

Einleitung

Ronald Kurt/Udo Göttlich

„Geschichte wird gemacht – es geht voran“. Mit dieser ironisch gemeinten Textzeile stellte die Band *Fehlfarben* Anfang der 1980er Jahre die Fortschrittsgläubigkeit moderner Gesellschaften in Frage. Kurz darauf ist die Moderne in Gestalt der Risikogesellschaft sogar reflexiv geworden (Beck 1986). An ihrem Glauben, die Welt und gegebenenfalls auch sich selbst verändern und verbessern zu können, hat sich seitdem aber nicht viel geändert. Die modernen westlichen Gesellschaften stehen nach wie vor fest auf dem Boden der Überzeugung, dass sie an und mit ihren Herausforderungen wachsen werden.

Dieses starke Selbstvertrauen wurzelt zusammen mit dem Innovationsgedanken im Glauben an die eigene Kreativität. Dabei werden dem Begriff der Kreativität in unserer Gesellschaft derart viele Bedeutungen zugeschrieben, dass sein Resonanzraum schwer einzugrenzen ist. Die Relevanz der Kreativität manifestiert sich nicht nur in dieser Vieldeutigkeit. Die kulturelle Idee der Kreativität hat sich mittlerweile als Leitkategorie der Moderne in den Tiefenschichten unserer sozialen Institutionen und individuellen Interessen sedimentiert. Gegenwärtig gilt sie insbesondere auch in der Wirtschaft, in den sogenannten „Creative Industries“, als zentrale Handlungsnorm: Sei innovativ! Bring Neues hervor! Überhaupt scheinen der Marktwert und das Selbstwertgefühl des modernen Individuums stark mit der Fremd- und Selbstzuschreibung „kreativ“ zu korrelieren. Wer beschreibt sich schon gerne als Gewohnheitstier? In vielen sozialen Kreisen hat sich das Kreativ-sein heute in Form einer gewohnheitsfeindlichen Gewohnheit als Habitus formiert und viele soziale Räume sind von der „Logik des totalen kreativen Imperativs“ durchdrungen (Raunig; Wuggenig 2007: 9).

Angesichts dieser geradezu epidemischen Ausweitung der Kreativitätsnorm verwundert es nicht, das auch in ganz gewöhnlichen Alltagssituationen hohe Erwartungen an die eigene Kreativität gestellt werden; zum Beispiel dann, wenn kritische Situationen mit Kreativität und Improvisationsvermögen gemeistert werden sollen. Dabei steht das Kreativ-sein werthierarchisch weit über dem Improvisieren. Dem Improvisieren, also dem situativen Reagieren auf Nichtvorhergesehenes bzw. dem spontanen Hervorbringen von Nichtvorhergesehenem haftet im direkten Vergleich der Makel an, bloß ein Notbehelf zu sein. In den Hochkulturbetrieb hat es die Kunst der Improvisation deshalb nie so recht geschafft. Auch hier thront und glänzt die Kreativitätsidee. Über das Verständnis

des Verhältnisses dieser beiden Konzepte zueinander wäre mit Blick auf das Erschaffen von Neuem historisch-rekonstruktiv zu differenzieren.

Von den antiken Demiurgen und dem biblischen Schöpfungsmythos über die Universalgenies der Renaissance und den Geniekult der Romantik bis hin zu den Helden der Pop- und Medienkultur ist es immer wieder das Erschaffen des Neuen, so noch nicht Dagewesenen, dem scheinbar etwas Magisches innewohnt. Im Wort Kreativität schwingt ein vages Versprechen auf Außeralltäglichkeit mit, das Improvisation so nicht zu vermitteln vermag. „In der öffentlichen Diskussion mutet Kreativität an wie ein theologisches, ja metaphysisches Konzept des Wunders“ (Jansen; Schröter; Stehr 2009: 7), während Improvisation zumeist die Attribute alltäglich und profan zugeschrieben werden. Dennoch, beide Dimensionen zeigen, wie in der Moderne die Kraft des Schaffens und Erzeugens in einem langen Säkularisierungsprozess von Gott auf den Menschen übergegangen ist. Im 19. Jahrhundert, etwa in der Projektionsthese von Ludwig Feuerbach (1804-1872), war es dann möglich, die ursprünglichen Schöpfungsverhältnisse umzukehren: Nicht Gott schuf den Menschen, sondern der Mensch schuf Gott. Als *Vize-Gott* (Cusanus), *second maker* (Shaftesbury) oder *homo creator* (Mühlmann) ist ihm damit aber auch die Verantwortung für die Folgen seines kreativen Handelns auferlegt. Seit Vico gehören im Grunde auch Geschichte und Gesellschaft zu den von Menschen in sozialen Interaktionen geschaffenen Werken.

