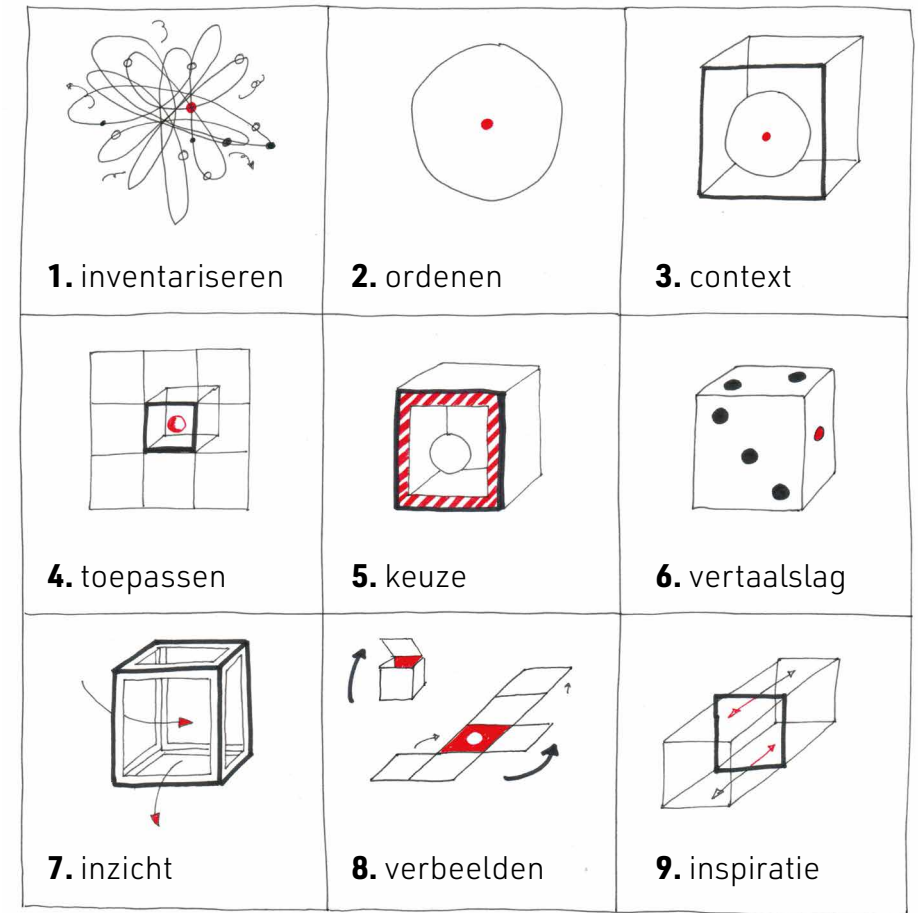


# INHOUD

<b>Introductie</b>	<b>6</b>
<b>Inleiding</b>	<b>8</b>
<b>De waarde van creatief denken</b>	<b>12</b>
<b>Het spectrum</b>	<b>16</b>
<b>Creativiteit</b>	<b>20</b>
<b>Waarnemen</b>	<b>28</b>
<b>Denken</b>	<b>44</b>
<b>Doen</b>	<b>56</b>
<b>Creatieve processen</b>	<b>62</b>
1. Inventariseren	62
2. Ordenen	68
3. Context	74
4. Toepassen	80
5. Keuze	86
6. Vertaalslag	92
7. Inzicht	98
8. Verbeelden	104
9. Inspiratie	110
Samenvatting	116
<b>Onverwachte zaken</b>	<b>118</b>
<b>Nawoord</b>	<b>120</b>
<b>Dank</b>	<b>122</b>
<b>Info</b>	<b>124</b>
<b>Bio</b>	<b>126</b>

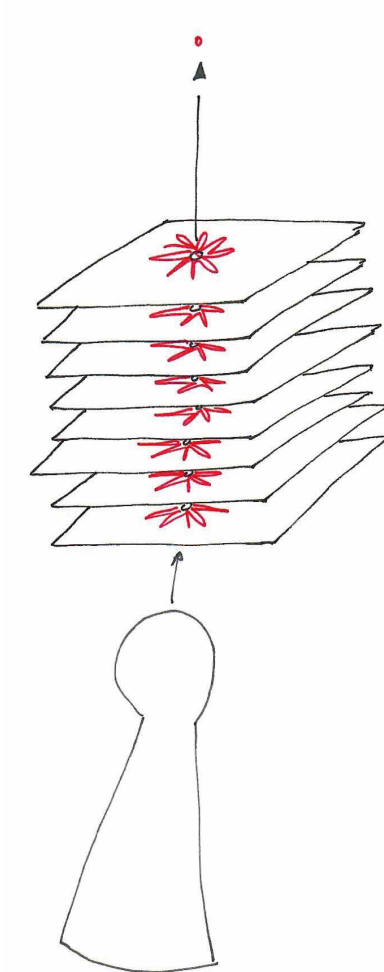


# INTRODUCTIE

Creativiteit is een samenhang van verschillende processen.

