

Kreatives Schreiben – eine philosophische Begriffsreflexion

Selim Pekel

Abstract

Dieser Artikel ist eine philosophische Begriffsreflexion, die nach den wesentlichen Eigenschaften der Einzelbegriffe *Kreativität* und *Schreiben* fragt, wobei die *Kreativität* im Fokus steht. Der Artikel widerspricht gängigen Definitionen, die Wertvollsein im Sinne einer moralischen Kategorie als wesentlich für die *Kreativität* bestimmen. Dafür rekonstruiert er diesbezüglich im (englischsprachigen) Forschungsdiskurs bereits formulierte Einwände und plädiert ebenfalls dafür, stattdessen vom (wertneutralen) Nutzen zu sprechen. Anschließend erläutert er, warum zur *Kreativität* außerdem eine Plötzlichkeit und Erlebnishaftigkeit gehören, ohne die der Begriff nicht gedacht werden kann und die deshalb wesentliche Eigenschaften des Begriffs sind.

Einleitung

Eine *philosophische Begriffsreflexion* ist ein zielgerichtetes Nachdenken, um (1) die wesentlichen Merkmale eines Begriffs zu ergründen und (2) herauszuarbeiten, wie diese sich zueinander verhalten. *Wesentlich* sind jene Merkmale, „die ein Seiendes nicht verlieren kann, ohne aufzuhören, es selbst zu sein“ (Hammer 2008: 679). Die sprachliche Struktur des Begriffs *kreatives Schreiben* legt nahe, wie diesbezüglich erfolversprechend vorzugehen ist: Es handelt sich um ein Begriffspaar, das aus der Zusammenführung zweier Einzelbegriffe – *Schreiben* und *Kreativität* – gewonnen wird. *Kreatives Schreiben* ist eine Teilmenge der Obermenge *Schreiben*, zu der notwendig und distinktiv die Eigenschaft gehört, *kreativ* zu sein. Diese Zusammenführung ist nur dann möglich, wenn das Begriffspaar alle wesentlichen Merkmale des *Schreibens* und der *Kreativität* einschließt und dabei widerspruchsfrei bleibt. Daher liegt nachfolgend der Fokus auf den genannten Einzelbegriffen. Die aus dieser Beschäftigung gewonnenen Erkenntnisse bilden das Fundament für eine prägnante Antwort auf die Frage, ob und wie sich *Kreativität* dem *Schreiben* als Merkmal der Unterscheidung von anderen Formen des *Schreibens* zuordnen lässt.

Schreiben

Manchmal ist es für eine Begriffsbestimmung hilfreich, *ex negativo* zu beginnen – also zu überlegen, was unter einem Begriff *nicht* zu verstehen ist. Ein Blick in die Fülle an schreibwissenschaftlichen Publikationen zeigt etwa folgende, selten explizit formulierte Setzung: *Schreiben* bezieht sich weder auf nicht-sprachliche Zeichensysteme (Musiknoten) noch auf formalsprachliche Aussagen (Mathematik, Programmiersprachen). Gemeint ist das schriftliche Sichtbarmachen *menschensprachlicher* Inhalte. Die grundlegende Struktur ist dabei immer die, dass *jemand* etwas mithilfe eines *Werkzeugs* (Stift, Tastatur) auf einer *Oberfläche* (Papier, Bildschirm) *fixiert* (Flusser 1994: 33). Beschrieben ist damit ein Gesamtprozess mit einzelnen Subprozessen, die sich „in einen zeitlichen und kausalen Zusammenhang bringen“ (Baurmann/Weingarten 1995: 14) lassen: Jedem *Schreibprozess* geht der Entschluss einer Person voraus, etwas schreiben zu wollen. Um diesen Willen zu realisieren, muss die Person bereits vor dem Schreiben über theoretisches „Schreibwissen“ (Baurmann/Weingarten 1995: 14) und die jeweiligen motorischen Fähigkeiten verfügen. *Schreibwissen* lässt sich mit Vilem Flusser genauer bestimmen als die Kenntnis über Buchstaben, deren Bedeutung, die Rechtschreibregeln, das grammatikalische System und die Wortbedeutungen innerhalb einer konkreten Sprache sowie die Botschaft, die man schriftlich festhalten will (Flusser 1994: 32). Flussers letzter Punkt lässt sich dahingehend korrigieren, dass eine Person nicht wissen muss, was sie schreiben will, auch wenn das oft der Fall sein dürfte. Es kann auch schon ausreichend sein, dass sie weiß, *wie* sie schreiben will – nach diesem Prinzip funktioniert etwa das *Freewriting*. Zum *Schreiben* gehört zudem immer ein *Schreibbewusstsein*, das einerseits den anfänglichen Schreibentschluss und andererseits die bewusste Erlebniswahrnehmung umfasst: *Ich schreibe gerade*. Im Laufe des Schreibens kann dieses Schreibbewusstsein sicherlich auch in den Hintergrund rücken, etwa wenn es zu einem Flow-Erlebnis kommt (Csikszentmihalyi 1988: 15 ff.).