Die Legenden, die sich um den kreativen Einfall und die Entdeckung des Neuen ranken, handeln in der Regel aber nicht von sozialen Handlungen, Wechselwirkungen und Institutionen, sondern von Super-Individuen, die aus sich selbst heraus schöpferisch tätig wurden. Ob Archimedes (allein beim Baden), Newton (alleine unter einem Apfelbaum sitzend) oder Kekulé (im Halbschlaf den Benzolring träumend): Kreativitätsmythen betonen zumeist das Alleinsein des schöpferischen Individuums. „Ohne Einsamkeit kann nichts entstehen“ (Picasso 1988: 28). Wie für die Kunst, so gilt auch bis auf weiteres für die Wissenschaft, dass Kreativität ein miraculöses psychisches Phänomen ist – und kein soziales. Der entscheidende Einfall für das Schaffen von Neuem, so meint auch Max Weber, lässt sich nicht erzwingen; nicht durch Leidenschaft und nicht durch noch so harte Arbeit. „Beide – vor allem: beide zusammen – locken ihn. Aber er kommt, wenn es ihm, nicht, wenn es uns beliebt. Es ist in der Tat richtig, daß die besten Dinge einem so, wie Ihering es schildert: bei der Zigarre auf dem Kanapee, oder wie Helmholtz mit naturwissenschaftlicher Genauigkeit für sich angibt: beim Spaziergang auf langsam steigender Straße, oder ähnlich, jedenfalls aber dann, wenn man sie nicht erwartet, einfallen, und nicht während des Grübelns und Suchens am Schreibtisch. Sie wären einem nur freilich nicht eingefallen,

wenn man jenes Grübeln am Schreibtisch und wenn man das leidenschaftliche Fragen nicht hinter sich gehabt hätte“ (Weber 2010: 13f.).

Die Relevanz der Kreativität für unsere Gesellschaft hat bislang nur punktuell dazu beigetragen, sie zum Gegenstand soziologischer Analysen zu machen. Und das, obwohl in der Soziologie das Thema Kreativität von Beginn an mit im Horizont handlungstheoretischer Überlegungen steht. Aus Sicht der Soziologie stellen sich hier viele Forschungsfragen: Kann Kreativität tatsächlich Individuen zugerechnet werden? Oder ist es angemessener, sozialen Situationen Kreativität zuzuschreiben? Könnten Kreativität und Improvisation nicht Grundbegriffe einer Theorie des Handelns sein? Unter welchen Bedingungen wird ein Handeln als kreativ (an)erkannt, unter welchen als Improvisation? Und nach welchen Kriterien wird zwischen kreativen Handlungen und improvisiertem Handeln unterschieden? Wie kann durch kreatives oder improvisatorisches Handeln sozialer Wandel entstehen? Welche Art von Kreativität bzw. Improvisation ist typisch für welche Art von Gesellschaft? Müsste eine Gesellschaft, in der ausschließlich kreativ gehandelt wird, nicht augenblicklich in sich zusammenbrechen?

