

## Hoofstuk 3

### Kreatiwiteit

In hierdie afdeling word die hooflyne van kreatiwiteit, soos in die literatuur gevind, weergegee.

#### 1. Edward de Bono – Laterale denke.

Edward de Bono se naam word algemeen geassosieer met die konsep van “lateral thinking.” Die soort denke benader probleemoplossing op onortodokse soms onlogiese maniere. In De Bono (2007:4) word “lateral thinking” beskryf as “...the creativity concerned with changing ideas perceptions and concepts. Instead of working harder with the same ideas, perceptions and concepts, we seek to change them.”

De Bono (1996:3) hanteer die betekenis van die konsepte kreatief en kreatiwiteit. Op die mees basiese vlak beteken dit om iets nuut tot stand te bring. De Bono brei daarop uit deur die byvoeging van waarde. Iets wat nuut en waardevol is, sou reeds as kreatief beskou kon word op die terrein van die kunste. In die verdere omskrywing van die term word die uniekheid van die nuwe “iets” wat gedoen of gemaak is, uitgebrei deur verwysing na besondere *vaardigheid* wat daarvoor vereis word. ‘n Kreatiewe voorwerp of objek kan beskryf word as iets nuut, waardevol en uniek wat besondere vaardigheid van die vervaardiger vereis het.

Die kwalifikasies wat bygevoeg word om die andersoortigheid van die onderwerp te beklemtoon word vervat in die terme *onverwagsheid* en *verandering*. Met die terme as kwalifikasie poog De Bono om kreatiwiteit in ‘n hoër baan te plaas. De Bono se benadering tot kreatiwiteit is nie die verbetering van die soort kreatiwiteit wat met die kunste geassosieer word nie. Die fokus is op die *verandering* van konsepte en persepsies. Verandering vind in ‘n hoër baan plaas en vind uiting op die vlak van die konkrete produk. Die begrippe *eerste orde* en *tweede orde* sou kon dien om die verstaan van De Bono se gedagtes oor kreatiwiteit te verhelder. Kreatiwiteit is ‘n eerste orde verandering wat nuutheid, andersheid, uniekheid op ‘n verassende

manier as tweede orde verskynsel manifesteer. Die eerste orde verandering vind plaas in die denke van die kreatiewe persoon, terwyl die resultaat as tweede orde verskynsel, die konkrete sigbare produk is.

Die werking of die aanloop tot die kreatiewe gebeure word verduidelik aan die hand van die gedrag van informasie sisteme. De Bono werk spesifiek met die “behaviour of selforganizing information systems”, waarin dit gaan om die vorming en benutting van patrone. Die aard van kreatiwiteit kan afgelei word vanuit die analise van gedrag en potensiele gedrag. Met die stelling, “The logic of creativity is the logic of self patterning systems” (De Bono 1996:4), hef De Bono die misterie rondom kreatiwiteit of “lateral thinking” op. De Bono wys die logika van kreatiwiteit aan en illustreer die noodsaak daarvan. Hy stel ‘n aantal tegnieke voor waardeur kreatiwiteit bemeester kan word (vgl De Bono 1996; 1999 en 2007).

De Bono (1996) se werk sluit af met ‘n gedeelte oor die toepassing van kreatiwiteit. Hy onderskei tussen alledaagse en spesifieke kreatiwiteit. Die volgende voorbeeld dien as illustrasie van die soort tegnieke wat De Bono voorstel om kreatiwiteit mee te bevorder.

*Challenge* (De Bono 1996:240 en 314). Hierdie tegniek word beskryf as die sleutel tot daaglikse kreatiwiteit. De Bono vra, “Do we have to do things this way? Is there a better way of doing this?” Die bedoeling van die vrae is nie om krities te wees nie, aangesien kritiek nie as kreatiwiteit beskou word nie. Hierdie vrae bevorder die gewilligheid tot kreatiewe denke deur uitdaging van die huidige manier van doen. “The challenge includes a pause to wonder why something is done in a certain way.” Die doel van hierdie uitdaging is om uit te vind of die manier van doen bloot gewoonte geword het, en of dit dalk net gebeur om aan die verwagtinge van ander mense te voldoen. “The challenge is a gentle sort of dissatisfaction and a belief that there might be a possibility of a change for the better.” Die toepassing van die tegniek van “uitdaging” se waarde is geleë in die geleentheid tot nadenke oor handeling, asook die doelbewuste geleentheid tot die ontsluiting van kreatiewe moontlikhede. Herhalende gewoontes word as deel van die *Challenge* tegniek uitgedaag. Die redes waarom sekere handeling as herhalende gewoontes gevestig word, hou verband met die feit dat die behoefte aan iets anders nog nie

geïdentifiseer is nie, of dat die huidige manier van doen as voldoende beskou word vir die doeleindes van die handeling. De Bono (1996:109) noem die volgende redes waarom dinge bloot gebeur of gedoen word uit gewoonte:

