

CREATIVITEIT EN COCREATIE IN SOCIAAL WERK

Paul Beekers, Ruud Kroes en Jan van Rosmalen

Tweede editie

Boom



Met onderstaande unieke activeringscode krijg je via **www.boomstudent.nl** toegang tot de online leeromgeving. Deze code is persoonsgebonden en gekoppeld aan de 2e editie. Na activering van de code is de online leeromgeving twee jaar toegankelijk. De code kan tot zes maanden na het verschijnen van een volgende editie geactiveerd worden. De code is eenmalig te gebruiken. Deze activeringscode is alleen bruikbaar voor een studentlicentie en geeft geen toegang tot de docentomgeving van het platform. Ben je docent? Dan heb je jouw activeringscode per e-mail ontvangen. Deze code activeer je op **boomdocent.nl**.

Omslagontwerp: Haagsblauw, Den Haag

Beeld omslag: Pilot Pyrx

© 2025 P. Beekers, R. Kroes, J. van Rosmalen | Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bijvoorbeeld een (digitale) leeromgeving of een reader in het onderwijs (op grond van artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting Uitgeversorganisatie voor Onderwijslicenties, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-uvo.nl.

No part of this book may be reproduced in any form, by print, photoprint, microfilm or any other means without written permission from the publisher.

ISBN: 9789046908136

NUR: 133

www.boomstudent.nl

www.boom.nl/hogeronderwijs

Inhoud

Ten geleide	8
0 Inleiding: Tijd voor creativiteit	11
0.1 Introductie	12
0.2 Leeswijzer	15
0.3 Literatuur	18
Deel I Creativiteit	19
1 Creativiteit: een oriëntatie	21
1.1 Creativiteit en sociaal werk, waarom?	21
1.2 Creativiteit, een algemene omschrijving	22
1.3 Creativiteit: wanneer wel en wanneer niet?	23
1.4 Creativiteit in vier aspecten: PPPC	24
1.5 Perspectieven van creativiteit: grote-C, mini-c en pro-c	29
1.6 Samenvatting	32
1.7 Literatuur	32
2 Het creatieve proces	35
2.1 De weg van probleem (uitdaging) naar oplossing (overwinning)	35
2.2 De hartslag van creativiteit: divergeren en convergeren	39
2.3 De dubbele diamant: van vonk naar vorm	41
2.4 De dubbele diamant: beschrijvend, niet vóórschrijvend	48
2.5 Hanteren van creatieve processen	50
2.6 Vooruitblik	52
2.7 Samenvatting	53
2.8 Literatuur	54
3 De vraagfase	57
3.1 Wat staat centraal in de vraagfase?	57
3.2 Wat is van belang bij het doorlopen van de vraagfase?	58
3.3 Technieken voor de vraagfase	60
3.4 Mythen en inzichten in de vraagfase	64

3.5	Samenvatting	74
3.6	Literatuur	75
4	De verkenningfase	79
4.1	Wat staat centraal in de verkenningfase?	79
4.2	Wat is van belang bij het doorlopen van de verkenningfase?	80
4.3	Technieken voor de verkenningfase	81
4.4	Mythen en inzichten in de verkenningfase	90
4.5	Samenvatting	100
4.6	Literatuur	101
5	De ideefase	103
5.1	Wat staat centraal in de ideefase?	103
5.2	Wat is van belang bij het doorlopen van de ideefase?	104
5.3	Technieken voor de ideefase	105
5.4	Mythen en inzichten in de ideefase	113
5.5	Samenvatting	126
5.6	Literatuur	127
6	De realisatiefase	129
6.1	Wat staat centraal in de realisatiefase?	129
6.2	Wat is van belang bij het doorlopen van de realisatiefase?	130
6.3	Technieken voor de realisatiefase	131
6.4	Mythen en inzichten in de realisatiefase	136
6.5	Samenvatting	147
6.6	Literatuur	147
6.7	Terugblik op de modules 2 tot en met 6	148
7	Gewoontevorming	153
7.1	Over gewoonten: vriend of vijand	153
7.2	Drie niveaus van gewoonte- of patroonvorming	157
7.3	Het gevaar van gewoonten	159
7.4	Creativiteitbelemmerende gewoonten	162
7.5	Het ontwikkelen van nieuwe gewoonten	165
7.6	Samenvatting	168
7.7	Literatuur	169
8	Experimenteren als leerweg	171
8.1	Het aanleren van nieuwe gewoonten	171
8.2	Experimenteren als creatief proces	177
8.3	Experimenteren als motor voor betekenisvernieuwing en persoonlijke groei	181

8.4	Omgeving en gewoonten	185
8.5	Samenvatting	188
8.6	Literatuur	189
9	Een creatieve mindset	191
9.1	Creativiteit als groei-mindset	191
9.2	De creatieve mindset	195
9.3	Creativiteit als uitdaging	198
9.4	Ontwikkelen van een creatieve mindset	200
9.5	Experimenterend bouwen aan creatief vertrouwen	203
9.6	Samenvatting	210
9.7	Samenvatting deel I Creativiteit	212
9.8	Literatuur	213
	Deel II Cocreatie	215
10	Waarom cocreatie nu actueel is	217
10.1	Cocreatie cliënt en hulpverlener	217
10.2	De opkomst van cocreatie: een historische schets	218
10.3	De veranderende samenleving vraagt om interactie	220
10.4	De improvisatiemaatschappij	221
10.5	Nieuw paradigma in ontwikkeling: een overzicht	223
10.6	Samenvatting	225
10.7	Literatuur	226
11	De meervoudige waarde van cocreatie	229
11.1	Cocreatie: een exemplarische inleiding	230
11.2	Wat is cocreatie?	232
11.3	Schot voor de boeg: effecten van cocreatie in de casus	233
11.4	Cocreatie, motivatie en de zelfdeterminatietheorie	236
11.5	Intrinsiek gemotiveerde cocreatie: de vrijplaats	241
11.6	Samenvatting	242
11.7	Literatuur	243
12	De dialoog als motor van cocreatie	245
12.1	Dialoog: de belangrijkste bouwsteen	245
12.2	Van oppervlakkig gesprek naar groepsflow: vier gespreksvelden	246
12.3	De dialoog en het hulpverleningsproces	251
12.4	Dialoog met meerdere partijen	254
12.5	Samenvatting	262
12.6	Literatuur	262

13	Dialoog, diversiteit en inclusief samenwerken	265
13.1	Mag ik meedoen en kan ik meedoen?	265
13.2	Diversiteit en inclusie in cocreatie	266
13.3	Holding space	271
13.4	Kunstzinnige media als gelijkmaker (inclusieve expressie)	274
13.5	Diversiteit en de waarde van anders	278
13.6	De interne dialoog	280
13.7	Samenvatting	283
13.8	Literatuur	284
14	Cocreatie, ontwerpen en de dubbele diamant	287
14.1	Designthinking, ontwerpen en de dubbele diamant	287
14.2	De dubbele diamant van designthinking: een voorbeeld	288
14.3	Basisprincipes van designthinking	292
14.4	De creatieve mindset van een ontwerper	308
14.5	Alternatieve manieren om het dubbele-diamantmodel te hanteren	308
14.6	Samenvatting	312
14.7	Literatuur	313
15	Cocreatief incrementeel ontwerpen	317
15.1	Samen in doe-stapjes ontwerpen	317
15.2	Eerst doen, dan denken?	318
15.3	Cocreatief incrementeel ontwerpen: een voorbeeld uit het sociaal werk	325
15.4	Incrementeel, bottom-up, cocreatief ontwerpen: hbo'ers aan het werk	326
15.5	Netwerken: over het laten ontstaan van zinvolle netwerken	330
15.6	Samenvatting	339
15.7	Literatuur	340
16	Cocreatief narratief werken	343
16.1	Een korte introductie	343
16.2	Narratief werken: wat en waarom	344
16.3	Betrokkenheid door verhalen	346
16.4	Narratieven verhullen en onthullen	349
16.5	Narratief werken en de dubbele diamant	355
16.6	Een integrerende casus met opdracht	364
16.7	Samenvatting	365
16.8	Literatuur	366

