden wurde, ist sie zuletzt zu einem Ideal und einer stetigen Aufforderung zum Schaffen von Neuem, dem Kreieren von Lösungsstrategien und letztlich dem Gestalten des Individuums selbst geworden. Menschen wollen und sollen kreativ sein. Sich selbst zu verwirklichen und kreativ in Schule, Beruf oder Privatleben mit Herausforderungen umzugehen – oft verbunden mit dem Einsatz digitaler Medien –, ist zu einer gesellschaftlichen Erwartung geworden, die nicht losgelöst von Verwertungslogiken, Konsumkultur, Kreativitätsindustrie und dem Ideal der Selbstoptimierung betrachtet werden kann.

Die Bedeutung von Kreativität, ihre Verbindung mit Medien und die Fragen, die sich in diesem Zusammenhang stellen, standen im Fokus der 17. Interdisziplinären Tagung am 26. November, die pandemiebedingt als Online-Stream stattfand. Begrüßt wurden die Teilnehmenden durch Bayerns Familienministerin **Carolina Trautner**: „Kreativität ist die Grundlage für die Ideenfindung und eine der wichtigsten Voraussetzungen für Innovation. Kreativität ist ein wichtiger Baustein im Leben unserer Kinder und heute eng an Medienbildung gekoppelt. Wie können wir unseren Kindern und Jugendlichen einen guten Medienumgang ermöglichen? Wie kann uns dies bestmöglich gelingen? Diesen Fragen, die sich Eltern täglich stellen, gehen Expertinnen und Experten in der Fachtagung ‚Kreativität! Kraftwerk für alle?‘ auf den Grund. Die fachliche Expertise kann sich sehen lassen und ebnet Eltern, Kindern und Jugendlichen in ganz Bayern den Weg für mehr Kreativität und Leichtigkeit im Umgang mit digitalen Medien.“

Der Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) **Dr. Thorsten Schmiege** ergänzte in seinem Grußwort: „Albert Einstein hat Kreativität als ‚Intelligenz, die Spaß macht‘ bezeichnet. Dem kann man sich nur anschließen. Vor diesem Hintergrund und im Zeitalter einer digitalen bzw. digitalisierten Welt kommt der Medienpädagogik eine wichtige Funktion zu. Sie kann

ein Kreativitäts-Booster sein, wenn sie durch vielfältige Methoden Inhalte schafft und verbreitet – gleichzeitig dafür sorgt, dass Heranwachsende autonom und selbstbewusst damit umgehen können.“

Die Runde der thematischen Impulse wurde anschließend von **Prof. Dr. Hans Ulrich Reck**, bis 2020 Rektor der Kunsthochschule für Medien in Köln, eröffnete. Er betonte, dass zwar nicht jede individuelle schöpferische Tätigkeit von allen Menschen gleichermaßen als kreative Leistung wahrgenommen würde, Kreativität jedoch für jedes Individuum im Entdecken von Neuem liege, das über das bisher Bekannte hinausreiche. Ähnlich verhalte es sich im digitalen Zeitalter: Auch Digitales beruhe auf Routinen, die es durch kreative Ansätze zu durchbrechen gelte.

Über das Kreativitätsdispositiv und seine Folgen für die außerschulische Bildungsarbeit sprach **Prof'in. Dr. Tanja Gabriele Baudson**, Professorin für Differentielle Psychologie und psychologische Begabungsforschung an der Hochschule Fresenius Heidelberg. In ihrem Vortrag skizzierte sie, warum Kreativität ein Merkmal von Menschen sei, die fortwährend wachsen wollen. In diesem Sinne komme es dabei zu Selbstverwirklichung und Selbstvergewisserung. Beides trage dazu bei, dass nicht nur individuelle Bedürfnisse befriedigt würden, sondern auch gesellschaftliche Fragestellungen bearbeitet werden könnten. Hinzu trete eine Ästhetisierung von Neuem, die als Gegenbewegung zu einer reinen Zweckrationalität verstanden werden kann. Mit Blick auf junge Menschen ermutigte Baudson zu mehr Subversivität in der kreativen Kommentierung der Welt.