**Creatieve processen** toont een verzameling van de aspecten, verbanden en stappen die onderdeel zijn van het creatieve denken. Dit overzicht biedt inzicht in het eigen creatieve proces en helpt hier meer sturing aan te geven. Dit boek behandelt de 9 creatieve processen die ten grondslag liggen aan de toepassing van creativiteit en **biedt handvatten** en inspiratie aan iedereen die zijn of haar verbeeldingskracht inzet op professioneel gebied.

**Nederland** wordt internationaal gezien als één van de meest creatieve landen ter wereld. Creativiteit ligt ten grondslag aan innovatie, ontwikkeling en veerkracht. Processen die van groot belang zijn, nu de maatschappij zo snel en ingrijpend aan het veranderen is. Juist doordat we een klein land zijn, weinig grondstoffen hebben, en met veel nationaliteiten samenleven, zijn we gewend om te onderhandelen. We moeten nadenken over onze communicatie, de belangen afwegen en ons aanpassen. Het is steeds opnieuw het kader bekijken, nadenken over de plaatsing en de vraag in de context zetten. Een weg zoeken om je geld te verdienen, te leven en om voldoening te voelen. Om die weg te vinden hebben we **ideeën, inspiratie en verbeelding** nodig. Creativiteit speelt een grote rol in het uitstippelen van deze weg waardoor we onze mogelijkheden blijven zien vanuit ons eigen vermogen.



## INLEIDING

Als coach van creatief talent valt het me op dat de meeste creatieven moeite hebben met de **communicatie** naar de buitenwereld. Hun manier van kijken, hun gedachtegang en werkwijze is afwijkend van de standaard, terwijl die voor hen een vanzelfsprekendheid is. Hun manier van werken is uniek door hun eigen achtergrond, hun voorkeuren en hun keuzes. Onderling is er tussen creatieven een bepaalde manier van herkenning, waardoor ze zich staande weten te houden in de samenleving. Zodra ze zich buiten de eigen sector begeven, lopen ze tegen muren aan, doordat daar die herkenning niet plaats vindt.

Die buitenwereld wil creativiteit graag **herkennen** en begrijpen. Echter, doordat creatieven zo'n geheel eigen pad gaan en volgens hun eigen stramien werken, is herkenning voor buitenstaanders lastig. Het creatieve proces volgt geen bestaand stramien. Dus om het te kunnen volgen, is het noodzakelijk om je erin te verdiepen. Deze vrije werkwijze van creatieven ligt nogal ver af van de voorkeuren en doelen die het bedrijfsleven heeft.

In bijna alle sectoren liggen financiële doelen ten grondslag aan al het handelen. Door de behoefte aan voorspelbaarheid wordt veelal vanuit een vaststaand stramien gewerkt. In de creatieve sector is er een heel andere eerste behoefte; de drive om een vertaalslag te maken naar werk of reactie, van het onderzoek waar hun **passie** ligt. Geld is uiteraard nodig om van te leven en om te kunnen werken, maar het is geen doel op zich.

'Creativiteit' is een woord dat veel omvat. Maar alles onder één noemer gooien zou geen recht doen aan de complexiteit van dit begrip. Het is van belang **duiding** te geven aan de verschillende details, de onderdelen en de verschillende processen die plaatsvinden tijdens het creatieve werk.

Iedere creatief, zoals een kunstenaar, een ontwerper of muzikant, opereert niet alleen in een ander gebied, maar is ook nog eens uniek in de uitvoering. Iedere vormgever heeft een **eigen patroon**, spreekt een eigen beeldtaal, het handschrift. Toch is er bij deze processen, net als bij tekst, een soort universeel alfabet, dat

als een structuur te gebruiken is en waarmee je woorden kunt vormen die voor anderen te begrijpen zijn.

Door de processen te **ontrafelen**, te onderzoeken en te selecteren, groeit het inzicht in verschillende creatieve processen. Hierdoor is een methode ontstaan, die als onderlegger te gebruiken is om meer duidelijkheid te krijgen. Mijn ambitie is om het begrip creativiteit beter te plaatsen.