Over de auteurs	368
Index	370

Ten geleide

Deze uitgave daagt sociale professionals uit om in alle facetten van hun werk af en toe bewust gebaande paden te verlaten en te vertrouwen op hun voorstellingsvermogen en scheppingskracht om sociale praktijken anders te zien en in te kleuren. Vanuit de creatieve verbeelding ontstaan nieuwe vragen, perspectieven, oplossingen en handelwijzen. De interessante publicatie geeft taal en richting aan individuele en collectieve creatieve processen en biedt waardevolle inspiratie voor professionals om op actieve wijze hun eigen denk- en handelingskaders te verruimen.

Bas van Lanen, auteur en hoofddocent Research & Implementation Master Social Work (HAN)

Toen ik jaren geleden het initiatief mocht nemen om een minor rondom creativiteitsontwikkeling vorm te geven had ik er geen idee van welke vlucht ons begrip over creativiteit zou nemen. Bevlogen docenten maken dat een groep studenten net zo bevlogen wordt om dingen anders te doen. Het was 'life changing' voor velen. Een andere mindset, creatief vertrouwen en veiligheid die ontstaat door veel te delen met elkaar. Leren dat creativiteit geen talent is, maar iets dat je samen kunt oefenen en dat je daardoor de wereld een stuk leuker, mooier en beter kunt maken. Deze inspirerende geest is voortdurend voelbaar in dit boek.

Pieter van Leeuwen, coördinator Creativiteit en muziekdocent in sociaal werk

Creëren gaat over iets in de wereld zetten. Het is niet moeilijk hemelbestormende ideeën te bedenken die iedereen wel zou willen. Dat mondt vaak uit in wensdenken: iets willen dat niet kan maar er desondanks toch mee doorgaan. De uitdaging is om iets te bedenken dat haalbaar en uitvoerbaar is én waar iedereen ja tegen zegt. Dat vergt creativiteit.

Guido Stompff, auteur en lector 'Ontwerpend denken en doen', Hogeschool Inholland

Creativiteit en het ontwikkelen van een responsieve en inclusieve houding, dragen bij aan het ontsluiten van kennis en het horen van de stem van mensen zelf. Juist, en in het bijzonder ook van groepen die doorgaans kwetsbaarder zijn en worden uitgesloten. Het boek 'Creativiteit en cocreatie in sociaal werk' draagt bij aan een zoektocht naar gelijkwaardig samenwerken maar ook naar de creatieve gewoonten, talenten en weerstand in jezelf. Een aanrader!

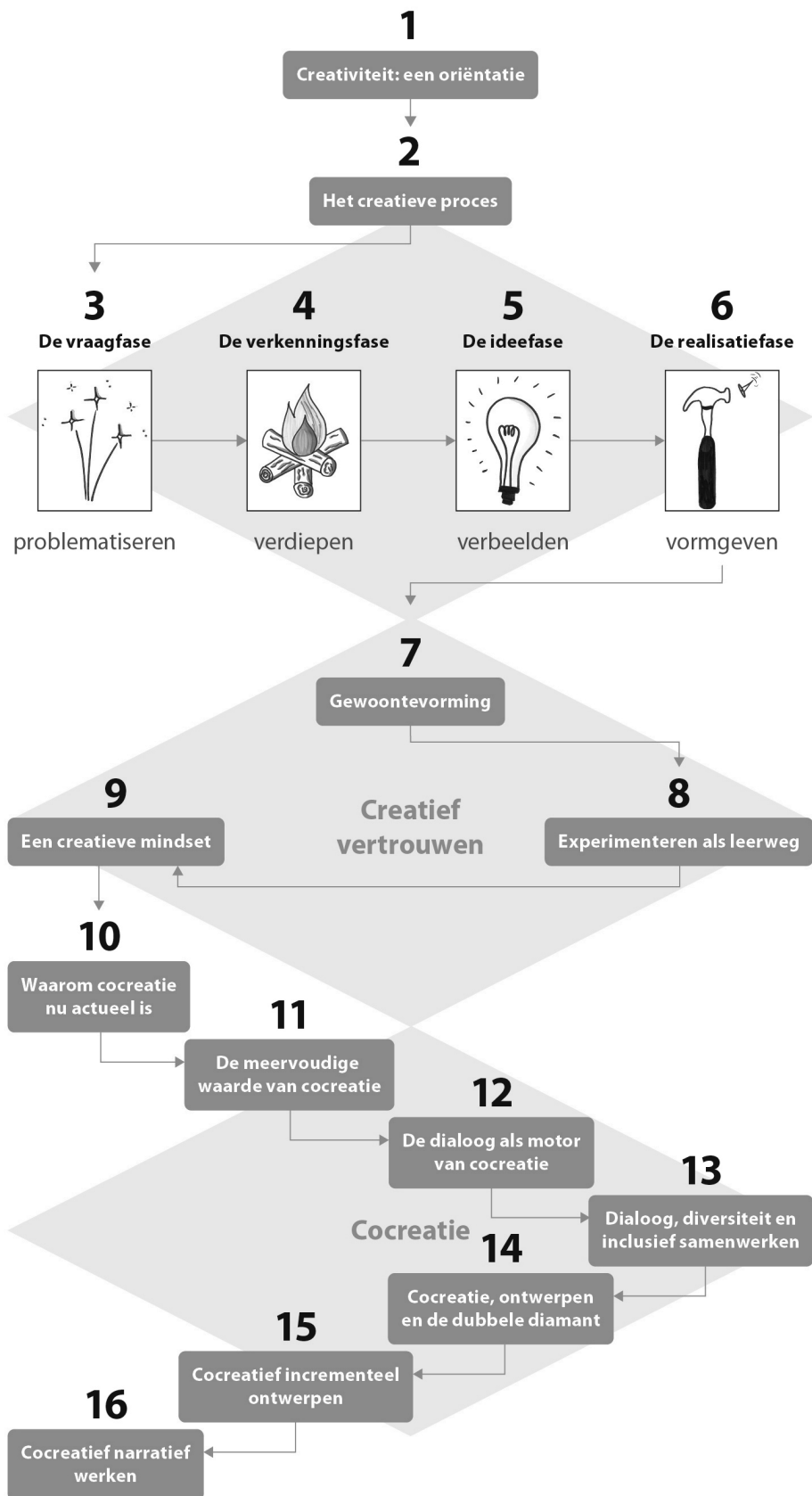
Dr. Maaike Hermesen, HAN-Lector 'Ethiek van Verbinding met mensen met een verstandelijke beperking'

Alles wordt twee keer gemaakt. Eerst in verbeelding, dan in de werkelijkheid. Soms al handelend, speels experimenterend in en met die alledaagse werkelijkheid. Dit doen we allemaal. We maken beelden van morgen, volgend jaar en daarna. Maar laten we ons hierbij leiden door uitgesleten patronen en gewoontes? Laat je je verlammen door de chaos en alle veranderingen die er in het sociale werkveld spelen? Of kun je de kunstenaar in jezelf aanspreken, je verbeelding aanzetten, schoonheid herkennen en speelruimte vinden, zodat je onzekerheidsvaardig kunt zijn? Als je jouw creatieve kracht weet te vinden, kun je ook de toekomst vormgeven, eerst in verbeelding en dan in de werkelijkheid. Je zult dan zien dat zo rijk je verbeelding is, zo rijk ook je werkelijkheid kan worden.