Auch die von Flusser genannten Materialien, also Schreiboberfläche und Schreibwerkzeug, müssen bereits verfügbar sein, damit es möglich ist, zu schreiben. Die dann folgende Schreibhandlung setzt einen transformativen, produktiven und kommunikativen Kreislauf in Gang, in dem zunächst nur einer Person zugängliche geistige, also nicht-materielle Bewusstseinsinhalte auf einer Oberfläche materialisiert werden. Wer schreibt, liest zugleich unweigerlich auch das Geschriebene, womit der materialisierte Inhalt wieder zu einem Bewusstseinsinhalt umgewandelt wird. Da Materielles sinnlich wahrnehmbar ist, ist das Geschriebene im Gegensatz zu Gedanken auch für Außenstehende erfahrbar und je nach Kontext verstehbar. Das aus diesem Schreibprozess hervorgehende Schreibprodukt steht bei genauerer Betrachtung nicht am Ende der Schreibhandlung, sondern beginnt mit dem Handlungsanfang bereits zu *werden* – ähnlich dem Umstand, dass Menschen zwar nicht tot sein können, so lange sie leben, aber schon mit der Geburt anfangen zu sterben.

Zur Kausalität kommt eine potenzielle Wechselwirkung hinzu: Es ist zwar richtig, dass bereits schreibtheoretisches Wissen vorhanden sein muss, um schreiben zu können, doch das Schreiben führt zu einem Zugewinn an Schreiberfahrung, die dieses Wissen mehren kann. Dieses Mehr an Wissen wiederum kann seinerseits die Schreibhandlung verändern. Schreiben ist demnach eine *techne* im aristotelischen Sinne, ein lehr- und lernbares Handwerk bzw. Können, bei dem der „Zusammenhang zwischen Hervorbringen und der Kenntnis fester Regeln, der Einsicht in die Gründe und die Natur der Sache“ (Suhr 2008: 604) zentral ist. Das Besondere des Schreibhandwerks in Abgrenzung zu anderen Handwerken ist seine Beziehung zu den genannten festen Regeln. Als schriftliche Fixierung sprachlich ausgedrückter Bewusstseinsinhalte ist es ähnlich offen für Regelbrüche wie die Sprache selbst. Sicherlich gibt es einige Ausnahmen, die keinen Raum für Sprach- bzw. Schreibspiele lassen (etwa Gesetzestexte), doch grundsätzlich besteht diese Möglichkeit und ist in der Gesellschaft anschlussfähig. Andernfalls würden wir keine Gedichte lesen, weil sie die Maxime verletzen, eindeutig zu sein, oder keine Geschichten lesen, weil sie die Maxime verletzen, die Wahrheit zu sagen (Grice 1957: 377 ff.).