Es ist so bemerkenswert wie merkwürdig, dass sich die Soziologie mit diesen Fragen bislang nicht systematisch beschäftigt hat. Theoriegeschichtlich lassen sich u. a. zwar vom Pragmatismus und Symbolischen Interaktionismus inspirierte Praxis- und Kommunikationstheorien ausmachen, die – wie beispielsweise der handlungs- und erfahrungsorientierte Theorieansatz von Hans Joas (1992), unterschiedliche Positionen in den Cultural Studies, Mertons Konzept der Serendipity oder poststrukturalistische Theorien performativer Praxis – verstärkt die „Kreativität des Handelns“ als Ausdruck und Bewältigung der Folgen kulturellen und gesellschaftlichen Wandels in den Mittelpunkt stellen. Aber der Umgang mit dem Unvorhersehbaren und die Entstehung von Neuem sind Aspekte menschlichen Handelns, die in soziologischen Theorien, wenn überhaupt, bislang nur bei wenigen Autoren Berücksichtigung fanden (vgl. Schröer; Bidlo 2011). Hier ist insbesondere Heinrich Popitz zu nennen. In *Wege der Kreativität* schreibt er, dass der Mensch kreativ ist, „weil er das Wesen ist, das über seinen Schatten springen kann.“ (Popitz 2000: 138) Damit gilt der Mensch zugleich auch als das einzige Lebewesen, das mit erkundender, gestalterischer und sinnstiftender Phantasie „die Welt, in der er lebt, verändern (kann)“ (ebd. 3). Aber die Gegebenheit dieser anthropologischen Fähigkeit erklärt wiederum nicht, warum gerade in den modernen westlichen Gesellschaften der Kreativität eine so hohe Bedeutung beigemessen wird – womit wir nach diesem einleitenden Überblick in unterschiedliche Verwendungs- und Verstehenskontexte von Kreativität wieder bei der Ausgangsbeobachtung angekommen sind: dass die Moderne im Kern kreativitätsversessen ist.

Der vorliegende Band behandelt neben diesem gesellschaftsdiagnostischen Aspekt auch Methodenfragen und aktuelle Probleme soziologischer Theoriebildung. In diesem Sinne geht es auch um den soziologischen Anspruch, beim Erklären und Verstehen sozialer Wirklichkeit nicht beim Modell rationalen Handelns stehen zu bleiben, sondern sich theoretisch und methodisch für die Auseinandersetzung mit den handlungstheoretischen Problemen der Phänomene Improvisation und Kreativität zu öffnen. Es geht sowohl um die Auseinandersetzung mit Theorieansätzen, die bei der Grundfrage nach der „Kreativität des Handelns“ ansetzen und dabei das spielerische Entwickeln von Neuem und das pragmatische Bewältigen von Unsicherheiten in den Blick nehmen, als auch um die Frage nach den typischen Themenfeldern, auf die sich soziologische Theorien des Kreativen und Improvisatorischen beziehen können, wozu sich zwei Beiträge gezielt auf die Improvisation im Kontext von Musik konzentrieren. Das Spektrum der in diesem Band versammelten Beiträge, die auf die Tagung „Improvisation, Spontaneität und Kreativität als Herausforderung der Kultursoziologie“ am 27. und 28. Mai 2010 am KWI in Essen zurückgehen, reicht damit von handlungstheoretischen Überlegungen bis hin zu Analysen einzelner kultureller Felder. Mit diesem Sammelband wird versucht, den handlungstheoretischen und kultursoziologischen Rahmen für den Umgang mit Kreativität und Improvisation neu zu vermessen.

Den ersten Teil des Sammelbandes bilden fünf Beiträge, die aus unterschiedlicher Perspektive die handlungstheoretischen und damit auch die begrifflichen und konzeptuellen Dimensionen des Kreativitätsbegriffs im Licht unterschiedlicher theoretischer Traditionen und Schulen vom Pragmatismus über die Phänomenologie und das Habituskonzept Bourdieus bis hin zu aktuellen praxistheoretischen Überlegungen verfolgen und das bisherige Spektrum der Verwendung des Kreativitätsbegriffs in der Soziologie nachzeichnen.