Merlijn Twaalfhoven, componist en auteur

Sociaal werkers initiëren cocreatieve processen waarbij gelijkwaardigheid en wederkerigheid centraal staan. Samen mogen zijn, ieder op zijn eigen manier en samen dingen doen, zonder te weten of en hoe het werkt, kan leiden tot ontdekking van eigen mogelijkheden en die van de ander. Het kan de onderlinge verbondenheid versterken en leiden tot de ontdekking dat je samen tot iets vernieuwends kunt komen. Dit is een deel van de 'waarde van anders', zoals in dit boek beschreven.

Mariska Meinen-Bodewits, curriculum coordinator bachelor Social Work (HAN)



Inleiding: Tijd voor creativiteit

0

When the winds of change blow, some build walls, others build windmills

De vijfde planeet was heel bijzonder. Het was de kleinste van alle. Er was maar net genoeg ruimte voor een lantaarn en een lantaarnopsteker. De kleine prins begreep maar niet waarvoor een lantaarn en een opsteker wel konden dienen, ergens in het luchtruim op een planeet zonder huis of bevolking. (...) Bij zijn aankomst op de planeet groette hij de lantaarnopsteker eerbiedig:

– ‘Goede morgen. Waarom heb je zojuist de lantaarn uitgedaan?’

‘Dat is voorschrift’, antwoordde de lantaarnopsteker. ‘Goede morgen.’

– ‘Wat is dat, een voorschrift?’

‘Nou, dat ik mijn lantaarn moet doven. Goedenavond.’ En hij stak hem weer aan.

– ‘Maar waarom steek je hem nu weer aan?’

‘Dat is voorschrift’, antwoordde de opsteker.

– ‘Ik begrijp er niets van’, zei de kleine prins.

‘Daar is niets aan te begrijpen. Voorschrift is voorschrift. Goede morgen.’ En hij doofde zijn lantaarn weer. Toen veegde hij zich het voorhoofd met een rood geruite zakdoek.

‘Het is een verschrikkelijk beroep. Vroeger ging het nog. ‘s Morgens deed ik de lantaarn uit en ‘s avonds weer aan. De rest van de dag kon ik rusten en de rest van de nacht kon ik slapen ...’

– ‘En zijn de voorschriften dan na die tijd veranderd?’

‘Nee, de voorschriften niet. Dat is juist de hele ellende. De planeet is ieder jaar vlugger gaan draaien en de voorschriften zijn niet veranderd!’

– ‘En verder?’ vroeg de kleine prins.

‘Nu komt ze in één minuut rond en ik heb geen seconde rust. Eenmaal per minuut moet ik de lantaarn aan- en uitdoen!’

– ‘Dat is grappig! Dus bij jou duren de dagen een minuut!’

‘Helemaal niet grappig’, zei de lantaarnopsteker. ‘We staan nu al een maand samen te praten.’

– ‘Een maand?’

‘Ja, dertig minuten, dertig dagen! Goedenavond.’ En hij stak zijn lantaarn weer aan.

(Uit: Antoine de Saint-Exupéry, De kleine prins, pp. 47-48)

0.1 Introductie

In de westerse wereld zijn we er in de loop der eeuwen aan gewend geraakt om veel tijd en energie te steken in het maken van plannen voordat we iets doen, het zogenoemde blauwdrukdenken. Goede plannen maken dingen vaak effectiever en efficiënter. Het zorgt ervoor dat je minder snel voor onaangename verrassingen komt te staan. Plannen geven een gevoel van zekerheid, omdat je weet wat je moet doen en wat het resultaat zal zijn. Eerst denken, dan doen.

Sociaal werk werd in lijn hiermee in de loop van de twintigste eeuw steeds meer 'geprofessionaliseerd'. Dit leidde ertoe dat vooral in het sociaal werk van de late twintigste eeuw steeds meer werd gewerkt met top-down voorgeschreven protocollen en standaardprocedures. In deze sterk opkomende technisch professionele manier van werken was er nauwelijks aandacht voor de eigen creatieve kracht van cliënten om zelf hun leven vorm te geven. De hoop op meer welzijn werd steeds meer gevestigd op het handelen van sociale professionals en grootschalige, rationeel georganiseerde instanties.

Sociale professionals die op de werkvloer werkten, moesten deze voorgeschreven protocollen en standaarden kennen en volgen, met steeds minder ruimte voor eigen invloed. In het verhaal van de kleine prins zie je je dit terug in de reden dat de lantaarnopsteker de lantaarns voortdurend aan en uit blijft doen: 'voorschrift'. Naar zijn idee kan hij niet anders zolang de voorschriften niet veranderd zijn.

Sociaal werk en creativiteit

Vanaf begin deze eeuw vinden er een aantal grote verschuivingen plaats die het blauwdrukdenken minder onaantastbaar maken. De samenleving wordt 'vloeibaar' en er ontstaat een andere visie op wat goed sociaal werk is.

De vloeibare samenleving

Technologische vooruitgang versnelt maatschappelijke veranderingen en maakt dat protocollen en plannen die gebaseerd zijn op ervaringen uit het verleden, sneller achterhaald raken. Waar vroeger stabiliteit de norm was, leven we nu in wat trendwatcher Farid Tabarki (2016) noemt, een 'vloeibare samenleving': onzekerheid en verandering zijn de enige constante factoren. In deze context voldoen rigide protocollen niet meer. In deze nieuwe tijd wordt een manier van werken gevraagd die ruimte laat voor autonoom handelen en creativiteit van sociale professionals op de werkvloer.

Een veranderende visie op sociaal werk

Sociale professionals worden niet langer gezien als degenen die moeten weten wat goed is voor cliënten. De autonomie en competenties van cliënten worden in toenemende mate serieus genomen. Hun krachten en voorkeuren wordt steeds meer als uitgangspunt genomen voor welzijnsbegeleiding (empowerment). Sociaal werk omvat steeds vaker interactie tussen sociaal werkers en cliënten op basis van gelijkwaardigheid, met als doel

het ondersteunen van de zelfredzaamheid en capaciteiten van de cliënten. Een samenleving waarin verandering de belangrijkste constante is en de eigen inbreng van de cliënt wezenlijk is, vraagt van sociaal werk om een dynamische en creatieve aanpak. Het kennen van standaardprotocollen binnen sociaal werk blijft ook in deze eeuw belangrijk. Maar daarnaast vraagt de veranderde en veranderende samenleving om andere manieren van organiseren. Minder top-down en meer ruimte voor sturing vanuit de werkvloer: meer ruimte en vertrouwen in de autonomie van sociale professionals en cliënten.

Sociale professionals worden meer dan de laatste dertig jaar geacht te leren vertrouwen op hun eigen creatieve vermogens. Vakmanschap naast dialogen met collega's, cliënten en direct bij de werkvloer betrokken deskundigen komen vaker in de plaats van het uitvoeren van plannen die door mensen aan de top zijn uitgedacht en gecontroleerd.

Goed sociaal werk is niet meer gericht op beheersing en het aanbieden van oplossingen, maar steeds meer op het benutten van de eigen kracht en creativiteit van cliënten en hun netwerk om hun leven op eigen wijze vorm te geven en zelf hun problemen aan te pakken.