Abschließend lässt sich also Folgendes festhalten: *Schreiben* meint eine komplexe, intentionale, lernbare, produktive und kommunikative Handlung, mit der geistige Inhalte auf einer Oberfläche materialisiert werden, um sie für sich selbst oder andere zugänglich zu machen. Hierbei sind der Erfolg des Vorhabens oder die Qualität des Schreibprodukts nicht ausschlaggebend. Entscheidend ist, dass am Anfang der Schreibwille steht. Man denke an eine Katze, die wild auf einer Tastatur herumspringt, und dass im Zeitfenster der Unendlichkeit auf dem Bildschirm zwangsläufig irgendwann ein wunderschönes Gedicht zu lesen sein wird. Würden wir davon sprechen, dass die Katze dieses Gedicht geschrieben hat? Nein, denn es fehlt ein Subjekt, das (1) handeln und (2) die Handlung sowie das Geschriebene als zu ihm gehörig empfinden kann – es fehlt also die *me-ness* bzw. *mineness*-Dimension (Zahavi 2020: 634 ff.).

Kreativität

Trotz einer Vielzahl unterschiedlicher Auffassungen im Detail herrscht im Kreativitätsdiskurs Einigkeit über viererlei: Erstens darüber, dass das Phänomen der Kreativität (insbesondere empirisch) schwer fassbar ist, was eine einheitliche Begriffsbestimmung erschwert. Zweitens darüber, dass zwischen verschiedenen Formen der Kreativität unterschieden werden kann (Helfand et al. 2016: 15 ff.). Drittens darüber, dass sowohl Personen als auch Prozesse oder Produkte kreativ sein können. Viertens darüber, dass ein *X* nur dann *kreativ* ist, wenn es *originell* und *wertvoll* ist (eine Übersicht geben Paul/Kaufman 2014: 3 ff.). *Kreativität* umfasst demnach (1) die Fähigkeit einer Person, originelle und wertvolle Ideen zu generieren, und zugleich das Vermögen, kreative von nicht-kreativen Ideen zu unterscheiden, (2) den Prozess, in dem diese Ideen generiert werden, und (3) die Evaluation, mit der a) das grundsätzliche Kreativsein eines *X* (kreativ/unkreativ) sowie b) sein Kreativitäts-

grad (X ist kreativer bzw. unkreativer als Y) bestimmt wird. Bevor nun analog zum Schreibprozess der zeitlich-kausale Ablauf der Kreativität rekonstruiert werden kann, sind die beiden genannten Kriterien des Kreativseins zu überprüfen.

Ein X mit dem Prädikat *originell* zu versehen bedeutet, es als ursprünglich bzw. in irgendeiner Weise einzigartig zu markieren und damit von (möglichen) Imitationen abzugrenzen. Bezogen auf Personen ließe sich mit diesem Verständnis davon sprechen, dass jede Person originell, da in ihrer Art einmalig, ist. Da diese Bestimmung tautologisch wäre, meint auf Personen bezogene Originalität im Forschungsdiskurs nicht die Person selbst, sondern ihre Fähigkeit, originelle Ideen zu generieren. *Originalität* bringt als Kriterium allerdings zwei Probleme mit sich: Erstens ist unklar, ob damit die menschheitsgeschichtliche, gesellschaftliche oder individuelle Perspektive gemeint ist (Paul/Stokes 2018: 193 ff.). Ist etwa nur jene Erfindung des Rads originell, die die erste der Menschheitsgeschichte gewesen ist, oder jeweils die erste Erfindung in einer mit diesem Konzept noch unbekannteren Gesellschaft? Oder angenommen, ein gegenwärtig mit dem Konzept *Rad* unbekannter, isoliert lebender Mensch erfände das Rad. Wäre seine Idee, die zu dieser Erfindung führt, originell? Zweitens weist bereits Kant darauf hin, dass Neuheit als Kriterium unzureichend ist, da sich auch viel origineller Unsinn schaffen lasse (Hirschi 1999: 236). Aus diesen Überlegungen heraus betont die Forschung, dass Kreatives nicht nur neu, sondern zugleich auch wertvoll sein müsse (Paul/Kaufman 2014: 3 ff.). Es gilt zu zeigen, dass a) *wertvoll*¹ als *funktional-effektiv* („task appropriate“ bei Kaufman 2016: 25) näher bestimmt oder damit ersetzt werden muss und b) die Kreativitätskriterien um *erlebnishaft* und *plötzlich erkannt* ergänzt werden müssen.