- *The continuity of neglect*. 'n Bepaalde produk of handeling is probleemvry, gevolglik dink niemand meer oor die gebeure of handeling nie. Dinge word outomaties op 'n bepaalde manier gedoen. In die kerklike konteks sou die wyse waarop die erediens ingerig word as voorbeeld kon dien. Niemand kla daarvoor nie, gevolglik word aanpassings of veranderinge nie oorweeg nie. Deur aandag te gee aan handeling en gebeure deur *kreatiewe uitdaging* mag alternatiewe beter metodes gevind word, wat die gebeure kan verbeter of verryk.
- *The continuity of lock-in*. Gebeure en gedagtes moet bloot aansluit of ingepas word by ander bestaande gebeure of gedagtes. Omstandighede of reëls bepaal dat 'n handeling op 'n bepaalde manier uitgevoer moet word. In die kerklike konteks sou 'n bepaalde praktyk in stand gehou word bloot omdat dit in 'n kerkorde voorgeskryf is. 'n Ander voorbeeld wat De Bono (1996:110) vermeld is die uitleg van die rekenaar se sleutelbord. Die bestaande patroon van uitleg, ook bekend as die QWERTY patroon, vind oorsprong in die era van die meganiese tikmasjien waar die uitleg gedien het om die tikspoed van die gebruiker te verlaag, wat tegniese probleme van die masjien aanspreek.
- *The continuity of complacency*. Herhaalde sukses met 'n handeling verhinder nadenke oor die handeling, aangesien die idee posvat dat dinge vir altyd op dieselfde manier sal werk. Die uitgangspunt is geleë in die volgende vraag: Waarom moet iets wat werk verander word? "When things go wrong we never challenge the central concept but look for all sorts of peripheral reasons why the concept is not working." (De Bono 1996:111).
- *The continuity of time-sequence*. Om vasgevang te wees in die volgorde waarin dinge deur die loop van die geskiedenis gedoen is. De Bono (1996:111) beskryf die verskynsel as volg: "The time sequence in which our

experience arrives allows that experience to arrange itself into structures, institutions, and concepts.” Die voorbeeld word genoem van die gebruik van ontwerp konsepte wat in die spoorvervoer omgewing ontwikkel is, wat oorgedra is na die lugvervoer omgewing, bloot omdat spoorvervoer ‘n gevestigde praktyk was voor die aanbreek van die lugvervoer era.

Die waarde van die *Challenge* as kreatiewe tegniek is daarin geleë dat stagnering in die uitvoering van take, of in die denke oor verskynsels, voorkom word. Die tegniek se gereelde toepassing skep die ruimte vir innovering en verandering van praktyk en gewoontes wat gevestig raak. Die toepassing daarvan in die konteks van die kerklike praktyk sou moontlik kon aanleiding gee tot weerstand, waar tradisies en praktyke bevraagteken en uitgedaag word.

### **1.1. De Bono se teorie van kreatiwiteit.**

Mense se waarneming van die wêreld geskied aan die hand van vasgelegde of bestaande patrone. Die patrone help om goed te herken op grond van vorige ervaring, veral wanneer die ervaringe goed gevestig is. “The brain can only see what it is prepared to see (existing patterns)” (De Bono 1996:11). Die brein word beskou as ‘n “self-organising information system” (De Bono 2007:4). Patrone van informasie word in die brein gebêre, wat herkenning of klassifisering van nuwe informasie deur assosiasie moontlik maak. Die blote analise van informasie lewer volgens De Bono geen nuwe idees nie. As gevolg van die gevestigde patrone kan mens net idees kies wat jy reeds het. Hierdie keuse wat gemaak word, word aan patroonvormende gedrag toegeskryf. Patroonvormende gedrag word toegeskryf aan die resultaat van waarneming. “Perception is the process of setting up and then using this patterns.” (De Bono 1996:12).

Die patroonmatige gedrag of optrede vorm die agtergrond vir De Bono se laterale denke. Hy gaan uit van die verwagting dat dinge op ‘n bepaalde gekte manier sal gebeur of gedoen word, selfs al bestaan daar alternatiewe roetes of maniere. Indien mens op een van die “syspore” of alternatiewe roetes beland, en dinge anders doen, bestaan die moontlikheid om terug te keer na die beginpunt en insig te verkry in wat gebeur het. Hierdie insig lei tot ‘n nuwe idee of roete wat gevestig word sodat dinge

anders gedoen kan word. Aanvanklik kan mens terloops of per ongeluk op die sypore beland. Deur oefening en tegniek kan die sypore of alternatiewe roetes egter doelbewus verken word. De Bono se bedoeling met laterale denke is om die sypore of alternatiewe roetes doelbewus te volg deur as't ware dwars oor die hoofspoor patroon te beweeg met die oog op nuwe kreatiewe idees. Hierdie waardevolle kreatiewe idees moet in retrospeksie, logies wees, en inpas in bestaande waardesisteme (De Bono 1996:15).

De Bono se teorie word opgesom op deur te wys op die brein se geaardheid om inkomende informasie toe te laat om self in patrone georganiseer te word. Hierdie selfgeorganiseerde patrone word uiteindelik aangewend in die proses van waarneming. Die asimmetrie van die patrone lei tot humor en kreatiwiteit (De Bono 1996:15), deurdat die andersheid daarvan opvallend word.

Tydsverloop is die tweede noodsaaklike aspek in die denke van De Bono. Aangesien informasie oor tyd ingeneem word, beteken dit dat die patrone wat bestaan telkens verander moet word om informasie op 'n ander manier te orden. Kreatiwiteit word benodig om van die tydelike strukture wat deur 'n spesifieke volgorde van gebeure geskep is los te kom (De Bono 1996:17). Nuwe informasie moet geïntegreer word, maar nie in die ou patrone, strukture, konsepte of persepsies nie. Die brein werk volgens De Bono nie soos 'n biblioteek waar nuwe informasie net op leë rakke gepak word nie, die hele sisteem moet verander word om die nuwe informasie te kan akkommodeer.

Die essensie van De Bono se "lateral thinking" word die beste weergegee in sy eie woorde. "With lateral thinking we move 'sideways' to try different perceptions, different concepts, different points of entry. We can use various methods, including provocations, to get us out of the usual line of thought." (De Bono 1996:53). Dit gaan om waarneming of persepsie en die generering van nuwe, verskillende gesigspunte.

De Bono onderskei tussen spesifieke en algemene laterale denke. Vir die spesifieke benadering word 'n stel sistematiese tegnieke gebruik om konsepte en persepsies te verander en nuwes te genereer. In die algemene benadering word meervoudige

benaderinge en moontlikhede verken. Die uiteindelijke doel van die doelgerigte kreatiewe denke is om die patrone wat deur informasie in die brein gevorm is te verbreek en op nuwe maniere nuwe idees te genereer. Die vaardigheid is nie eksklusief tot sekere mense of groepe mense beperk nie, maar kan deur almal aangeleer en toegepas word.