21st century skills: de toegenomen waarde van creativiteit

Creativiteit is niet langer een luxe of een extra vaardigheid. Het is een essentiële competentie voor de sociale professional van de 21e eeuw. Creativiteit behoort tot de zogenoemde **21st century skills**. Dit boek helpt die creativiteit te ontwikkelen en er handen en voeten aan te geven.

Het bespreekt creativiteit bij professionals, maar ook bij cliënten en hun netwerken. Het laat zien hoe beide partijen kunnen leren omgaan met onzekerheid en onvoorspelbaarheid. Het boek bespreekt hoe mensen creatief zelfvertrouwen kunnen ontwikkelen: weten wat je moet doen als je niet weet wat je moet doen; en dit ook durven doen.

Sociaal werkers in de 21e eeuw moeten creatief zijn in de volgende betekenissen:

- in staat zijn tot het uitlokken en ondersteunen van de eigen kracht van de cliënt en diens netwerk om zelf (mede) vorm te geven aan waardevolle vernieuwing van het eigen leven en ontwikkeling; inclusief aanpak van problemen (empowerment – zelfregie);
- in staat zijn tot verantwoorde en afgestemde improvisatie in onverwachte en onoverzichtelijke situaties waarin ze (mede)verantwoordelijk zijn;
- constructief ontevreden kunnen zijn in situaties waarin ze (mede)verantwoordelijk zijn; dit betekent dat ze het lef en de vaardigheid hebben om situaties van onrecht en verspilling constructief aan te kaarten en te onderzoeken;
- in staat en bereid zijn tot cocreatief handelen in het vernieuwend omgaan met situaties waarin standaarden tekortschieten of niet beschikbaar zijn, oftewel: activeren en verbinden van betrokkenen bij praktijksituaties, om samen met hen nieuwe en waardevolle mogelijkheden te zoeken en te realiseren, zo nodig ook op beleidsniveau;

- bij elk van de hierboven genoemde competenties oog hebben voor en bekwaam zijn in het benutten van de mogelijkheden van creatieve middelen: zintuiglijke communicatie via beeldtaal, muziek en lichaamstaal.

Het is een uitdaging om jonge studenten de tools, uitdagingen en het vertrouwen te geven om zich voor te bereiden op het 'nieuwe sociaal werk' en hun de kans te geven zich voor te bereiden op situaties waarvoor geen kant-en-klare opdrachten en protocollen beschikbaar zijn. Dit vraagt van opleiders om genoeg tijd, ruimte en middelen te geven aan studenten om autonoom met elkaar uitdagingen aan te gaan. Oftewel: hen uit te nodigen hun creatief vertrouwen te ontwikkelen.

Creatief vertrouwen

Er is een oud Noors verhaal over een jongen die de wijde wereld in gaat en zijn knapzak aan het inpakken is. Zijn moeder wil hem van alles meegeven zodat het hem aan niets zal ontbreken, maar zijn grootmoeder zegt:

Nee, neem niet te veel, want dan heb je geen plaats meer over voor alles wat je onderweg nog vindt. Neem wat brood voor de eerste dagen, maar niet voor een maand, het wordt toch oud. Neem lucifers mee, maar geen brandhout; neem een kurkentrekker maar geen flessen, die zijn zwaar. Alleen als je knapzak niet te vol is, sta je open voor al het goede wat de wereld je te bieden heeft.

(Herzberg, 2021)

Dit verhaal gaat over het vertrouwen dat je weet wat je moet doen, ook als je even niet weet wat je moet doen en er geen kant-en-klare oplossingen in je rugzak zitten. Het gaat over het vertrouwen op je eigen creativiteit om passende antwoorden te vinden op uitdagingen en problemen. Weten dat je passende, nieuwe oplossingen gaat vinden, ook al weet je nog niet welke. En leren om te gaan met de onzekerheid die dat kan opleveren.

Creatief vertrouwen valt te leren: kennis en ervaring opdoen rondom geslaagde creatieve processen, je angsten onder ogen zien en uitdagingen aangaan. Dit vertrouwen zorgt ervoor dat eventuele angst voor het onbekende vermindert, ten gunste van 'zin in het avontuur'.

Creatief vertrouwen gaat over het zelfvertrouwen om zo adequaat mogelijk te handelen in situaties waarin:

- ervaringen uit het verleden onvoldoende houvast bieden;
- er weinig tijd beschikbaar is;
- sociaal werkers expliciet gevraagd wordt om actief het perspectief van cliënten en hun netwerk mee te nemen.

0.2 Leeswijzer

Creativiteit en cocreatie in sociaal werk bestaat uit twee delen (Deel I Creativiteit en Deel II Cocreatie) en 16 modules.

Module 1: basismodule

Module 1 Creativiteit: een oriëntatie is een inleidende basismodule over onderzoek naar en toepassingen van creativiteit. We onderscheiden onder andere vier niveaus van creativiteit: van alledaagse creativiteit tot creaties en uitvindingen van historisch belang.

Module 2–6: het creatief procesmodel

Module 2 Het creatieve proces bespreekt een creatief-proces-model in de vorm van een dubbele diamant. De vier hoofdfasen ervan worden chronologisch gepresenteerd, met de kanttekening dat het geen voorschrijvend stappenplan is. Onze voorbeelden komen met name uit het sociaal werk.

In de modules 3 tot en met 6 bespreken we steeds één van de vier hoofdfasen van dit creatieve proces, respectievelijk:

- *module 3 De vraagfase;*
- *module 4 De verkenningsfase;*
- *module 5 De ideefase;*
- *module 6 De realisatiefase.*

In elke module wordt aandacht besteed aan de functie van deze fase en aan technieken om de fase te optimaliseren. Daarnaast is er aandacht voor de creativiteitstheorie rondom deze fase van het creatief proces.

Module 7–9: ontwikkeling van creatief vertrouwen

Module 7 tot en met 9 gaan over de vraag hoe je creatief vertrouwen kunt ontwikkelen, oftewel: weten wat je moet doen als je niet weet wat je moet doen. Aan de orde komt ook het zetten van een lefstap, ook als je (een beetje) bang bent.

Module 7 Gewoontevorming behandelt de kracht van gewoonten en hoe deze creativiteit in de weg kunnen staan of kunnen bevorderen.

Module 8 Experimenteren als leerweg beschrijft leren door te experimenteren. Deze module gaat over het avontuur van het al spelend ontdekken hoe iets werkt, inclusief hoe iets voor jǒú werkt. Dit vraagt om lef en gééft lef.

In *module 9 Een creatieve mindset* wordt creatief vertrouwen verbonden met het concept van Dweck over mindset. De module beschrijft hoe je elk van de aspecten van een creatieve groei-mindset kunt ontwikkelen: verbeeldingskracht, discipline, vastberadenheid, nieuwsgierigheid en samenwerkingsgerichtheid.

Module 10–16 cocreatie

Module 10 tot en met 16 gaan over cocreatie. Aan bod komt hoe samenwerking tussen de sociaal professional met een aantal stakeholders (met name cliënten, collega's, gedragsdeskundigen en ervaringsdeskundigen) kan leiden tot samen-creativiteit.

Module 10 Waarom cocreatie nu actueel is beschrijft de rol van cocreatie in het sociaal werk van deze tijd: dichterbij 'de bedoeling' komen.

Module 11 De meervoudige waarde van cocreatie gaat over de meervoudige waarde van het proces van cocreatie voor betrokkenen (inclusief cliënten): gelijkwaardigheid, verbinding, eigenaarschap en energie (empowerment). Deze module sluit aan op de gedachte van bottom-up, al doende, stap voor stap cocreëren.