Wert bezeichnet in der europäischen Kulturgeschichte zunächst eine ökonomische Kategorie. Er ist das normative Gegenstück zum *Preis*. Der Preis zeigt an, was eine Ware zu einem gegebenen Zeitpunkt, je nach Verhältnis zwischen Angebot und Nachfrage, tatsächlich kostet. Im Wert derselben Ware kommt zum Ausdruck, was diese unter Berücksichtigung der Herstellungskosten und der Nützlichkeit der Ware für die erwerbende Person kosten *sollte*. Diese im Begriff angelegte moralische Komponente dominiert unser heutiges Verständnis von dem, was wir unter *wertvoll* verstehen – etwas, das in irgendeiner Weise (moralisch) *gut* ist (Precht 2008: 676). So verstanden kann *wertvoll* kein essenzielles Merkmal der Kreativität sein. Denn damit wären alle originellen Ideen ausgeklammert, denen zwar eine im moralischen Sinne schlechte Intention zugrunde liegt, die aber nichtsdestotrotz wirkmächtig sind. Auch Alison Hills und Alexander Bird machen auf diesen Punkt aufmerksam und illustrieren ihn wie folgt:

„Consider a creative serial killer, who finds novel and ingenious ways of murdering his victims, or a creative torturer, who regularly devises new methods of torment.

1 Im englischen Diskurs *valuable* oder *of value*. Zwar kann dies auch *nützlich* (useful) statt *wertvoll* meinen, doch Hills/Bird (2018: 95 ff.) zeigen auf, wie dies in vielen Kreativitätsdefinitionen nicht der Fall ist.

*There is no contradiction in the idea that creativity can be put to terrible ends.“
(Hills/Bird 2018: 97)*

Auch wenn *kreativ* eine positive Konnotation haben mag, weist das Beispiel darauf hin, dass es möglich ist, die *Kreativität* einer Idee anzuerkennen, ohne den daraus hervorgehenden Prozess (in diesem Fall töten oder foltern), das Produkt (verstanden als Ergebnis der Handlung) oder die Wirkung (etwa Konsequenzen für die Angehörigen) gutzuheißen (Hills/Bird 2018: 97). Zudem schließt *wertvoll* als Kreativitätskriterium auch alle moralisch neutralen Ideen und Erfindungen aus. Mit einem wertneutralen Blick muss man also korrigieren, dass etwas dann *kreativ* ist, wenn es originell und *funktional-effektiver* ist als die bestehenden Alternativen. Damit gewinnt der Kontext an Bedeutung. Denn nun ist entscheidend, aus wessen Perspektive in welcher Situation und in welcher Hinsicht eine Idee effektiver ist als ihre Alternativen. (*Funktionale*) *Effektivität* mag meinen, dass ein Maler nach neuen Ideen sucht, mit denen er seinem Gefühlsleben besser Ausdruck verleihen kann als bisher, oder die Lehrerin, die ihre Vorträge spannender gestalten will, oder aber einen Automobilhersteller, der nach neuen Wegen sucht, die Effizienz eines Dieselmotors zu steigern. Man könnte auch sagen: Die kreative Idee soll, wenn sie realisiert wird, eine bestimmte Funktion besser erfüllen als ihre bereits bestehenden Alternativen – also eine zielführende Wirksamkeit entfalten. Damit sind vielerlei unterschiedliche Kriterien einzufangen, seien sie nun ästhetischer, pädagogischer, wirtschaftlicher, moralischer, krimineller oder anderweitiger Natur.

