merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

# Cwielong, Ilona Andrea/Hennig, Deborah/Bodendorf, Tim/Metz, Jana: Der Schmetterlingseffekt kreativer Prozesse. Innovation und Kreativität durch den Wettkampf zwischen Mensch und Algorithmus

Beitrag aus Heft »2021/05 Wieselattitüden – oder vom Wesen (medialer) Kreativität«

Am Beispiel von schulbezogenen Erklärvideos auf YouTube wird thematisiert, wie die Wechselwirkung zwischen dem Schaffen von Content und äußerer Bewertung kreative Prozesse begünstigt und Problemlösungs- und Innovationsprozesse anregt. Im Fokus stehen die Abhängigkeit und Wechselseitigkeit von Kreativität und dem Streben nach Anerkennung unter algorithmengesteuerten Bedingungen. Tritt also der Mensch in den Wettkampf mit einem Artefakt (Algorithmen) seiner eigenen Kreativität und welches Potenzial zeigt sich?

Using the example of school-related explanatory videos on YouTube, we address how interaction between content creation and external evaluation fosters creative processes and stimulates problemsolving and innovation. We focus on the dependency and reciprocity of creativity and the quest for recognition in conditions controlled by algorithms. Do humans then compete with an artifact of their own creativity (algorithms) and what potential is entailed?

Literatur:

Amabile, Teresa M./Conti, Regina/Coon, Heather/Lazenby Jeffrey/Herron, Michael (1996). Assessing the Work Environment for Creativity. In: Academy of Management Journal, Vol. 39/No. 5, S. 1154–1184.

Amabile, Teresa M./Schatzel, Elizabeth A./Moneta, Giovanni B./Kramer, Steven J. (2004). Leader behaviors and the work environment for creativity: perceived leader support. In: The Leadership Quarterly, Vol. 15, S. 5–32.

Balzer, Nicole/Ricken, Norbert (2010). Anerkennung als pädagogisches Problem. Markierungen im erziehungswissenschaftlichen Diskurs. In: Schäfer, Alfred/ Thompson, Christian (Hrsg.), Anerkennung. Paderborn/ München/Wien/Zürich: Ferdinand Schöningh, S. 35–87.

Benjamin, Jessica (1990). Die Fesseln der Liebe. Psychoanalyse, Feminismus und das Problem der Macht. Basel/Frankfurt a. M.: Stroemfeld/Nexus.

Bitkom (2019). Mehr als jeder Dritte schaut Video-Anleitungen im Internet. www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Mehr-als-jeder-Dritte-schaut-Video-Anleitungen-im-Internet.html [Zugriff: 11.06.2021

Boenigk, Michael/Ulrich, Susanne (2018). Kreativität und Medienwandel. In: Siems, lorian U./Papen, Marie-Christin (Hrsg.), Kommunikation und Technik. Ausgewählte neue Ansätze im Rahmen einer interdisziplinären Betrachtung. Wiesbaden: Springer Verlag, S. 3–17.



kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

Bowblax/ Nicholars DeOrio/ Optimus/ Pescatore (2019). YouTube's P-Scores, Video Throttling, and More: A Comprehensive Guide. o.O. https://docs.google.com/document/d/1xyxDZlGztWDqGQGae4Oakkt0VAYB21-OcXgNKYrPzcw/edit [Zugriff: 11.06.2021]

Brodbeck, Karl-Heinz (2006). Neue Trends in der Kreativitätsforschung. In: Psychologie in Österreich, 4&5, S. 246–253.

Busch, Klaus Henning (2003). Handbuch – Innovationen erfolgreich realisieren. Erfinden lernen – lernend erfinden. Berlin: trafo verlag.

Butler, Judith (2001). Psyche der Macht: das Subjekt der Unterwerfung. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Csikszentmihalyi, Mihaly (1997). Kreativität – Wie sie das Unmögliche schaffen und ihre Grenzen überwinden. Stuttgart: Klett-Cotta Verlag.

Cwielong, Ilona A. (2016). Die Interdependenz und Reziprozität des Anerkennungs- und Aneignungsprozesses in der Mediatisierung. Eine qualitative empirische Untersuchung von Mitgliedern der japanisch popkulturellen Manga- und Animéfanszene. Bielefeld: Universita□t Bielefeld.

Cwielong, Ilona Andrea (2017). Der Anerkennungsdiskurs in der bildungswissenschaftlich orientierten Medienpa□dagogik und Mediensozialisationsforschung. In: Medienimpulse, 55 (1). DOI: 10.21243/medienimpulse.2016.4.1033.

Dorgerloh, Stephan/Wolf, Karsten D. (Hrsg.) (2020). Lehren und Lernen mit Tutorials und Erklärvideos. Weinheim: Beltz.

Dresler, Martin (2008). Einleitung: Kreativität als offenes Konzept, In: Dresler, Martin/Baudson, Tanja Gabriele (Hrsg.), Kreativität. Beiträge aus den Natur- und Geisteswissenschaften. Stuttgart: S. Hirzel, S. 7–20.

Gardner, Howard (1993). Creating minds: An anatomy of creativity seen through the lives of Freud, Einstein, Picasso, Stravinsky, Eliot, Graham and Gandhi. New York: Basic Books.