In *module 12 De dialoog als motor voor cocreatie* wordt onderzocht hoe een dialoog tussen stakeholders een cruciale rol speelt in de verschillende aspecten van cocreatie.

Hulpverlening wordt hier opgevat als een bijzondere vorm van cocreatie.

In *module 13 Dialoog, diversiteit en inclusief samenwerken* staan we uitgebreid stil bij het aangaan van de uitdaging om juist met kwetsbare doelgroepen een gelijkwaardige, inclusieve dialoog te voeren. Wat is daarvoor nodig? Wat vraagt dit van de werker en wat helpt?

Module 14 Cocreatie, ontwerpen en de dubbele diamant behandelt designthinking als een bijzondere benadering van cocreatie. Analoot aan de hoofdfasen van de dubbele diamant uit module 2 worden vijf ontwerpprincipes belicht: empathiseren, sense-making, framing, radicale samenwerking en prototypen.

Module 15 Incrementeel cocreatief ontwerpen gaat over al doende, stap voor stap, bottom-up, cocreatief ontwerpen; ook wel incrementeel werken genoemd. In deze methode is het al doende leren en al lerende doen de koningsweg naar met elkaar iets van waarde tot stand brengen; dit op een manier die activerend is, energie geeft en verbindend werkt (vergelijk ook module 11).

Module 16 Cocreatief narratief werken bespreekt de betekenis van narratief werken en hoe dit van meerwaarde kan zijn in cocreatie. Narratief werken gaat over het uitlokken en delen van verhalen. We gaan hierbij vooral in op die vormen van narratief werken waarbij gebruikgemaakt wordt van lichaamstaal, beeldtaal en muziek.

Online leeromgeving

In de online leeromgeving vind je de theorie van het boek, aangevuld met oefenopdrachten, video's, links en begrippentrainers. Zo kun je direct oefenen met de opgedane kennis. Als in het boek wordt verwezen naar de online leeromgeving, zie je het volgende icoontje in de marge:



Voor docenten is aanvullend lesmateriaal beschikbaar.

Nieuw in deze editie

Deze tweede editie is geheel geactualiseerd en herzien:

- In de eerste editie werd vooral aandacht besteed aan de creativiteit van professionals. In deze tweede editie gaan we ook uitgebreid in op de creativiteit van de cliënten, zodat zij zelf oplossingen leren vinden en manieren om het leven vorm te geven.
- De eerste zes modules zijn grotendeels ongewijzigd, de overige modules zijn qua opzet ingrijpend herzien. De modules 7 en 8 zijn omgezet naar drie samenhangende modules over 'creatief vertrouwen'. In de modules 10-16 wordt cocreatie behandeld. Veel onderwerpen zijn gehandhaafd, maar er zijn ook een aantal nieuwe toegevoegd. Deze modules gaan over de (co)creatieve mogelijkheden om samen met betrokkenen de hedendaagse praktijk(en) van sociaal werk te vernieuwen. We nemen in deze editie explicieter dan in de vorige het streven naar de bedoeling als gewenste veranderingsrichting van cocreatieve praktijkvernieuwing.
- In de vorige editie hebben we het creatieve procesmodel van de dubbele diamant gepresenteerd als een chronologisch model. In deze editie besteden we expliciet aandacht aan het misverstand dat dit mogelijk kan oproepen, namelijk dat creatieve processen zich in voorschrijvende stappenplannen laten vangen.
- Experimenteren als leerweg (module 8) krijgt meer aandacht, omdat het volgens ons een belangrijke manier is om te werken aan creatief vertrouwen, en ook handvatten geeft voor een meer incrementele, bottom-up manier van werken vanuit het principe: eerst doen dan denken. In module 15 wordt deze incrementele manier van werken verder uitgediept.
- De vijf creativiteitsbevorderende gewoonten presenteren we in deze editie als de creatieve groei-mindset. Hiermee menen we een scherper onderscheid te kunnen maken tussen een creatieve houding enerzijds en de gedragsgewoonten die deze houding ondersteunen en uitlokken anderzijds. Ook maken we hiermee een sterkere koppeling met de mindsettheorie van Carol Dweck. Het mindsetaspect 'vakmanschap' uit de vorige editie hebben we vervangen door 'gedisciplineerd'. Het gaat namelijk niet om het vakmanschap zelf, maar om de houding van een professional die weet dat kwaliteit in ambachtelijkheid vraagt om toegewijd oefenen en gedisciplineerd leren en schaven via vallen en opstaan.

Er zijn een aantal modules toegevoegd aan het onderwerp cocreatie. In de andere modules is meer verdieping aangebracht.

- *Module 10 Waarom cocreatie nu actueel is* gaat over het belang van cocreatie in deze tijd.
- *Module 11 De meervoudige waarde van cocreatie* is nieuw in deze editie. In de module staat niet zozeer het product centraal, maar het *proces* van cocreatie. Wat soms gezien wordt als een bijeffect van cocreatie, wordt in deze module als de belangrijkste opbrengst gezien: de verbindende, empowerende en activerende kracht van het proces van cocreatie.
- *Module 12* gaat over de dialoog, die meer dan in de vorige editie beschreven wordt als de motor van cocreatie.

- *Module 13* is nieuw en behandelt de thema's dialoog, diversiteit en samenwerking. Hierin geven we expliciet aandacht aan hoe je ervoor kunt zorgen dat kwetsbare mensen in de dialoog betrokken worden en hun stem durven laten horen. Ook besteden we aandacht aan hoe meer diversiteit leidt tot rijkere dialogen en betere oplossingen.
- In *module 14 Cocreatie, ontwerpen en de dubbele diamant* hebben we designthinking meer beschreven in overeenstemming met de rode draad van het boek. We beschreven het creatieve proces aan het begin van het boek als een dubbele diamant. Dit model wordt nu ook als leidraad voor designthinking genomen; met uitleg over basale ontwerpprincipes en hoe je die toe kunt passen in sociaal werk.
- *Module 15* gaat over incrementeel werken. In deze module wordt een heel praktische en leerzame manier van cocreatief ontwerpen besproken: al doende, stap voor stap iets tot stand brengen, op initiatief van en in samenwerking met mensen van de werkvloer.
- Ook *module 16 Cocreatief narratief werken* is nieuw. In de vorige editie hebben we geen expliciete aandacht gegeven aan de rol van kunsten en zintuiglijke media in sociaal werk. Dit deden we bewust om daarmee het niet-kunstzinnige aspect van creativiteit te benadrukken. We merkten echter bij de herziening dat we ons door deze keuze erg beperkt voelden. We ervaren zelf op de opleiding waar we werkzaam zijn de bijzondere kracht van spel, kunst en andere zintuiglijke media. Vandaar dat we besloten hebben om een module over de kracht van narratief werken toe te voegen.
- Voor meer verdieping over de rol van spel en kunst in sociaal werk verwijzen we graag naar het boek *Het woord aan de verbeelding* (Van Rosmalen, 2023).
- Deze editie wordt ondersteund met meer online materiaal, waaronder werkbladen voor de verschillende creativiteitstechnieken, video's, links naar artikelen en ander verdiepend materiaal.

0.3 Literatuur

Boutellier, J.C.J. (2011). *De improvisatiemaatschappij. Over de sociale ordening van een onbegrensde wereld* (2e druk). Boom Lemma.

Herzberg, T. (2021). *Visie*. Geraadpleegd op 14 april 2025, van www.tamirherzberg.nl

Kelley, D., & Kelley, T. (2015). *Creative confidence. Unleashing the creative potential within us all*. William Collins.