## **1.2. Samevatting.**

Die essensie van De Bono se gedagtes kan opgesom word as die doelbewuste verandering van idees, persepsies en konsepte met die oog op die daarstelling van nuwe waardevolle, unieke, idees en konsepte. Die patrone van denke wat deur waarneming gevestig word, moet deur doelbewuste tegnieke verander word, sodat alternatiewe persepsies, metodes en konsepte wat van die gewone verskil, geskep kan word. Tegnieke kan aangeleer en toegepas word in bykans enige situasie, deur bykans enige persoon.

De Bono se waarde is geleë in die potensiaal tot die ontsluiting en ontginning van nuwe moontlikhede. Die insig wat gebied word in die manier waarop die brein as selforganiserende informasie sisteem voorgestel word, wek sensitiwiteit vir potensiele verstarring wat kan intree as gevolg van die patroonmatige hantering van informasie. Die gedagte dat die bekende eerder herken sal word as die onbekende, verklaar waarom dit meestal moeilik is om nuwe moontlikheid of potensiaal te ontdek. Die belangrike rol van tyd in die vaslegging van informasie in patrone, sowel as in die skepping van nuwe patrone, bring ook sensitiwiteit vir die ervaring van omslagtigheid wat in die ontdekking van iets nuut ervaar kan word.

Die belangrikste leemtes in die teorie van De Bono het te doen met die kompleksiteit van die tegnieke wat aanbeveel word met die oog op die bemeestering van “laterale denke.” Die resepmatige benadering tot die toepassing van laterale denke en die patroonmatige werking van die brein as ‘n selforganiserende informasie sisteem, mag dalk juis aanleiding gee dat ‘n nuwe vorm van stagnasie aan die hand gewerk word. Die toepassing van die verskillende resepte kan uiteindelik ook lei tot patroonvorming, wat juis die ontdekking van nuwe insig aan bande kan lê.

## 2. E P Torrance – Driefase - model vir kreatiwiteit.

Torrance bestudeer kreatiwiteit in die konteks van die opvoedkunde. Hy het veral bydraes gelewer op die terrein van die meting van kreatiwiteit.

Torrance (1994:7) beskryf kreatiwiteit as

“...the process of sensing problems or gaps of information, forming ideas or hypotheses, testing and modifying these hypotheses, and communicating the results. This process may lead to one of many kinds of products verbal and non-verbal, concrete and abstract.”

Kreatiewe idees moet volgens Torrance aan sekere vereistes voldoen. “At the highest level it is required that a creative idea be true, generalisable, and surprising in the light of what was known at the time the idea was produced” (Torrance 1994:8). Torrance (1999:44,45) wys daarop dat kreatiwiteit meer is as ‘n geluiskoot (chance) of moeitevrye vinnige oplossings. Kreatiwiteit is eerder ‘n hoër orde verstandelike proses as ‘n regressiewe gedagteproses.

‘n Sentrale moment in kreatiwiteitsdefinisies is die begrip *nuutheid*. “The production of something new or original is included in almost every definition of creativity.” (Torrance 1994:28). Begrippe en frases wat gebruik word, dui kreatiwiteit aan as ‘n suksesvolle tree die onbekende in. “...getting of the main track...”, ‘n frase wat ook aan De Bono se siening herinner, is deel van die essensie van die beskrywings van kreatiwiteit as verbreking van bestaande patrone.

Ander woorde en frases wat met kreatiwiteit verband hou is woorde soos openheid, om nuut te kyk, om een ding toe te laat om aanleiding te gee tot ‘n volgende, die kombinerings van idees en die ontdekking van nuwe verhoudings tussen verskillende idees. Wanneer kreatiwiteit in terme van produkte uitgedruk word, word die resultate van die proses sigbaar in uitvindings of wetenskaplike teorie.

Kreatiewe denke vereis ‘n aantal vaardighede. Torrance (1994:36) noem die volgende vaardighede as aanduiders van kreatiwiteit:

- *Sensitivity to problems*
- *Fluency* (die vermoë om groot hoeveelhede idees te produseer)

- *Flexibility* (die vermoë om 'n verskeidenheid of variasie van idees of benaderinge tot dinge te openbaar)
- *Originality* (die vermoë om nuwe ongewone en innoverende idees te genereer)
- *Elaboration* (die vermoë om te uitbrei en die detail van idees aan te vul.)
- *Redefinition* (om iets op 'n ander manier te sien of definieer, wat verskil van die gebruikelike vasgestelde of bedoelde weg.)

Hierdie vaardighede of aanduiders vir kreatiwiteit, is onderskei in die proses van die opstelling van die meetinstrumente vir kreatiwiteit. Die waarde daarvan is veral in die aanleer van kreatiwiteit met die oog op die toekoms en toekomstige veranderinge.

Kreatiewe en kritiese denke is twee modi van denke wat belangrik is in die proses van kreatiewe probleemoplossing en ander kreatiewe optredes. Twee patrone van leer en denke word in die navorsing onderskei, “one in which the logical, rational mind is dominant, and the other in which intuïtiewe, creative non-logical mind and other states of consciousness are dominant.” (Torrance 1994:112). Beide hierdie patrone of modelle word belangrik geag vir kreatiewe denke. Hierdie patrone kom ook by ander in die veld voor onder ander benamings. Osborne praat van “critical intelligence” en “creative intelligence”, De Bono beskryf dit as “lateral thinking” en “vertical thinking.” Torrance, met die opvoedkunde as raamwerk, kies om te praat van “learning creatively or learning by authority, by being told” (Torrance 1994:112).

