

## *merzWissenschaft* | medien + erziehung call for papers 2021

Wieselattitüden –  
oder vom Wesen (medialer) Kreativität

**Verantwortliche Fachredaktion: Prof. Dr. Oliver M. Reuter (Universität Würzburg),  
Wolfgang Neumann & Prof. Dr. Anja Hartung-Griemberg (Pädagogische Hochschule  
Ludwigsburg) und Redaktion *merzWissenschaft* (JFF)**

Vom Wiesel wird gesagt, es könne aus einem Ei den gesamten Inhalt heraussaugen, ohne dass dies der leeren Schale anzusehen sei. Diese Eigenheit tangiert ein Phänomen, das auch in mancherlei menschlichem Tun zu finden ist. Wiesel-Wörter (engl. Weasel-words) bezeichnen Termini, die mehr Fragen stellen, als sie Antworten geben. ‚Kreativität‘ ist ein Wieselwort. Man bedient sich des Ausdrucks allerorten ebenso beiläufig wie programmatisch. Ein Grund dafür ist gewiss seine positive Anmutung. Wer kreativ ist, vermag etwas Gutes zu leisten, wer Kreativität fördert, engagiert sich für eine gute Sache. Kreativitätstechniken erweitern den Möglichkeitssinn und die gedanklichen Spielräume. Kreative Ansätze helfen Probleme zu lösen, Ideen zu generieren und Visionen zu entwickeln. Free Creativity ist die „treibende Kraft in der Krise“ (Muntschick 2020). So verwundert es nicht, dass Kreativität auch im Kontext der Medienpädagogik allgegenwärtig und in einschlägigen Medienkompetenzdefinitionen fest verankert ist. Die Anrufung an das kreative Subjekt hat eine emanzipatorische Komponente. In kreativen Akten vermag es das Subjekt, sich von gesellschaftlichen Leitbildern zu distanzieren und sich mit authentischen Ansprüchen in Aushandlungsprozesse einzubringen.

Erneut Fahrt aufgenommen hat der Rekurs auf den Kreativitätsbegriff durch die aktuelle Makerbewegung. Lasercutter und 3D-Drucker inspirieren neue Formen der kreativen Auseinandersetzung und medial-ästhetischen Konfiguration. FabLabs oder Hackerspaces offerieren neue Atmosphären für kreative Schaffensprozesse. Veni creator spiritus! Näher besehen beruht der Kreativitäts-Hymnus auf einigen Widersprüchen und Ambivalenzen. Kann künstliche Intelligenz kreativ sein? Und was ist der Wert des Kreativen, da dieses kapitalistischen Zwängen unterliegt? Welche Werte und Wertschöpfungen bringt das kreative Subjekt hervor?

Fragen wir, was denn nun konkret unter dem Begriff Kreativität zu verstehen sei, zeigt sich Verwirrung. Eine Vielzahl von Definitionen bestimmt das heterogene Gesamtbild des Begriffs. Das Erbe von Theorien, etwa von Graham Wallas (The Art of Thought, 1926) bleibt den Grundnuancen vieler Kreativitätsmodelle zwar inhärent (z. B. die Aufgliederung in Schaffensphasen), doch erwächst aus einer Vielfalt an Disziplinen, die in der Kreativität auch in ihrem jeweiligen Fach einen lohnenden Inhalt sehen, ein undurchdringbares Geäst. Verstärkt wird die Gemengelage durch eine populärwissenschaftliche Verwendung, die sich den Glanz des Begriffes zu eigen macht, freilich ohne ihn adäquat zu unterfüttern.

Im Gegensatz zu Prozessen, die nach Möglichkeit auf linearem Weg auf ein vorab bekanntes Ziel hinstreben, können sich kreative Prozesse eben nicht auf das bloße Ausführen eines vorgegebenen oder entwickelbaren Plans zurückziehen. Vielmehr ist es unabdingbar, im Wechselspiel vom freien Entfalten von Ideen und Phasen konkreter Realisierung etwas vorab Unbekanntes zu erarbeiten. Schließlich besteht ein zentrales Ziel kreativer Prozesse darin, etwas wie auch immer geartetes Neues zu entwickeln. Der Stellenwert von Originalität ist dazu geeignet, gestaltendem Wirken eine über die persönliche Sinnstiftung und das Kompensatorische hinausgehende Relevanz zu verleihen, die Prozesse ästhetischer Bildung politisch und strukturell einforderbar macht. Kreativität als sinnvolles und in Teilen auch unabdingbares Element der Mediennutzung ist nicht nur im weitesten Sinne bildnerischen Bereich relevant. Auch in Feldern des Programmierens sowie bei der Erarbeitung von Anwendungen sind kreative Vorgehensweisen obligatorisch.