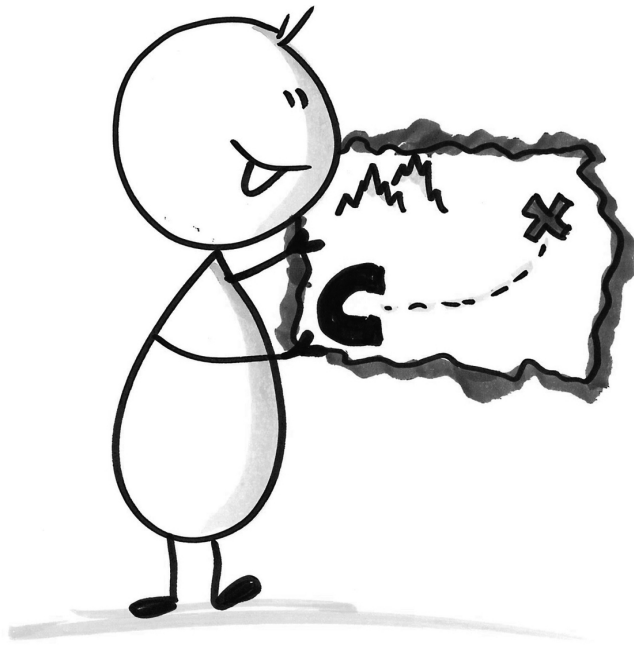
Smith, K. (2012). *How to be an explorer of the world. Een draagbaar museum*. Spectrum.

Stiehm, J., & Townsend, N. (2002). *Het U.S. Army war college: Military education in de democracy*. Temple University Press.

Tabarki, F. (2016). *Het einde van het midden – wat een maatschappij van extremen betekent voor mens, bedrijf en politiek*. Atlas Contact.

Deel I Creativiteit





Creativiteit: een oriëntatie

1

Leerdoelen

In deze module vind je antwoord op de vragen:

- Waarom is creativiteit belangrijk voor de sociaal werker?
- Wat verstaan wij in deze uitgave onder creativiteit?
- Voor welk soort vraagstukken is creativiteit belangrijk en voor welke niet?
- Welke aspecten van creativiteit zijn te onderscheiden om de diversiteit aan visies en definities rond het begrip wat meer te verhelderen?
- Welke hoofdvormen van creativiteit zijn te onderscheiden?

1.1 Creativiteit en sociaal werk, waarom?

Casus: Fysiek contact als ingang

Martin is een ernstig verstandelijk beperkte man van 48 jaar die nieuw is op de afdeling van een instelling voor beschermd wonen. Elke keer als Martin op bed wordt gelegd, schreeuwt hij het uit. De begeleiders binden hem regelmatig vast op bed, omdat hij 'anders rond gaat lopen en de anderen lastigvalt'. Martin gaat om 20.00 uur naar bed, maar blijft soms tot 23.00 uur schreeuwen, voordat hij uitgeput in slaap valt.

De begeleiders zijn inmiddels al een aantal weken op zoek naar ingangen om met hem om te leren gaan. Hun behavioristische benadering van gericht negeren en belonen is vaak succesvol bij 'dit soort gevallen'. Maar bij Martin blijkt de standaardaanpak maar matig succesvol. Ook voorgestelde variaties blijken niet te werken.

Souraja is de persoonlijk begeleidster van Martin. Ze vermoedt al lange tijd dat Martin baat kan hebben bij een meer lichaamsgerichte benadering. Ze merkte vaker dat hij rustig wordt als ze zijn hand pakt. Ze durft dit lange tijd niet in te brengen in het team. Maar als twee belangrijke mensen in het team én de gedragsdeskundige zeggen het niet te weten, doet ze haar mond open en vraagt of ze een experiment mag doen. Ze krijgt toestemming. Souraja begint haar experiment door haar hand op de rug van Martin te leggen terwijl hij op bed ligt. Hij wordt daar zichtbaar rustig van. Langzaam breidt ze deze benadering uit. Na twee weken ligt Martin rustig en ontspannen in bed.

Het belangrijkste dat Souraja doet, is Martin vijftien minuten fysieke aandacht geven. Dit was men niet gewend op de afdeling waar Martin verblijft, maar na dit succesvolle experiment wordt dat mogelijk anders. Wel zijn er enkele werkers die hun weerstand tegen fysiek contact met deze man moeten overwinnen.

Creativiteit is onlosmakelijk verbonden met het beroep van sociaal werker. Veel situaties binnen sociaal werk zijn zo uniek of complex dat er geen standaardoplossingen voorhanden zijn. Dit doet een beroep op de creativiteit van de sociaal werker en zijn team.

Werken met mensen is principieel anders dan werken in een technisch ambacht. Bij technisch handelen wordt veel gebruikgemaakt van standaarden. Meubelmakers kunnen iets maken van het materiaal dat voorhanden is, bijvoorbeeld een kast van planken. Hierbij benutten ze standaardmanieren om planken op maat te maken en met elkaar te verbinden. Deze planken 'reageren' allemaal min of meer hetzelfde op zijn handelen. Er is geen sprake van een eigen wil van de planken. De meubelmaker kan ze manipuleren. Natuurlijk moeten zij van tijd tot tijd inventief zijn; zij komen problemen tegen waarvoor ze geen standaarden in hun repertoire hebben. Maar ze hoeven zich niet bezig te houden met de vraag hoe het is voor de kast om kast te zijn.

Het menselijk 'materiaal' waar sociaal werkers mee werken, laat zich niet zo eenvoudig manipuleren. Ze kunnen een gameverslaafde jongere niet via standaardtechnieken maken tot iemand die vrij is van gamen. De jongere heeft in tegenstelling tot een plank wel een eigen wil en beleavingswereld waar je als werker rekening mee moet houden. Bovendien is het in het geval van de jongere belangrijk hoe hij in het leven staat. Deze situatie maakt dat sociaal werkers wel kunnen handelen ten aanzien van de jongere, maar geen waarden voor die ander kunnen *maken*. Het is uiteindelijk de cliënt die ergens betekenis aan hecht. Dit vraagt wat anders van sociaal werkers dan manipulatie en het hanteren van standaarden.

In het geval van Martin bleek een vaak wél werkende standaard tekort te schieten. Dan is er (misschien wel gelukkig) de noodzaak van het zoeken naar alternatieve ingangen.

1.2 Creativiteit, een algemene omschrijving

Picasso wordt creatief genoemd. Zijn werk was in een bepaalde periode van de geschiedenis zeer origineel en werd na enige aarzeling als zeer waardevol aangemerkt. Edison zou de gloeilamp hebben uitgevonden, wat in die tijd een bijzonder belangrijke uitvinding was. Einstein construeerde de relativiteitstheorie, die natuurkundigen enorm hielp om de ontwikkeling van het heelal beter te begrijpen.

Creativiteit heeft vanuit de etymologie van het woord een heldere betekenis, namelijk: scheppen. Mensen die creatief zijn, scheppen iets; ze brengen iets tot stand wat er voorheen nog niet was.

Vaak wordt er nog een aanvullende eis gesteld om iets creatief te noemen: het moet waardevol zijn. Dat wat gecreëerd is, moet van waarde zijn, zoals een oplossing voor een probleem, iets om van te genieten, een uitvinding die nieuwe mogelijkheden geeft om bijvoorbeeld te communiceren.

Een minigeschiedenis van creativiteit

Creativiteit is in essentie een scheppingsproces: iets maken uit niets. Creativiteit heeft religieuze wortels. Denk maar aan de Bijbel, waarin geschreven staat dat God de wereld schiep in zeven dagen. Ook de Grieken verbonden creativiteit al aan goddelijke inspiratie, letterlijk goddelijke ingeving.