Wie genau der Prozess abläuft, aus dem kreative Ideen hervorgehen, ist seit jeher eine Frage der Philosophie. Ein genauer Blick in die Philosophiegeschichte ist hier zwar nicht möglich, ein kurzer Überblick über den philosophischen Kreativitätsdiskurs aber durchaus:

„Plato has Socrates say, [...] that when poets produce truly great poetry, they do it not through knowledge or mastery, but rather by being divinely ‚inspired‘—literally, breathed into—by the Muses [...]. Kant conceived of artistic genius as an innate capacity to produce works of ‚exemplary originality‘ through the free play of the imagination, a process which does not consist in following rules, can neither be learned nor taught, and is mysterious even to geniuses themselves. Schopenhauer stressed that the greatest artists are distinguished not only by the technical skill [...], but also by the capacity to ‚lose themselves‘ in the experience of what is beautiful [...]. Nietzsche saw [...] creativity [...] as being born out of a rare cooperation between the ‚Dionysian‘ spirit of ecstatic intoxication, which imbues the work with vitality and passion, and the ‚Apollonian‘ spirit of sober restraint, which tempers chaos with order and form.“ (Paul/Kaufman 2014: 3 f.)

Diese unterschiedlichen Auffassungen der *Kreativität* eint, dass sie das schöpferische Potenzial als etwas betrachten, das sich in ästhetischen Kunstwerken manifestiert. Zudem ist eine

Geringschätzung der schaffenden Person erkennbar, zumindest bezogen auf ihr theoretisches Wissen und ihre technischen Fähigkeiten. *Kreativität* bezeichnet demnach einen weder lehr- noch lernbaren Prozess, der nicht bewusst erlebt wird. Die kreative Idee, die sich dann im Erschaffen des Menschen materialisiert, ist entweder ein göttlicher Einfall (Platon), das mysteriöse Produkt einer ‚freigelassenen‘ Fantasie (Kant), das Ergebnis eines Vorgangs, in dem ein die Welt und alles in ihr durchdringender ‚Wille‘ unmittelbar (Schopenhauer) oder aber von der Vernunft überformt (Nietzsche) zum Ausdruck kommt. Zweierlei ist daran aus heutiger Sicht ‚problematisch‘²: Erstens zwingt der Fokus auf das künstlerische Schaffen die *Kreativität* in ein viel zu enges Korsett. Zweitens ziehen drei dieser Auffassungen unergründliche Größen heran, um einen rätselhaften Prozess zu erklären, womit sie das Erklärungsbedürftige verdoppeln. Deshalb verzichtet die gegenwärtige Kreativitätsforschung auf eine unbekannte Kraft, um kreative Prozesse zu erklären, und beschränkt sich auf den menschlichen Geist und die physische Welt, in der dieser Geist sich ausdrückt. Die Ergebnisse der Kreativitätsforschung (Ritter/Mostert 2017: 243 ff.) verweisen darauf, dass es möglich ist, den Denkprozess so zu gestalten, dass kreative Ideen zu generieren wahrscheinlicher wird. Gegenwärtig ist dennoch unklar, wie genau eine kreative Idee als solche erkannt wird, und ob diese Fähigkeit geschult werden kann.

Auch wenn nicht alle Rätsel um das Phänomen der *Kreativität* gelöst sind, so lässt es sich als erlebter Prozess folgendermaßen aufschlüsseln: Zunächst ist eine Person notwendig, die in der Lage ist, das kreative Potenzial einer Idee zu erkennen. Anders als beim Schreiben braucht es hier keinen willentlichen Anfang. Eine Person kann sich zwar vornehmen, auf die Suche nach kreativen Ideen zu gehen, doch es ist auch möglich, dass diese ihr unerwartet und plötzlich ein- oder auffallen – Letzteres gesetzt den Fall, dass die Person als erste das kreative Potenzial einer sich bereits im Umlauf befindenden, aber verkannten Idee erkennt. Das kann diese Person aber nur, wenn sie die möglichen Auswirkungen der Idee *imaginiert*. Denn *kreativ* ist, wie zuvor herausgearbeitet, eine Bewertung, und bewerten kann man nur nachträglich. Diese Bewertung der imaginierten Möglichkeiten ist aber keine, die auf langwierigen Überlegungen, Planungen oder Berechnungen beruht. Sie ist eine für die imaginierende Person unmittelbare und überraschende Einsicht in das Kreativitätspotenzial einer der imaginierten Ideen (Paul/Stokes 2018: 204). Eine Idee zieht also die Aufmerksamkeit der denkenden Person auf sich und bekommt das Prädikat *potenziell kreativ* zugeschrieben. Damit ist eine zu testende Hypothese aufgestellt. Nun muss das Imaginierte realisiert werden, denn ansonsten bleibt die Idee ineffektiv. Die als potenziell kreativ erkannte Idee gibt also den ‚Versuchsaufbau‘ vor. Wird die Hypothese bestätigt, dass die originelle Idee tatsächlich effektiv bzw. effektiver als ihre Alternativen ist, so wird man diese Idee, ihre Ausführung sowie ihre*n Urheber*in als *kreativ* be-