Goodrow, Cristos (2017). You know what's cool? A billion hours. o.O. https://blog.youtube/news-and-events/you-know-whats-cool-billion-hours [Zugriff: 12.06.2021]

Grischa (2013). Interview mit Alexander Giesecke und Nicolai Schork von TheSimpleMaths. o.O. www.lern-online.net/blog/interview-mit-alexander-giesecke-und-nicolai-schork-von-thesimplemaths/ [Zugriff: 31.08.2021]

Guilford, Joy Paul (1956). The structure of intellect. In: Psychological Bulletin 54, S. 267–293.

Hale, James (2019). Creators Discovered YouTube's Publicly Available Code Displayed Channels' P-Scores, Video

Ratings, And More.
www.tubefilter.com/2019/10/30/youtube-p-score-rating-investigation-how-youtube-decides-p-score/ [Zugriff: 11.06.2021]

Hall, Stuart (1973/1999). Encoding/ Decoding. In: During, Simon (Hrsg.), Cultural Studies Reader. Florence (KY)/USA, S. 507–517.

Hermes, Ann Kathrin (2020). Daniel Jung: „An der Schule wäre ich versauert" o.O. www.news.at/a/mathe-erklaerer-daniel-jung-schule-11638389 [Zugriff: 31.08.2021]

Honneth, Axel (1992). Kampf um Anerkennung. Zur moralischen Grammatik sozialer Konflikte. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Jahnke, Isa/Haertel, Tobias (2010). Kreativitätsförderung in der Hochschule – ein Rahmenkonzept. In: Hochschulwesen 3/2010, S. 88–96.

Jörissen, Benjamin/Marotzki, Winfried (Hrsg.) (2009). Medienbildung – Eine Einführung. Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt.

Lenk, Hans (2000). Kreative Aufstiege: zur Philosophie und Psychologie der Kreativität. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Mau, Steffen (2017). Das metrische Wir. Über die Quantifizierung des Sozialen. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Mead, George Herbert (1934). Mind, Self and Society. Chicago: University of Chicago Press.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2020). JIMplus 2020, Lernen und Freizeit in der Corona-Krise. www.mpfs.de/studien/jim-studie/jimplus-2020/ [Zugriff: 22.02.2020]

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2018). JIM 2018. Jugend, Information, (Multi-)Media Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart. https://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2018/ [Zugriff: 11.06.2021]

Mills, Stuart (2019). YouTube's P-Score Says More About the Platform than its Users.
https://medium.com/swlh/youtubes-p-score-says-more-about-the-platform-than-its-users-18152d5b3b71 [Zugriff: 11.06.2021]

Mischi, Silvia (2019). Interview mit Alex Giesecke und Nico Schork zur Lern-App Simple Club: „Online Lernen funktioniert!" o.O.
www.ovb-online.de/weltspiegel/wirtschaft/regionales/lernhilfe-simple-club-schon-schueler-gegruendet-dienstag-grosser-infotag-kesselhaus-stel-13076647.html [Zugriff: 31.08.2021]

Niesyto, Horst (2004). MEDIENPÄDAGOGIK UND SOZIOKULTURELLE UNTERSCHIEDE. Langfassung einer Studie auf der Basis von Experten-Interviews in Baden- Württemberg und Rheinland-Pfalz. Ludwigsburg: Verlag Pädagogische Hochschule Ludwigsburg.

Nütten, Ingeborg/ Sauermann, Peter (1988). Die Anonymen Kreativen. Instrumente einer innovationsorientierten Unternehmenskultur. Wiesbaden: Gabler Verlag.

Porter, Theodore M. (1996). Trust in Numbers. The Pursit of Objectivity in Science and Public Life. Princeton.

Rummler, Klaus/ Wolf, Karsten. (2012). Lernen mit geteilten Videos: aktuelle Ergebnisse zur Nutzung, Produktion und Publikation von online-Videos durch Jugendliche. In: Sützl, Wolfgang/Stalder, Felix/Maier, Ronald (Hrsg.), Media, Knowledge and Education/Medien – Wissen – Bildung. Cultures and Ethics of Sharing/Kulturen und Ethiken des Teilens. Innsbruck: Innsbruck University Press, S. 253–26.

Sonnenburg, Stephan (2007). Kooperative Kreativität: theoretische Basisentwürfe und organisationale Erfolgsfaktoren. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Sternberg, Robert J./Lubart, Todd I. (1999). The Concept of Creativity: Prospects and Paradigms. In: Sternberg, Robert (Hrsg.), Handbook of Creativity. New York: Cambridge University Press, S. 3–15.

Weitz, Morris (1972). Open concepts. In: Revue Internationale de Philosophie 26, S. 86–110.

Welling, Hans (2007). Four Mental Operations in Creative Cognition: The Importance of Abstraction. In: Creativity Research Journal, H. 2–3 (19), S. 163–177.

Wolf, Karsten (2015). Bildungspotenziale von Erklärvideos und Tutorials auf YouTube. Audio-Visuelle Enzyklopädie, adressatengerechtes Bildungsfernsehen, Lehr-Lern-Strategie oder partizipative Peer Education? In: merz | medien + erziehung, 59(15), S. 30–36.

YouTube (2021). Creator Academy. Suche und Auffindbarkeit auf YouTube. Irland. https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/discovery?hl=de#strategies-zippy-link-1 [Zugriff: 12.06.2021]