Maar ook voor de niet-gelovigen en twijfelaars is er ooit een heelal ontstaan uit een oerknal. Opnieuw een scheppingsproces van niets naar iets, in zijn oorsprong een raadsel.

Het belang van originaliteit (nieuwheid) is typerend voor deze tijd. Vroeger werd dit niet belangrijk geacht; het werd zelfs niet gewaardeerd. Creativiteit als scheppend vermogen was veel meer verbonden met vakmanschap. Reproduceerbaarheid en kwaliteit waren veel belangrijker dan een origineel product waarbij de maker centraal stond.

1.3 Creativiteit: wanneer wel en wanneer niet?

Wat is voor jou het belangrijkste verschil tussen de volgende twee opdrachten?

1. Noem een voorbeeld van een vogel.
2. Vul de volgende zin aan: Een vogel is een voorbeeld van ...

(Bron: De Brabandere & Iny, 2014, p. 25)

Er zijn vraagstukken waarbij creativiteit geen enkele rol speelt, bijvoorbeeld wanneer gevraagd wordt een voorbeeld van een vogel te noemen. Hierbij kan gewoon geput worden uit het geheugen. Ook voor andere vraagstukken kan via logisch redeneren of opzoeken een juist antwoord worden gevonden. Bij logische vraagstukken is het beschikken over een standaardweg om zo'n probleem op te lossen voldoende.

De zin 'Een vogel is een voorbeeld van ...' kan op vele manieren worden aangevuld. Deze manieren kunnen zich bijvoorbeeld onderscheiden wat betreft de mate van verrassing en originaliteit. Een standaardweg ontbreekt. Hier komt al enige creativiteit om de hoek kijken.

Creativiteit is relevant voor vragen waarvoor standaardwegen ontbreken, tekortschieten, ongewenst of onbekend zijn voor de probleemeigenaar.

Creativiteit is aan de orde wanneer mensen worden uitgedaagd of gevraagd om tot een uniek antwoord op een bepaalde vraag of uitdaging te komen, waarbij geen standaardweg beschikbaar is. Dit antwoord kan ook bijvoorbeeld een product zijn (een schilderij, een tekening of wat dan ook).

In de casus 'Fysiek contact als ingang' schoot de beschikbare standaardweg tekort.

Creativiteit wordt ook belangrijk als een vraag niet zo duidelijk, of meerduidig is. Zo kan het probleem van Martin op veel manieren worden omschreven:

- Hoe kunnen we zorgen dat we geen last hebben van Martin?
- Hoe kan Martin rustig worden?
- Hoe kunnen we zorgen dat Martin zich goed voelt?
- Hoe kan Martin bereiken dat wij er voor hem zijn?

Een kernaspect van de creativiteit van een sociaal werker is het zodanig destilleren en formuleren van een vraag uit een complexe situatie, dat die vraag aanknopingspunten biedt voor nieuwe alternatieven (zie ook module 3).

1.4 Creativiteit in vier aspecten: PPPC

Er zijn vele definities van **creativiteit** denkbaar. Wij vatten in dit boek creativiteit op de volgende manier op:

Creativiteit is het tot stand brengen van iets wat nieuw en waardevol is.

In wetenschappelijke literatuur over het onderwerp creativiteit worden in het algemeen vier aspecten van creativiteit onderscheiden: **product, proces, persoon en context (PPPC)**. Zij vormen met elkaar de hoofdthema's van onderzoek naar creativiteit.

1. Product: er is sprake van *iets* wat tot stand wordt gebracht.
2. Proces: er is sprake van iets tot stand *brenge*n. De weg waarlangs iets tot stand wordt gebracht, wordt ook wel *proces* genoemd. Het zijn de stappen die nodig zijn om tot iets nieuws te komen. Zelfs God had zeven dagen nodig om de wereld te scheppen.
3. Persoon: er is sprake van een creatieve *persoon of groep personen*.
4. Context: er is sprake van een *situatie* waarbinnen iets gezien wordt als nieuw en/of waardevol. Context kan zowel belemmerend als stimulerend werken voor creativiteit (in het Engels aangeduid als *press*).

De uitvinding van de gloeilamp (product) door Edison (persoon) was in die tijd nieuw en waardevol. De gloeilamp was voor de toenmalige samenleving (context) een zeer waardevol alternatief voor de kaars en olielamp. Ook was de uitvinding in die context mogelijk: in die tijd en in het westen kreeg men steeds meer grip op elektriciteit als energiebron. Deze kennis was een belangrijke basis voor het creatieve proces van Edison

om de gloeilamp te ontwikkelen, perfectioneren en commercialiseren.

In de huidige tijd is er, onder andere om klimatologische redenen, een sterke behoefte aan duurzame energie. Uitvindingen en verbeteringen op het gebied van zonne- en windenergie zijn zeer welkom. De gloeilamp lijkt achterhaald door de uitvinding van de ledlamp.

Anders gezegd: de context bepaalt in grote mate wanneer iets gezien wordt als nieuw en waardevol. Deze context oefent echter ook een bepaalde (positieve of negatieve) druk uit op mensen om tot iets nieuws te komen. Zo wordt anno 2025 vanuit een beleidsvisie op zorg en welzijn druk uitgeoefend op mensen om meer zelf en met elkaar tot oplossingen te komen voor problemen waar vroeger de overheid verantwoordelijk voor werd geacht. Dit leidt tot allerlei nieuwe producten en samenwerkingsverbanden.

Plucker et al. (2004) vatten deze vier aspecten samen in hun definitie van creativiteit:

Creativiteit is de interactie tussen bekwaamheid, proces en omgeving die leidt tot een waarneembaar product dat nieuw en waardevol is binnen een sociale context.

1.4.1 Het product

Het product van creativiteit is datgene wat gecreëerd wordt. Dat kan een kunstwerk zijn, een uitvinding of een oplossing voor een specifiek probleem. De behoefte aan een creatief product wordt actueel op het moment dat er geen *standaardoplossingen* beschikbaar zijn om een probleem op te lossen, of als we iets op originele wijze vorm willen geven.

Afhankelijk van het soort product kunnen we drie hoofdvormen van creativiteit onderscheiden: probleemoplossende, vormgevende en speelse creativiteit.

Probleemoplossende creativiteit wordt relevant als zich een probleem voordoet waarvoor geen standaardoplossing voorhanden is. De nieuwe oplossing is dan de creatieve uitkomst. Dat geldt bijvoorbeeld voor het gebruik van het springtouw als een andere, nieuwe manier om de hond uit te laten als je de riem toevallig kwijt bent. In de casus 'Fysiek contact als ingang' is sprake van probleemoplossende creativiteit. De uitkomst is een andere omgang met Martin, waardoor hij zich prettiger voelt.

Vormgevende creativiteit leidt tot een waarneembaar product. Kunstwerken en designproducten zijn voorbeelden hiervan.

Speelse creativiteit is de derde vorm van creativiteit. Deze vorm is typerend voor (kleine) kinderen en sommige volwassenen. Bij speelse creativiteit staat niet het streven naar een oplossing of vorm centraal, maar het proces zelf: genieten van zelfgekozen manieren van omgaan met dingen of mensen. Er kan eventueel een eindproduct ontstaan zonder dat het streven daarnaar het hoofddoel was. Wel heeft speelse creativiteit haar nut voor de ontwikkeling van (de creativiteit van) kinderen en als fase binnen een probleemoplossend of vormgevend creatief proces (Van Rosmalen, 2012). We komen hier later op terug.