Hilmar Schäfer spannt in seinem Theorievergleich den historisch weitesten Bogen, indem er den Wurzeln der Verwendung des Kreativitätsbegriffs im Pragmatismus nachspürt und mit aktuellen praxistheoretischen Fragestellungen und Verwendungsweisen vergleicht. Den Ausgangspunkt seiner Bestimmung bildet der Gegensatz von Kreativität und Gewohnheit, an den sich unterschiedliche handlungstheoretische Begründungsversuche anschließen. *Jan Passoth* geht in seiner Auseinandersetzung mit dieser Dichotomie einen anderen Weg und stellt aus der Perspektive der Wissenschafts- und Technikforschung heraus, dass der kontingente Vollzug von Praxis immer beides zugleich, also Rigidität und Kontingenz enthält, so dass eine handlungstheoretische Abtrennung verhindert, das Spezifische von Kreativität zu behandeln. Passoth möchte daher diesem Verhältnis in historisch und kulturell variablen Arrangements von Praxis mit empirischen Untersuchungen selbst erst auf die Spur kommen. Danach sei es

„produktiv, Kreativität, Spontaneität und Improvisation nicht zu einem handlungstheoretischen Problem zu machen, sondern als Effekt bestimmter Arrangements sozialer Praxis zu verstehen.“ Bei *Jo Reichertz* wird das Kreativitätsproblem an einem in der handlungstheoretischen Diskussion bislang weniger prominenten Begriff verfolgt, der Abduktion. Im Anschluss an Peirce, demzufolge „Abduktion‘ das einzige, wirklich Kenntnis erweiternde Schlussverfahren ist, das sich von den geläufigen logischen Schlüssen – nämlich der Deduktion und der Induktion – kategorial unterscheidet“, verfolgt Reichertz Grundformen kreativen Denkens, deren Verwendung in der Forschung und für die Forschung dabei im Vordergrund der Betrachtung steht, wenn es um die Frage geht, wie Neues im Forschungsprozess zustande kommt. Eine phänomenologische Betrachtungsweise der Kreativität bzw. Kreativitätsidee verfolgt *Berthold Oelze* in seinem Beitrag, in dem er philosophische und soziologische Grundbestimmungen aus phänomenologischer Perspektive differenziert und mit Blick auf den aktuellen „Kreativitätskult“ kritisch aufeinander bezieht. *Gernot Saalman*n verfolgt eine kritische Betrachtung des Bourdieu’schen Beitrags zur Kreativitätsfrage und rückt dazu das Habituskonzept in den Mittelpunkt seiner Auseinandersetzung.

Drei weitere Aufsätze thematisieren anhand der Beispiele Creative Industries, Medienrezeption und Öffentlichkeitsforschung unterschiedliche Verwendungsweisen des Kreativitätsbegriffs in sozialen Feldern. Den Praktiken kreativen Arbeitens in den „Creative Industries“ widmet sich aus einer praxissoziologischen Perspektive *Hannes Krämer* mit einem Auszug aus einem größeren Forschungsprojekt. Er diskutiert exemplarische Feldbeobachtungen in der Kreativ- und Kulturwirtschaft im Hinblick auf verschiedene kreative Aktivitäten und Praktiken und gibt einen Einblick in einen auf Kreativität als ökonomischer Ressource fußendem Wirtschaftsbereich. Im Vordergrund stehen Praktiken des Hervorbringens von Kreativität. Fragen und Probleme handlungstheoretischer Provenienz verfolgt dann wieder der Beitrag von *Udo Göttlich*, der im Anschluss an Joas’ Theorie der Kreativität des Handels den Implikationen für die Medien- und Rezeptionsforschung nachgeht. Dabei erweitert er die handlungstheoretische Fragestellung in Rekurs auf Arbeiten von Paul Willis um die Dimension der symbolischen Kreativität als ein Bindeglied zwischen Wahrnehmen im Sinne von Rezipieren und Bedeutungsproduktion sowie Handeln als situierte Kreativität in spezifischen Situationen der Rezeption des Neuen. Einer anderen medien- und kommunikationssoziologischen Fragestellung widmet sich *Kurt Imhof* in seinem Beitrag zum Öffentlichkeitswandel. Es geht um die Kreativität des Forschungsprozesses in der Herstellung bestimmter Bezüge des Öffentlichkeitswandels und deren Folgen für die weitere Erforschung des Öffentlichkeitswandels. Ausgangspunkt bilden eigene Untersuchungen in der Forschungslinie „Kommunikationsereignisanalytik“. Imhof interessiert dabei die „Bedeutung des Kreis-

prozesses von Irritation und Unsicherheit als Quellen von Improvisation, Spontaneität und Kreativität, die selbst wiederum Irritation und Unsicherheit generieren“.