Zur Bedeutung der Kreativität für die Medienpädagogik sprachen **Gerda Sieben** (jfc Medienzentrum, Köln) und **Dr. Niels Brügger** (JFF – Institut für Medienpädagogik, München). In ihren Ausführungen gingen sie u.a. der Frage nach, ob in der praxisbezogenen Medienpädagogik eher der Prozess des kreativen Handelns oder der kreative (Eigen-)Wert des schöpferischen Produkts relevant sei. Problematisch sahen beide, dass es Tendenzen gäbe, dass kreatives Handeln junger Menschen durch Medienunternehmen ausgebeutet werde. Dem Fach Medienpädagogik komme vor diesem Hintergrund auch die Funktion zu, über wirtschaftliche Verwertungssysteme und Datenschutzbestimmungen aufzuklären, um Kreativität jenseits von Zweckgebundenheit und Monetarisierung betrachten zu können.

Die Referenten\*innen diskutierten anschließend mit den Teilnehmenden der Tagung, die Fragen und Anregungen in einen Chat einspeisen konnten. Hans Ulrich Reck bemerkte dabei, dass es keiner anderen Fähigkeiten außer der Imagination bedürfe, um kreative Prozesse und Ergebnisse zu erreichen. Tanja Baudson ergänzte, dass kreative Menschen individuelle und gesellschaftliche Probleme finden würden, die dann von rein kognitiv orientierten Menschen bearbeitet würden. In diese Richtung argumentierten auch Gerda Sieben und Niels Brügger. Sie betonten, dass es eine

Wechselwirkung zwischen Prozess und Produkt gäbe. Die Gefahr bestünde, dass durch vorgefertigte Werkzeuge (z.B. Bildfilter auf sozialen Plattformen) Kreativität beschnitten werden könne.

Schließlich gingen die Teilnehmenden der Frage nach, inwieweit Kreativität der sozialen Anerkennung bedürfe. Einigkeit bestand darin, dass sich Kreativität ändere, wenn sie „Beifall“ erzielen wolle. Anerkennung für kreative Leistungen seien zwar kulturell verschieden codiert und müssten nicht zwingend durch Bezahlung erfolgen – die Produkte von kreativem Handeln sollten aber in jedem Fall im jeweiligen Kontext der Entstehung betrachtet werden. Der Medienpädagogik komme dabei auch die Rolle zu, kreative Prozesse und Ergebnisse junger Menschen sichtbar zu machen. Ohne eine Öffentlichkeit seien kreative Prozesse kaum vorstellbar. Insofern müsse Medienpädagogik sich auch damit beschäftigen, wie Kinder und Jugendliche mit Kommentierungen ihrer kreativen Werke umgehen können. Dann könne Kreativität sowohl individuelle Bedürfnisse als auch diejenigen einer Solidargemeinschaft befördern.

Die Tagung wurde zudem durch kreative Videoeinspieler des jungen Filmkollektivs Drehmetrie sowie einer Live-Dekonstruktion am Ende der Tagung abgerundet.

*Seit 2005 initiieren das JFF – Institut für Medienpädagogik und die BLM gemeinsam den interdisziplinären Diskurs über das Heranwachsen in mediatisierten Lebenswelten. Die Tagung wurde gefördert vom Bayerischen Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales (StMAS).*

**Das JFF im Netz:** [www.jff.de](http://www.jff.de)

**Die IDT im Netz:** [www.idt-tagung.de](http://www.idt-tagung.de)

*Über das JFF: Seit 1949 befasst sich das JFF mit Medien und medialen Phänomenen, mit Trends und Entwicklungen, mit Chancen und möglichen Schwierigkeiten aus Sicht von Kindern und Jugendlichen. Die Ergebnisse der interdisziplinären Arbeit aus Forschung und Praxis werden für verschiedene Arbeitsfelder aufbereitet und sind Basis für innovative Projekte und Modelle in der Erziehungs-, Bildungs- und Kulturarbeit. Ziel all dieser Aktivitäten ist eine breite, umfassende und nachhaltige Förderung von Medienkompetenz.*

#### **Kontakt**

JFF Pressestelle | Anja Berg | Tel.: +49 (0)89.689 89-0 | [presse@jff.de](mailto:presse@jff.de)