Als dyslect en beelddenker weet ik hoe beelden vaak meer inzicht kunnen bieden dan louter tekst. Bovendien biedt beeld ruimte voor eigen interpretatie. De illustraties zijn ontstaan tijdens gesprekken die ik als coach de afgelopen jaren heb mogen voeren met mensen uit de creatieve sector.

In dit boek gaat het niet om een 'correcte' definitie van het woord creativiteit. Het gaat om meer begrip van je **eigen unieke vermogen**. Al eens bedacht waar je gedachten vandaan komen en waar je die gedachten hebt gevonden? Ze horen bij een bepaald kader, specifieke belangen en bij dat ene moment. Neem die gedachten onder de loop. Kloppen ze nog wel in deze nieuwe situatie? Waar nodig pas je ze aan, geef je ze een draai of heb je het lef om ze weg te gooien en een nieuw idee neer te zetten. Het gaat om de toepasbaarheid van hoe creativiteit voor jou werkt.

Of je nu bezig bent aan een **opdracht of vrij werk** maakt, zodra je je werk aan iemand laat zien, speelt de reactie van die ander op jouw werk een rol. Hoe beter je in staat bent die reactie te plaatsen, hoe beter je in staat zal zijn om adequaat op de reactie te reageren. Een vraag stellen om na te gaan wat de ander precies bedoelt, geeft je een beter idee van waar de ander aan denkt. Welke associatie komt er naar boven, dat is zo afhankelijk van **het archief** aan kennis en gedachten dat iemand in de loop van zijn leven heeft opgebouwd, dat kun je niet weten. Dus daar kun je maar beter naar vragen. Je hebt geen idee waar iemand zijn gedachten gevonden kan hebben.

## INLEIDING

Op basis van herkenbare beelden weet je wat je houvast geeft. Het **perspectief** van waaruit je een onderwerp bekijkt, bepaalt de richting. Datgene wat je aandacht geeft, daar zal de focus naar uitgaan. Je wilt dat het 'klopt', je wilt dat een ander begrijpt wat je bedoelt. Je zoekt bevestiging en die zul je dan vinden. Om meer grip te krijgen op een situatie is het goed te bedenken welke processen uit het verleden een rol spelen, welk beeld je voor ogen staat in de toekomst en welke keuze je maakt in het heden, om een bepaalde weg in te slaan.

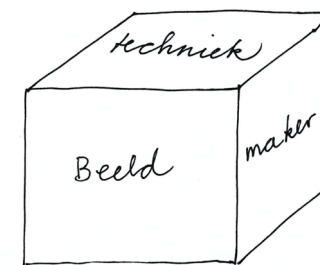
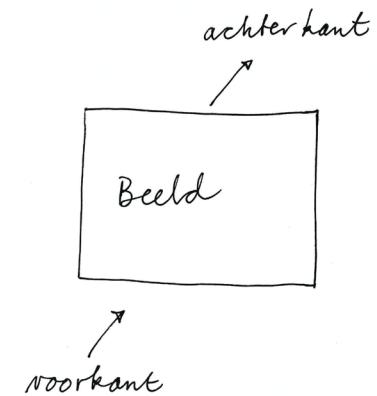
Daar waar een beeld te zien is, gaat het om de **kennis** van de totstandkoming, de techniek en de ervaringen die je hebt, om het te kunnen plaatsen. Zo kan een 2D beeld in een andere dimensie veranderen door het gebruik van je verbeelding. Je vult het aan tot een **totaalbeeld**. Dat betekent niet dat iemand die het beeld ziet, het ook meteen op jouw manier kan ontleden. Daarvoor zal je stappen moeten zetten, zodat de ander het beter kan begrijpen. Snapt de ander de eerste stap, dan kan de volgende stap gezet worden.

Om van het ene perspectief naar het andere te gaan, heb je heel wat stappen nodig. Hoe beter je getraind bent in het voorstellingsvermogen van anderen, door kennis, vaardigheden en ervaring, hoe sneller het gaat. Verwacht niet dat iemand alles ziet wat je in je werk hebt gestopt. Soms is dat ook helemaal niet nodig: het geeft stof tot nadenken en daarmee is de eerste stap gezet. Als het goed is volgt de rest vanzelf.

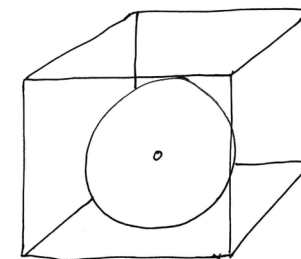
Bekijk dit boek is als een kunstwerk, denk erover na en kijk wat je er zelf aan hebt. Bewustwording en inzicht krijgen in je eigen creatieve proces is al een belangrijke stap.

**Daniëlle Wanders**

Maart 2024



het kader



totaalbeeld