Figuur 1.1 Een voorbeeld van speelse creativiteit (bron: Rika Effing, studente minor creativiteitsontwikkeling 2015).

De criteria: nieuw en waardevol

Bij het beoordelen van de mate van creativiteit van een product komen twee criteria steeds terug, namelijk *nieuw* en *waardevol*. Naarmate een creatief product nieuwer en waardevoller is, kan het creatiever genoemd worden.

Nieuwheid (of originaliteit) gaat over de vraag: in hoeverre wijkt het product af van bestaande producten? Waardevolheid gaat over de betekenis die iets heeft. Bij een product van vormgevende creativiteit zoals een kunstwerk kan de waarde bijvoorbeeld zijn: mensen tot genieten brengen, of hen choqueren, verrijken, verdiepen, tot nadenken aanzetten. In het geval van probleemoplossende creativiteit is een gevonden oplossing waardevol als het probleem ermee wordt opgelost. Zo was de uitvinding van de penicilline waardevol omdat het een oplossing was om van ontstekingen af te komen.

Als we creativiteit definiëren als het scheppen van iets wat nieuw en waardevol is, laten we nog een vraag open: *voor wie* is iets nieuw en waardevol? Iets kan nieuw zijn voor een individu of een groep mensen, maar helemaal niet nieuw voor de samenleving. Dit was wél het geval bij de uitvinding van de gloeilamp en bij de kunstwerken van Picasso. De andere omgang met Martin in de casus is bepaald niet nieuw voor sociaal werkers in het algemeen, maar voor de professionals die betrokken zijn bij Martin was het wel nieuw om zo te kijken. Bovendien was het waardevol: het leidde tot een geschikte aanpassing van

de bejegening. In paragraaf 1.5 komen we terug op deze 'perspectievraag'. Deze vraag is belangrijk, omdat dit boek niet gaat over creativiteit in de betekenis van grote uitvindingen en kunstwerken.

1.4.2 Het proces

Een creatief proces is in de eerste plaats het zoeken naar en het vinden van andere manieren van omgaan met de werkelijkheid dan de manieren die standaard in ons gewoonterepertoire zitten. Bij speelse creativiteit is deze omgang een doel op zichzelf. Kinderen doen dat spontaan de hele dag. Zij gaan op hun kop staan om te ontdekken hoe de wereld er dan uitziet en kunnen eindeloos genieten van verstoppertje spelen, zonder dat ze het belangrijk vinden dat er resultaat uit voortvloeit.

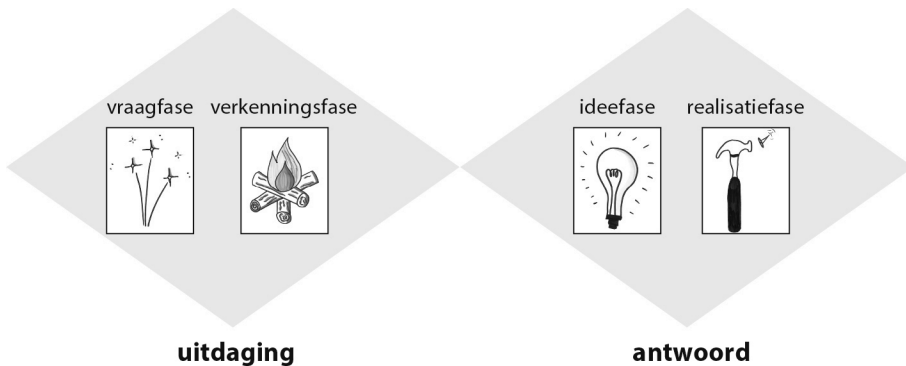
Bij probleemoplossende of vormgevende creativiteit staat het proces in dienst van het vinden van nieuwe uitdagingen, oplossingen of vormen. In het kader van vormgevende en probleemoplossende creativiteit is een passende definitie van een **creatief proces**:

Een **creatief proces** is de afgelegde weg naar een nieuw en waardevol (eind)product.

Creatieve processen zijn er in allerlei soorten en maten. Soms duurt een creatief proces lang, zoals bij de uitvinding van de gloeilamp. Andere keren duurt een proces enkele seconden of minuten.

Een creatief proces is te beschrijven aan de hand van de stappen die gezet worden op weg naar het product. Op het ene moment blijkt het belangrijk om ingespannen en kritisch informatie te verzamelen en te onderzoeken. Op andere momenten blijkt het juist belangrijk om niet kritisch te zijn; of zelfs om het probleem even los te laten. Zicht krijgen op het verloop van creatieve processen maakt ze hanteerbaar. Creatieve processen kennen tot op zekere hoogte steeds terugkerende stappen. In module 2 zullen we deze nader bespreken als het dubbele-diamantmodel. Globaal gezien kent een creatief proces twee fasen: de uitdagingfase en de antwoordfase. Deze twee fasen kunnen weer onderverdeeld worden in vier fasen:

1. vraagfase: het vinden van een probleem of vonk;
2. verkenningsfase: het zich verdiepen in het probleem;
3. ideefase: het vinden van mogelijke ideeën;
4. realisatiefase: het vormgeven van een oplossing.



Figuur 1.2 De fasen van een creatief proces (dubbele diamant).

In de casus 'Fysiek contact als ingang' is het feit dat Martin blijft schreeuwen en wil rondlopen het probleem (fase 1). Het team heeft allerlei opties met elkaar verkend en uitgetoetst (fase 2). De uitdaging is een nieuwe aanpak te vinden. Het niet-weten van het team geeft ruimte aan een idee dat buiten het normale kader valt (fase 3). Souraja krijgt de ruimte om haar idee uit te proberen. Al experimenterend en afstemmend op Martin blijkt haar fysieke aanpak succesvol te zijn (fase 4). Hiermee wordt een antwoord gevonden op het probleem en succesvol gerealiseerd.

In module 2 tot en met 6 gaan we uitgebreid in op het verloop van creatieve processen. In deze modules leer je de verschillende stappen in verschillende situaties te herkennen, te begrijpen en te hanteren.

1.4.3 De persoon (of groep)

Bij creativiteit is er sprake van *iemand* die creatief is. Kunstenaars, uitvinders en wetenschappers worden gezien als creatieve mensen. Maar ook 'gewone' mensen kunnen creatief zijn. Vaak zijn mensen creatief binnen een bepaald domein; iemand is bijvoorbeeld creatief in de wiskunde, in motoronderhoud of in beeldende kunst. Hierbij geldt steeds dat goed thuis zijn in een domein de basis is om er creatief in te zijn.

In module 9 gaan we dieper in op *persoonseigenschappen* in relatie tot creativiteit. Welke eigenschappen zijn kenmerkend voor 'creatieve mensen' (binnen een domein)? En: welke manieren zijn er om deze eigenschappen te ontwikkelen?

Teamwork

Bij een aantal uitvindingen is het de vraag of degene op wiens naam een uitvinding staat ook daadwerkelijk degene was die de creatieve resultaten heeft geboekt. Zo werd Edison omringd door concurrenten en een team van mensen die met elkaar hebben bijgedragen aan de uitvinding van de gloeilamp. In de 21e eeuw lijkt groepscreativiteit nóg belangrijker te worden. Veel hedendaagse problemen en ontwerpprocessen zijn vanwege hoge eisen erg complex en gaan de individuele capaciteit te boven. Bij het maken van een animatiefilm zijn honderden mensen met verschillende specialisaties betrokken. Ook het goed omgaan met bepaalde problemen binnen het sociaal werk blijkt het vermogen van individuen te