2 ‚Problematisch‘ deshalb, weil die genannten Ansichten auf metaphysischen Spekulationen fußen, die nicht falsifizierbar sind. Doch ebenso wie diese ‚Problematisierung‘ sind sie Ausdruck sich im Laufe der Kulturgeschichte wandelnder Welt- und Menschenbilder.

zeichnen dürfen. In dieser Bewertung schwingt aber immer die oben erörterte Annahme mit, dass an einem Punkt das potenzielle Kreativsein der Idee *plötzlich* erkannt worden ist (Paul/Stokes 2018: 204 ff.). Die Beurteilung ist nicht Ergebnis rationaler Abwägung, sondern vielmehr eine plötzliche (An-)Erkennung der Kreativität. Erstgenannte Annahme einer intuitiven Einsicht in das kreative Potenzial einer Idee ist auch ein Grund, warum wir gemeinhin nur Menschen die Fähigkeit zusprechen, kreativ zu sein. Zwar mag etwa auch eine KI Ideen generieren, die wir als *kreativ* bewerten könnten, doch ihrer Ideenproduktion fehlt die Erlebnishaftigkeit und das potenzielle (An-)Erkennen der eigenen Kreativität aus der Ich-Perspektive.

Kreatives Schreiben

Kreatives Schreiben kann somit verstanden werden als ein programmatischer Oberbegriff für alle Formen des Schreibens, die (1) selbst eine Ausführung kreativer Ideen sind³, (2) gezielt versuchen, die Produktion kreativer und *kreativerer* Ideen wahrscheinlicher zu machen, etwa durch den Rückgriff auf bewährte Techniken, sowie (3) den Imaginationsprozess schriftlich fixieren und unterstützen, in dem die Ideen auf ihre mögliche Kreativität hin ‚eingesehen‘ werden können. *Kreatives Schreiben* ist damit zugleich Ausdruck einer Haltung, die „das Neue gegenüber dem Alten, das Abweichende gegenüber dem Standard, das Andere gegenüber dem Gleichen“ (Reckwitz 2012: 10) bevorzugt. Voraussetzung ist, dass in der Veränderung die Möglichkeit gesehen wird, das Gegebene – je nach eigenem Maßstab – zu verbessern. Zudem ist *kreatives Schreiben* auch Ausdruck des Wunsches, Unbekanntes entdecken zu wollen – also einerseits der Neugier, andererseits des Strebens, den eigenen oder kollektiven Wissensbestand zu erweitern, und nicht zuletzt auch des Wunsches, die eigene Wirksamkeit (Bandura 1977: 91 ff.) erleben zu wollen. Denn *ich* bin es, der zielgerichtet schreibhandelnd Ideen generiert, die im Idealfall alle kreativ sind.

Literatur

- Bandura, Albert (1977): Self-Efficacy. Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. In: *Psychological Review*. Vol. 84. No. 2. 91–215.
- Baurmann, Jürgen/Weingarten, Rüdiger (1995): Prozesse, Prozeduren und Produkte des Schreibens. In: Baurmann, Jürgen/Weingarten, Rüdiger (Hrsg.): *Schreiben. Prozesse Prozeduren und Produkte*. Wiesbaden: Springer. 7–28.