Es folgen drei Aufsätze zum Thema Improvisation. In seinem Beitrag *Improvisation als Grundbegriff, Gegenstand und Methode der Soziologie* skizziert Ronald Kurt die Konturen einer Soziologie der Improvisation. Wie die Soziologie sowohl theoretisch als auch methodisch von einem „improvisational turn“ profitieren könnte, wird in sechs Kapiteln dargelegt: Was heißt Improvisieren? Ist Improvisieren eine Möglichkeitsbedingung menschlichen Handelns? In wie weit sind Theorien und Praxen des Improvisierens als kulturell geprägt zu verstehen? Welche Potentiale hält die Improvisation für sozialwissenschaftliches Forschen bereit? Wie lassen sich Improvisationskonzepte forschungspraktisch anwenden? Unter welchen Bedingungen kann improvisatorisches Handeln gelingen?

Wann und weshalb ist Improvisation kreativ? Silvana Figueroa wendet sich dieser Frage in handlungs- und interaktionstheoretischer Perspektive zu. Ausgehend von der Behauptung, dass jedes Handeln und Interagieren (mehr oder weniger) kreativ-improvisatorisch ist, arbeitet sie im Bezug auf den Free Jazz anhand der Parameter „Formbarkeit des musikalischen Material“, „Intensität der Interaktion“, „Offenheit des Handelnden“ und „Emergenz der Musik“ zentrale Bedingungen für das Gelingen improvisatorisch-kreativen Handelns heraus. Der Prozess des interaktiven Improvisierens wird in diesem Zusammenhang als achtsames In-Echtzeit-Handeln bestimmt, in dem Akteure unter den Vorzeichen von Kontingenz zusammenspielen.

Auch Kurt Lüscher setzt in seiner Reflexion über das Phänomen Improvisation bei der Musik an. *Freies Musikalisches Improvisieren: Spiel mit Ambivalenzen* lautet der Titel des Texts, in dem auf der Basis eines facettenreichen Ambivalenzbegriffes den Fragen nachgegangen wird, wie frei das freie musikalische Improvisieren tatsächlich ist und inwiefern es dem „homo ambivalens“ als Mittel zum Ausdruck von Identität dienstbar sein kann.

Der Band schließt mit zwei Aufsätzen von Hermann Pfitze und Kurt Hieber, die dem Kreativitätsbegriff im Bereich der Kunst nachgehen, wobei sowohl kreative Praktiken von Künstlern am Beispiel des Projekts „2-3 Straßen“ als auch der Vergleich von Kreativität in den Naturwissenschaften und der Kunst im Mittelpunkt stehen.

Am Ende dieser Einleitung möchten wir uns bei den Autoren, der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG), dem Kulturwissenschaftlichen Institut (KWI) und dem VS-Verlag für ihr produktives Mitwirken bei der Realisierung dieses Buchprojekts bedanken. Für die Lektorats- und Formatierungsarbeiten danken wir Wiebke Pohler und Daniel Back.

Literatur

- Beck, Ulrich (1986): Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Jansen, Stephan; Schröter, Eckhard; Stehr, Nico (Hrsg.) (2009): Rationalität der Kreativität? Wiesbaden: VS.
- Joas, Hans (1992): Die Kreativität des Handelns. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Picasso, Pablo (1988): Über Kunst: Pablo Picasso. Zürich: Diogenes.
- Popitz, Heinrich (2000): Wege der Kreativität. Tübingen: Mohr.
- Raunig, Gerald; Wuggenig, Ulf; (Hrsg.) (2007): Kritik der Kreativität. Wien: Turia u. Kant.
- Schröer, Norbert; Bidlo, Oliver (Hrsg.) (2011): Die Entdeckung des Neuen. Qualitative Sozialforschung als hermeneutische Wissenssoziologie. Wiesbaden: VS.
- Weber, Max (2010): Wissenschaft als Beruf. Stuttgart: Reclam.



<http://www.springer.com/978-3-531-18245-2>

Kreativität und Improvisation

Soziologische Positionen

Göttlich, U.; Kurt, R. (Hrsg.)

2012, IV, 295 S. 15 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-531-18245-2