Die belang van kreatiwiteit word beskryf as 'n noodsaaklike komponent van 'n lewe gevul met groei en verandering. Torrance (1994:190) beskryf dit as 'n leefstyl. “Creative thinking is a lifestyle, a way of perceiving the world, a way of interacting with others. Dit gaan om die realisering van lewenspotensiaal wat insluit die ontwikkeling van talent en die tap van ongebruikte potensiaal. Kreatiwiteit gaan om verkenning van nuwe plekke en idees, sensitiwiteit vir die probleme van mens en natuur. Torrance (1995:24) gee 'n aantal redes waarvoor kreatiewe denke belangrik is. Hy noem onder andere die belang van persoonsontwikkeling en “mental health”; die versameling van inligting en die toepassing van kennis; die toekoms van die



beskawing waar, nie net ingenieurs en wetenskaplike nodig is nie, maar kreatiewe ingenieurs en wetenskaplikes.

## **2.1. Torrance se driefase - model vir kreatiwiteit.**

Torrance (1994:217 e v) het 'n driefase- model vir kreatiewe leer en onderrig ontwikkel. Die eerste fase gaan oor die skepping van verwagting wat die leerder moet voorberei om die verbintenis tussen die leermateriaal en die toekoms te sien. Die tweede fase gaan oor hulp aan die leerder om die leerstof te ontgin, deur informasie versameling en die raaksien van die onverwagte. In die derde fase moet iets gedoen word met die nuwe informasie.

Die fokus van Torrance se model is op die verkenning en ontdekking deur vrae, eksperimentering en manipulasie, teenoor die leer-deur-outeiteit metode. Kreatiewe leermetodes bevat 'n ingeboude motiveringsstelsel wat eksterne motivering beperk en selfs oorbodig maak. Om op kreatiewe wyse te leer moet iemand die gapings in kennis ontdek. Dan moet daar gesoek word na dit wat die gapings kan vul. Mense se nuuskierigheid en ondersoekende geaardheid moet, in diens van hulle kognitiewe behoefte om te wil weet, ingespan word. Kreatiewe vermoëns lewer 'n belangrike bydrae in die verband. Vaardighede word ontwikkel deur middel van oefening, kreatiewe denke word ook deur oefening ontwikkel. Torrance (1994:221) vergelyk die beoefening van kreatiewe denke met die beoefening van sport of die speel van 'n musiekinstrument. Die sport, sowel as die bespeeling van die instrument, verbeter na gelang van die hoeveelheid oefening wat speler insit.

In die eerste fase van die model vir kreatiewe leer is opwarming vir kreatiewe denke 'n opvallende aspek. Die mate van opwarming word volgens Torrance (1994:222) bepaal deur die soort resultaat, en die aard van nuwigheid of andersheid van die idees wat verwag word. In die proses gaan dit om die motivering tot verhoogde kreatiwiteit, die skepping van die begeerte om te weet, en die verhoging van antisipasie. Deelnemers se aandag moet gewen word, hulle nuuskierigheid en verbeelding moet geprikkel word.

In die tweede fase moet die onverwagte ervaar word. Nuwe informasie moet geassimileer word anders is die ou aangeleerde response voldoende, en kreatiwiteit gevolglik oorbodig. Torrance (1994:225 e v) noem 'n agtal tegnieke wat in die tweede fase handig is. Enkele van die tegnieke word kortliks bespreek.

- *Digging deeper*. Hierdie tegniek word gebruik om dieper as die oppervlak te beweeg, sodat die bedekte of verborge ontdek kan word.
- *Looking twice* behels dat daar meer as een keer met informasie omgegaan word. Kinders hou daarvan om meer as een keer na 'n storie te luister. In die addisionele deurgaang van stof, word nuwe vrae gevra en nuwe assosiasies gemaak.
- *Listening for smells* daag die deelnemer uit om die verskillende sintuie te gebruik. Kongruensie moet tussen ervaringe bewerk word. Byvoorbeeld kongruensie tussen reuk en smaak.
- *Listening, talking to a cat or crossing out mistakes* moedig die leerder aan om na die aangebiede informasie te luister, en om daarmee in gesprek te tree.

In die derde fase moet die een gedagte tot 'n volgende ander gedagte lei, en moet daar iets met die versamelde inligting gedoen word. Mens moet verby die klas en handboek geneem word sodat verdere ondersoek en navorsing gestimuleer word. Torrance (1994:229) identifiseer ook in die fase 'n aantal tegnieke wat die uitkomst van die fase dien.

- *Singing in one's own key* is 'n tegniek waar persoonlike betekenis aan informasie gegee word, waarna dit in die persoonlike konteks toegepas word.
- *Building sand castles* gaan om die stimulering van verbeelding en fantasie met die oog op die skepping van die ideale oplossing vir 'n situasie.
- *Shaking hands with tomorrow* neem die informasie in die toekoms in. 'n Mens se beeld van die toekoms bepaal sy optrede in die hede. Die tegniek moedig leerders aan om wyer te dink as die hier en nou.



## 2.2. Samevatting.

Torrance se bydrae tot die verstaan van kreatiwiteit, die vereistes daarvoor en die kenmerke daarvan, bring verheldering in die verstaan van kreatiwiteit. Kreatiwiteit is 'n proses van ideevorming waartydens alternatiewe ontdek word deur onder meer om nuut na dinge te kyk. Kreatiwiteit is 'n aanleerbare, ontwikkelbare vaardigheid, 'n leefstyl waardeur lewenspotensiaal gerealiseer word.

Die volgende aantal vaardighede wat Torrance beskryf, verduidelik kreatiwiteit as 'n stelselmatige, identifiseerbare gebeurtenis, met vaardighede wat aangeleer kan word. Die volgende vaardighede is beskryf:

- sensitiwiteit vir probleme of gapings;
- die vermoë tot vloeiende denke wat generering van die maksimum aantal idees aanmoedig;
- buigsaamheid of variasie om verskeidenheid van idees te bewerk;
- oorspronklikheid wat lei tot nuwe en innoverende idees;
- uitbreiding en uitbouing van gedagtes,
- asook die vermoë tot herdefiniëring van die bestaande deur nuut sien en dink,

Vir diegene wat eie kreatiewe vermoëns wil ontwikkel, bied die lys van vaardighede die geleentheid tot groei en ontwikkeling. Torrance se tegnieke met die oog op die bevordering van kreatiwiteit dien om die vaardighede uit te bou.