Im aktuellen Themenheft der merzWissenschaft möchten wir den Gegenstandsbereich der Kreativität einerseits in Hinblick auf seine unterschiedlichen theoretischen Bezugslinien und Reflexionsperspektiven diskutieren und andererseits Impulse für die wissenschaftliche und praktische pädagogische Arbeit setzen. Folgende Schwerpunkte und Fragen sind dabei zum Beispiel denkbar:

## Kreativität und ihre theoretisch-diskursive Verfasstheit

- Was wird unter Kreativität in (medien-)pädagogischen Diskursen verstanden?
- Welche Positionen, Erkenntnisinteressen und Forschungsfragen konstruieren die aktuelle Debatte um den Kreativitätsbegriff?
- Welche Analysen der Verknüpfungen zwischen gesellschaftlichen Leitbildern und Kreativität sind für eine kritische Reflexion von (medien-)pädagogischen Zielen und Arbeitsweisen wesentlich?
- Inwiefern handelt es sich bei Kreativität um einen normativen Begriff bzw. wie wird dieser normativ begründet und welche Folgen hat dies?
- Welchen Stellenwert hat Kreativität als einst zentraler Begriff der Künstlerkritik noch inne?
- Kreativität und Medienhandeln
- Welche Zusammenhänge zwischen Kreativität und unterschiedlichen Medien sind zu betrachten? Welche spezifische Bedeutung kommt hier digitalen Medien zu?
- Welche Voraussetzungen schaffen Medien für kreatives Handeln; inwieweit beschränken sie dieses aber auch?
- Welchen Stellenwert haben digitale Medien, die Gestaltungsoptionen vorwegnehmen oder (wie in Computerspielen) adaptiv auf das Handeln der Nutzenden reagieren?
- Wie werden kreative Prozesse (mittels Medien) sichtbar? Welche Ästhetiken manifestieren sich? Wie können Betrachter\*innen daran teilhaben?

## Kreativität und pädagogische Ermöglichungsbedingungen

- Welche strukturellen und zeitlichen Faktoren bedingen und begünstigen kreative Prozesse?
- Wie lassen sich kreative Prozesse in einem medialen Umfeld initiieren, das bereits ein Übermaß an Informationen und Bildern bietet?
- Inwiefern unterstützt oder hindert ein mediales Umfeld das Zustandekommen von Neuem?
- Wie können bereits in der Entwicklung von medialen Produkten kreative Herangehensweisen fruchtbar werden?
- Welche kreativitätsbezogenen Perspektiven lassen sich in Hinblick auf persönlichkeitsbezogene, gesellschaftlich-demokratische und sogar ökonomisch-ökologische Kontexte denken?
- Welche Rolle spielt Kreativität im Kontext gesellschaftlicher Anerkennungskonstellationen?
- Inwiefern sind Alternativen zum Kreativitätsimperativ denkbar? Inwieweit kann die ursprüngliche Intention der Künstlerkritik angeregt werden, anhand kreativer Artefakte gesellschaftliche Missstände und politische Machtverhältnisse zu artikulieren und mithin zu unterwandern?

Hinweis: Es gibt keine Vorgabe für den Rückgriff auf bzw. die wissenschaftliche Präferenz für einen konkreten Kreativitätsterminus. Die Beiträge klären explizit ihren Bezug auf einen im Kontext der Untersuchung/Darstellung ausgesuchten Kreativitätsbegriff.

*merzWissenschaft* bietet ein Forum, um die wissenschaftliche Auseinandersetzung in der Medienpädagogik zu fördern und die theoretische Fundierung der Disziplin weiterzutreiben. Hierzu werden qualifizierte Beiträge aus verschiedenen einschlägigen Disziplinen (darunter medienpädagogische, kommunikationswissenschaftliche, medienwissenschaftliche, (entwicklungs-) psychologische, rechtliche, fachgeschichtliche oder philosophische Perspektiven), gerne auch aus einem interdisziplinären Blickwinkel, zur Weiterentwicklung der medienpädagogischen Fachdiskussionen eingeladen. Erwünscht sind Originalbeiträge, die empirisch oder theoretisch fundiert sind, neue Erkenntnisse, Aspekte oder Zugänge zum Thema aufzeigen und dabei explizit Bezug zu einem der skizzierten Fokuspunkte oder einer Fragestellung haben bzw. eine eigene Fragestellung im Gesamtkontext des Calls konturieren.

Abstracts mit einem Umfang von max. 6.000 Zeichen (inkl. Leerzeichen) können bis zum 22. Februar 2021 bei der *merz*-Redaktion ([merz@jff.de](mailto:merz@jff.de)) eingereicht werden. Formal sollen sich die Beiträge an den Layoutvorgaben von *merzWissenschaft* orientieren, die unter <https://www.merzzeitung.de/manuskriptrichtlinien/> verfügbar sind. Der Umfang der Beiträge sollte eine max. Zeichenzahl von ca. 35.000 Zeichen (inkl. Leerzeichen) nicht überschreiten. Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an Susanne Eggert, Fon: +49.89.68989.152, E-Mail: [susanne.eggert@jff.de](mailto:susanne.eggert@jff.de)

## Termine im Überblick

- 22. Februar 2021: Abgabe der Abstracts an [merz@jff.de](mailto:merz@jff.de)
- 12. März 2021: Entscheidung über Annahme/Ablehnung der Abstracts
- 14. Juni 2021: Abgabe der Beiträge
- 15. Juni bis 19. Juli 2021: Begutachtungsphase (Doppelblind Peer-Review)
- August/September 2021: Überarbeitungsphase (ggf. mehrstufig)