3 Dabei ist eine kreative Schreibhandlung nur beim ersten Mal die Realisation einer kreativen Idee, weil sie mit der ersten Ausführung ihre Originalität einbüßt – ob nun nach menschheitsgeschichtlichem, gesellschaftlichem oder biografischem Erfahrungshorizont.

- Csikszentmihalyi, Mihaly (1988): The Flow Experience and its Significance for Human Psychology. In: Csikszentmihalyi, Mihaly/Csikszentmihalyi, Isabella Selega (Hrsg.): *Optimal Experience. Psychological Studies of Flow in Consciousness*. Cambridge: Cambridge University Press. 15–35.
- Flusser, Vilém (1994): *Gesten. Versuch einer Phänomenologie*. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Grice, Herbert Paul (1957): Meaning. In: *The Philosophical Review*. Vol. 66. No. 3. 377–388.
- Hammer, Thomas (2008): Wesentlich. In: Prechtel, Peter/Burkard, Franz-Peter (Hrsg.): *Metzler-Lexikon Philosophie. Begriffe und Definitionen*. Stuttgart: Metzler. 679.
- Helfand, Max/Kaufman, James C./Beghetto, Ronald A. (2016): The Four-C Model of Creativity: Culture and Context. In: Glăveanu, Vlad Petre (Hrsg.): *The Palgrave Handbook of Creativity and Culture Research*. London: Palgrave Macmillan. 15–36.
- Hills, Alison/Bird, Alexander (2018): Creativity without Value. In: Gaut, Berys/Kieran, Matthew (Hrsg.): *Creativity and Philosophy*. New York: Routledge. 95–107.
- Hirschi, Caspar (1999): Die Regeln des Genies. Die Balance zwischen Mimesis und Originalität in Kants Produktionsästhetik. In: *Zeitschrift für Philosophie*. Vol. 82. 217–255.
- Kaufman, James C. (2016): The Creative Construct. In: *RSA Journal*. Vol. 162. No. 5565. 24–27.
- Paul, Elliot Samuel/Kaufman, Scott Barry (2014): Introducing the Philosophy of Creativity. In: Paul, Elliot Samuel/Kaufman, Scott Barry (Hrsg.): *The Philosophy of Creativity. New Essays*. New York: Oxford University Press. 3–16.
- Paul, Elliot Samuel/Stokes, Dustin (2018): Attributing Creativity. In: Gaut, Berys/Kieran, Matthew (Hrsg.): *Creativity and Philosophy*. New York: Routledge. 193–210.
- Prechtel, Peter (2008): Wertephilosophie, Werteethik. In: Prechtel, Peter/Burkard, Franz-Peter (Hrsg.): *Metzler-Lexikon Philosophie. Begriffe und Definitionen*. Stuttgart: Metzler. 676.
- Reckwitz, Andreas (2012): *Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung*. Berlin: Suhrkamp.
- Ritter, Simone M./Mostert, Nel (2017): Enhancement of Creative Thinking Skills Using a Cognitive-Based Creativity Training. In: *Journal of Cognitive Enhancement*. Vol. 1. No. 3. 243–253.
- Suhr, Martin (2008): Techne. In: Prechtel, Peter/Burkard, Franz-Peter (Hrsg.): *Metzler-Lexikon Philosophie. Begriffe und Definitionen*. Stuttgart: Metzler. 604.
- Zahavi, Dan (2020): Consciousness and Selfhood. In: Kriegel, Uriah/Zahavi, Dan (Hrsg.): *The Oxford Handbook of the Philosophy of Consciousness*. New York: Oxford University Press. 634–653.

Autor

Selim Pekel, M. A., geb. 26.04.1991 in Berlin, hat im Mai 2021 den Master Soziokulturelle Studien an der Europa-Universität Viadrina abgeschlossen und promoviert seit Oktober 2021 zu Nietzsches Emotionstheorie.