Torrance se gebruik van tegnieke vorm nie die hoofokus van kreatiwiteit nie. Die klem val eerder op die ontwikkeling en die aanleer van kreatiewe denke, waarin die tegnieke van ondersteunende waarde is. Die noodsaak van vernuwing en verandering in denke om die nuwe wêreld te hanteer is 'n belangrike moment in die motivering tot kreatiwiteit. Nuwe omstandighede tolereer nie ou en gerieflike idees nie, maar stel nuwe uitdagings aan die mensheid ter wille van oorlewing (Torrance 1995:5).

Torrance se driefase- model vir kreatiwiteit is beperk in die sin dat dit oorspronklik met die oog op die onderwys sisteem ontwikkel is. Die oorspronklike oogmerk maak dit egter nie onbruikbaar vir toepassing in ander velde nie. Die eerste fase as skepping van verwagting met die oog op die ontdekking van nuwe insig lê die

verband tussen die hede en die toekoms. Met die oog op die toepassing van kreatiewe denke in die preekproses bied die fase die ruimte aan die prediker om iets nuut met verwagting te soek. Nuuskierigheid en die verwagting vir die onverwagse behoort openheid te skep vir dieper delf en twee keer kyk, met die oog op 'n nuwe perspektief, soos dit in die tweede fase van die model aangedui word. Die waarde van die derde fase is geleë in die konkrete aanwending van die nuwe idees.

Deur die openheid en die verwagting vir die nuwe, wat in Torrance se verstaan van kreatiwiteit veronderstel word, sowel as die vaardighede en tegnieke wat kreatiwiteit bevorder, word die benutting en aanwending van kreatiwiteit nie net as opvoedkundige moontlikheid veronderstel nie. Kreatiwiteit kan inderdaad ook binne ander terreine, soos die teologie aan die hand van die model werkbaar gemaak word.

### 3.

**John Baer –**

#### **Kreatiwiteit as kognitiewe vaardigheid.**

John Baer (1993) werk met kognitiewe teorieë onderliggend aan kreatiwiteit, met besondere verwysing na “divergent-thinking” en “associative” teorieë vir kreatiwiteit. In aansluiting by Guilford se teorie van divergente produksie wys hy daarop dat kreatiwiteit en divergente denke sinoniem geword het (Baer 1993:12). Divergente produksie gaan oor die *hoeveelheid* uiteenlopende gedagtes of idees wat oor 'n bepaalde vraag of onderwerp gegenereer kan word. Die resultate van Guilford se werk vir kreatiwiteit is, soos by Torrance, die vier kategorieë faktore wat belangrik geag is as aanduiders van kreatiwiteit.

Die kategorieë behels die volgende:

- *Fluency* is die vermoë om 'n groot aantal idees te genereer.
- *Flexibility* is die vermoë om 'n wye verskeidenheid idees te genereer.
- *Originality* die vermoë om ongewone of oorspronklike idees te genereer.
- *Elaboration* is die vermoë om idees uit te brei (Baer 1993:14).

Divergente denke word oor die algemeen gereken as die enkele, veeldoelige, kreatief-relevante vaardigheid. Baer (1993:15) verwys na die standardisering van

die vier kategorieë soos deur Torrance in sy vraelyste vir die meting van kreatiwiteit. Hoewel divergente denke belangrik vir kreatiwiteit is, wys Baer daarop dat die vaardighede teenwoordig mag wees, sonder dat dit noodwendig toepas word. Die vaardigheid moet dus ontwikkel en inge oefen word sodat dit toegepas kan word (vgl Baer 1993:17,18).

### **3.1. Die assosiatiewe teorie vir kreatiwiteit.**

Die teorie van Mednick hanteer die proses onderliggend aan kreatiwiteit. Aan die grond van die teorie lê die gedagte van Poincare (Baer 1993:19). “To create consists of making new combinations of associative elements which are usefull...” Verskillende elemente vanuit verskillende oorspronge, kan op drie maniere bymekaar gebring word. “Serendipity” (toevalligheid) dui op die toevallige samevloeiing van assosiatiewe elemente binne ‘n bepaalde omgewing wat lei tot kreatiewe insig. “Similarity” (gelyksoortigheid) dui op die gelyksoortigheid van elemente, wat kan lei tot allerlei assosiasies tussen elemente. “Mediation” (tussenkoms, voorspraak) dui op die saambring van elemente deur middel van simbole.

Baer (1993:20) wys op vyf faktore wat die moontlikheid van die generering van kreatiewe oplossing kan beïnvloed:

- Belang van domein-spesifieke kennis
- Die rol van die hoeveelheid assosiasies, nie die spoed daarvan nie.
- Verskille in persoonlike en kognitiewe styl.
- Die keuse van kreatiewe kombinasies
- Die assosiatiewe hiërargie – die manier waarop die individu sy assosiasies orden.

Baer se hantering van Mednick se teorie gee insig in die prosesse onderliggend aan kreatiwiteit, veral in die rol van divergente denke en die vermoë om deur assosiasie met verskillende opsies om te gaan (Baer 1993:22,23).



### 3.2. Samevatting.

Kreatiwiteit is die vermoë om baie uiteenlopende idees te genereer in aansluiting by die vier kenmerke, waaraan kreatiwiteit gemeet word, naamlik “fluency”; “flexibility” “originality” en “elaboration.” Saam met die generering van idees, gaan die ontwikkeling of aanleer van die vermoë om assosiasies en verbande tussen idees te kan maak, met die oog op die stimulering van nog meer nuwe kreatiewe idees. Volgens die teorieë kan kreatiwiteit as kognitiewe proses of vaardigheid beskryf word.

Die beskrywing van kreatiwiteit as divergente denke, of die soort denke wat groot hoeveelhede uiteenlopende idees oor ‘n onderwerp voortbring, beperk die verstaan van kreatiwiteit. Kwantiteit is nie noodwendig ‘n waarborg vir kwaliteit van idees nie. Die produksie van ‘n veelheid van idees oor ‘n onderwerp kan ‘n doel opsigself word, sonder dat die idees enige nut of bydrae lewer tot die onderwerp of tema ter sake.

‘n Nuwe perspektief wat Baer se teorie meebring is die belang van domein-spesifieke kennis. Die noodsaak van kennis van die domein waarin nuwe idees gesoek word, sal bydra tot die identifisering van dit wat werklik nuut is. Sonder kennis van die terrein of die vak waarin kreatiwiteit benodig word, bestaan die gevaar dat dieselfde ou gedagtes telkens weer na vore gebring kan word. Kennis van die domein sal ook die denker help om die relevansie van die nuwe idees as verbetering te kan insien.

Kombinering van bestaande idees, en die assosiasie van idees wat nooit tevore met mekaar geassosieer is nie, het die potensiaal om nuwe variasies op ‘n tema te ontsluit. Die assosiasie van verwante en onverwante idees, vorm die basis vir die ontstaan van metafore. ‘n Metafoor is in essensie die assosiasie van verskillende idees of konsepte wat dien om die verstaan van een of meer van die konsepte te verhelder. Later in die hoofstuk word pertinente aandag aan die ontstaan en gebruik van metafore gegee.

#### 4. Margaret Boden – Kombinasie teorie.

Margaret Boden(1994) werk vanuit die raamwerk van die sielkunde. Die probleem van die definiëring van kreatiwiteit word benadruk in Boden se inleiding. Kreatiwiteit word toegeskryf aan menslike intuïsie sonder dat die verskynsel wat as intuïsie beskryf word, werklik verstaan word. Die moontlikheid van 'n wetenskaplike definisie vir kreatiwiteit word gevolglik onmoontlik geag, aangesien die onvoorspelbaarheid van kreatiwiteit skynbaar enige sistematiese verduideliking daarvan uitsluit. Boden kom tot die gevolgtrekking dat dit juis die paradoksale geaardheid van die konsep is, wat bydra tot die misterie van kreatiwiteit as verskynsel.

Die misterie van die verskynsel van kreatiwiteit, word toegeskryf aan 'n woordeboekdefinisie wat die paradoksale geaardheid daarvan aandui in die gedagte van “to bring into being or form out of nothing” (Boden 1994:75). Die definisie werk volgens Boden met die onmoontlikheid van skepping uit niks, wat aanleiding gee daartoe dat mense kreatiwiteit as “goddelike intervensie” of selfs “romantiese intuïsie en insig” verklaar.

Boden wys op 'n wetenskaplike gesigspunt wat kreatiwiteit benader as “novel combinations of old ideas.” Die verrassende van die kreatiewe idee is geleë in die onwaarskynlike nuwe kombinasies van idees. Nie alleen moet die kombinasies nuut wees nie maar ook interessant. Die kombinasie teorieë beklemtoon die waardeaspek van die nuwe idees wat voortgebring word. Die waardevraag is belangrik in die beoordeling van die nuwe kreatiewe idees, aangesien dit die bruikbaarheid van die nuwe idees sal aandui.

Die verklaring van hoe die kreatiewe proses binne die kombinasie teorie werk, is die volgende belangrike bydrae van Boden. Baie van dit wat as kreatief geag word, bestaan uit die ongewone kombinerings van verskillende elemente wat nie noodwendig altyd met mekaar geassosieer word, of selfs voorheen met mekaar gekombineer is nie. Die kombinasie teorie van Boden is gepas om die verrassende kombinasies van verskillende elemente met mekaar te verduidelik.

Boden (1994:76) onderskei tussen psigologiese kreatiwiteit en historiese kreatiwiteit. Die psigologiese verwys na denke wat totaal nuut en uniek is wat by iemand vir die eerste keer voorkom. Historiese kreatiwiteit is die soort kreatiwiteit waardeur 'n idee ontdek word wat nog nooit tevore in die geskiedenis van die mensdom deur iemand ontdek is nie. Die groot vraag bly uiteindelik vir die Boden die waardevraag. Die vraag is kultuur bepaald en lei tot die gevolgtrekking dat wat binne een konteks vir 'n bepaalde groep waardevol en kreatief is, nie noodwendig vir 'n volgende groep waardevol of kreatief sal wees nie.

#### **4.1. Samevatting.**

Boden se beskrywings en verstaan van kreatiwiteit lei tot die gevolgtrekking dat kreatiwiteit 'n paradoksale, misterieuse konsep is. Die konsep is misterieus en onvoorspelbaar op grond van die definisie dat kreatiwiteit in wese gaan om die voortbring van iets uit niks. Boden se kombinasie teorie behels onder meer die kombinasie van ou of bestaande idees op nuwe wyses, waar die kombinasie lei tot verrassende en interessante resultate. Die eienskappe van die resultate van kombinerings behoort nie alleen verrassend of interessant te wees nie maar moet ook waardevol wees. Werklike kreatiewe idees, idees wat 'n karakter van oorspronklikheid vertoon, ontstaan nie noodwendig vanuit 'n vasgestelde stel ontstaansreëls nie. Kreatiwiteit kan dus ook deur 'n *ingewing van die oomblik vorm* van insig, voortgebring word.

Die beklemtoning van die waarde van die produk wat na vore gebring word is 'n wins in Boden se verstaan van kreatiwiteit. Die insig dat die konteks of kultuur bepalend is vir die beoordeling van iets as kreatief en waardevol, bring die insig dat die beoordeling van oorspronklikheid en waarde 'n subjektiewe aangeleentheid is. Die implikasie hiervan is dat die kreatiewe denker moet aanvaar dat die kreatiewe idees wat gegenereer word, nie noodwendig 'n algemene aanvaarding sal hê nie. Net soos die kunstenaar vrede maak met die feit, dat nie almal ewe veel waarde aan 'n gedig of die skildery as kreatiewe werk sal toeken nie. In die konteks van die prediking sou die gewaarwording impliseer dat nie al die lidmate noodwendig eweveel aanklank by 'n preekaanbieding sal vind nie.





## 5. Feldman – Veldteorie.

Feldman, Czikszentmihalyi & Gardner (1994:1) definieer kreatiwiteit as “...the achievement of something remarkable and new, something which transforms and changes a field of endeavor in a significant way. In other words ...the kind of things that people do that changes the world.”

Die bestudering van kreatiwiteit vind plaas binne die spesifieke domein of veld waarin die kreatiewe gebeure voorkom. In die studies is bevind dat daar sekere periodes in die geskiedenis is waarin bepaalde kreatiewe ontdekkings gemaak is. ‘n Ondersoek na die sosiale en die historiese omstandighede van die tyd dui daarop dat die tydsgees (zeitgeist) van ‘n bepaalde era, ‘n bepalende rol in die kreatiewe ontdekkings vervul het. Die belang van die studies is daarin geleë dat die ontstaansprosesse van nuwe idees, sowel as die omstandighede binne spesifieke areas en kulturele kontekste, ondersoek is.

Kreatiwiteit word nie net in die breë algemene verband ondersoek nie. Die veld waarin dit plaasvind, wat die sosiale en kulturele aspekte van die profesie, sowel as die werk of vaardigheid insluit vervul ‘n belangrike rol in die ondersoek n kreatiwiteit. Naas die domein, wat die struktuur en organisasie van kennis en informasie asook die veld insluit, is die individu ook deel van die ondersoeke na die verstaan van kreatiwiteit.

Die tendens dat mense hulle fisiese en sosiale wêreld doelbewus transformeer, is ‘n unieke menslike eienskap (Feldman et al 1994:17). Die unieke maniere van aanpassing en transformasie, onderskei die mens van ander lewensvorme. Die uniekheid word omskrywe as die vermoë tot kultuurskepping, wat artefakte en idees voortbring wat die leefkondisies van die wêreld behoort te verbeter. Verandering gebeur teen ‘n vinnige pas wat gekenmerk word deur variasie van kultuur tot kultuur, asook die vermoë om die veranderinge wat plaasgevind het, te probeer omkeer of verander. Die konteks van doelbewuste verandering, wat kultureel bepaald is, vorm die agtergrond of die veld waarteen die verskynsel van kreatiwiteit verstaan moet word.

Kreatiwiteit word benader vanuit verskillende perspektiewe.

- Eerstens, die van *die kreatiewe persoon*.

- Tweedens, *die produk* wat die inspanning van die persoon meebring.
- Derdens, *die proses* waardeur die nuwe produk of idee voortgebring word.
- Vierdens, *die reaksie* van mense op die bestaan van die produk.

Bestudering van een van die perspektiewe kan nooit die ander perspektiewe buite rekening laat nie. Die bestudering van kreatiwiteit op die manier in die breë raamwerk, sal bydra dat 'n verskynsel nie verdraai (distorted), vergroot (inflated), of oor-veralgemeen (overgeneralized) word nie (Feldman et al 1994:17-20).

Die raamwerk waarbinne kreatiwiteit plaasvind word omskrywe in terme van drie sub-sisteme. Die sisteme van die individu, die domein en die veld. Binne hierdie sisteme is daar 'n prosesmatigheid aanwesig. Die proses behels dat 'n individu nuwe kennis van uitdagende domeine bekom waarna die nuwe kennis, aan die domein voorgestel en aangebied word. Die nuwe kennis word binne die veld oorweeg en beoordeel. Die kennis, wanneer dit aanvaar word, word dan as deel van die veld geag. Al drie aksies van sub-sisteme is noodsaaklik vir kreatiwiteit om te gebeur (vgl Feldman et al 1994:21). Hierdie benadering verruim die denke oor kreatiwiteit. Feldman wys daarop dat daar tradisioneel op die individu gefokus word wanneer dit gaan oor kreatiwiteit. In die individuele fokus gaan dit om spesifieke eienskappe of karaktertrekke van persoon en persoonlikheid (Feldman et al 1994:24). In die breër benadering verkeer individue, velde en domeine in voortdurende interaksie met mekaar. Individue maak bydraes tot domeine wat oor strukture beskik, wat weerstand kan bied of verander.

Feldman beskryf die denkprosesse betrokke in kreatiwiteit in 'n drieledige model. (Feldman et al 1994:28 e v). Die eerste moment van die model gaan oor *die uniekheid van die menslike* organisme om te kan reflekteer. Die tweede oor *die vermoë van die onderbewuste* om verandering te kan verbeeld en die derde oor *die vermoë om die wêreld te verander*. Die menslike vermoë tot refleksie oor die wêreld en eie vermoëns, stel die mens in staat om te reageer op eie gedagtes en gevoelens deur dit te probeer verstaan, kategorieer, analiseer en modifiseer. Die vermoë om te verstaan en te verander, bring mee dat mense die omgewing aanpas en verander om aan te pas by wat hulle voel en waarneem, en wat vir hulle voordeel inhou. Die menslike eienskap van doelgerigtheid is deel van die proses, wat mens in staat stel om te reageer op iets wat ontdek is tydens refleksie. Dit is dan juis die proses wat

gebruik word om op verskillende maniere verandering, innovasie of nuutheid wat 'n verskil maak, teweeg te bring.

Vervolgens 'n kort bespreking van die prosesse in Feldmann en ander se driedelige model vir kreatiwiteit wat aan die orde gebring word as die prosesse van refleksie, onbewuste denke en verandering.

### **5.1. Die proses van refleksie.**

Die proses van refleksie of die vermoë daartoe, word beskryf as die vaardigheid van mense om hulself as mense te kan ken en om eie ervarings, sowel as die ervarings van ander, te kan bestudeer. Die doel van die bestudering is die verstaan van eie uniekheid of identiteit. Die eienskap het baie te doen met die "bewussyn" waar die vermoë tot simboliese en abstrakte denke gevorm word. Die proses van refleksie en abstrakte denke is wesentlik tot enige teorie van kreatiwiteit. Binne die proses van refleksie oor 'n ervaring, word vergelykings met die ervarings van ander gedoen, wat uiteindelik tot leer aanleiding gee. Deur refleksie word onder meer nuutheid ontdek wat verandering kan ondersteun.

### **5.2. Die proses van die onbewuste denke.**

Die tweede proses word beskryf as "Transformational impulses from the unconsciousness" (Feldman et al 1994:32). Die proses gaan oor die soort denke wat vanuit die onbewuste ervaring van die krag van verandering, voortgebring word. Dit is denke wat 'n oorsprong het in die beskikbare bewyse van die moontlikheid van verandering. Die proses van refleksie, word gebou op die bewussyn van die ervarings van die onderbewuste, en die bewuste uiterlike ervarings. Die resultaat van refleksie kan aanleiding gee tot verdere denke wat nuwe kreatiewe gedagtes voortbring. Dit gaan in die proses van onbewuste denke oor die rol wat gedagtes, drome en fantasie, as unieke menslike vermoëns, tot verandering bydra. Hierdie aspek van menswees is volgens Feldman (1994:33) belangrik vir menswees. Enige beskrywing of nadenke oor kreatiwiteit behoort die aspek van die rol van die onbewuste in te sluit, aangesien dit deel is van menswees.

Die kenmerke van onbewuste prosesse is belangrik in die verstaan van kreatiwiteit. Onbewuste prosesse is *vloeibaar, aaneenlopend, aktief en vrugbaar*. Die onbewuste prosesse het toegang tot alle ander informasie wat beskikbaar is, soos sintuiglike waarneming, persepsies, asook die rasonale bewussyn. Onbewuste prosesse kan ook ingespan word in diens van bewustelike doelwitte. Die onbewuste prosesse gebeur aaneenlopend, soos wat dit soms ervaar word deur kunstenaars en skrywers wat droomtoestande en toestande van semi-bewussyn, aanwend as deel van hulle bronne van kreatiewe inspirasie. Die onbewuste prosesse staan agter die impulse wat verandering, en inspirasie tot verandering, voortbring.

### **5.3. Die proses van verandering.**

Die derde proses gaan oor die verandering van die wêreld. In die spel tussen verandering en stabiliteit, word innoverende nuwe idees gebore. Die bewussyn dat die wêreld moet en kan verander, is deel van die uniekheid van menswees. Die gedagte dat die wêreld 'n beter plek kan wees sit agter baie van die ontdekkings wat reeds die wêreld getransformeer het. In die gebeure vervul domein, veld en kultuur belangrike rolle. In die interaksie tussen bewaring van belangrike aspekte, kwaliteite van ervarings en die behoefte aan verandering, vind kreatiwiteit plaas.

### **5.4. Samevatting:**

Kreatiewe werk is nie alleen die voltrekking van individuele dryf, begeerde, moeite of interpretasie nie. Kreatiwiteit gebeur binne die konteks van die bestaande omstandighede, wat invloed en kontrole het oor die proses. 'n Fyn balans tussen die omgewing waarbinne die kreatiewe werk plaasvind, en die individu wat die kreatiewe gedagtes voortbring, is as noodsaaklik aangetoon. Die interaksie tussen die intensionele handeling, en die domein en veld, is 'n uitstaande kenmerk in die teorie van Feldman. In die teorie is die rol van die konteks meer as net die beoordeling van die kreatiewe waarde van die produk. Die omgewing dra by tot verandering, en word self ook verander in die proses soos dit uit die geskiedenis aangedui is. 'n Wesentlike vraag ten opsigte van kreatiwiteit as verskynsel, is of die omgewing se rol in die gebeure, as bevordering of verhinderende van kreatiwiteit dien.

Die belang van refleksie, onbewuste denke en verandering, asook die rol van die onderbewussyn in die generering van nuwe idees en verandering, is opvallend. Die komplekse aard van kreatiwiteit as die doelgerigte proses van verandering in gedagtes en kulture, kom na vore in die samespel tussen individu en omgewing (die domein en veld) waarbinne beweeg word. Dit blyk dat kreatiwiteit volgens die teorie van Feldman as algemeen toeganklike menslike vermoë beskou word. 'n Denkproses wat binne konteks voltrek word waar die vermoë tot transformasie van die omgewing, as inherente menslike eienskap funksioneer. Die aanleer van 'n paar tegnieke om kreatiwiteit te bevorder, sal volgens die teorie van Feldman, nie noodwendig bydra tot kreatiewe optrede nie. Daar moet rekening gehou word met die onsigbare dimensie van die menslike onderbewussyn.

Kreatiwiteit is die handeling waardeur iets nuut bereik word binne 'n bepaalde veld of domein, as deel van die menslike vermoë tot transformasie. Dit geskied in die sisteme van die individu, domein en veld as proses van ontdekking, onthulling, oorweging en aanvaarding. In die gebeure speel die denkprosesse van refleksie, onbewuste gedagtes en verandering as interaksie tussen behoud en behoefte aan verandering, 'n belangrike rol.

Die vraag na die toepaslikheid van die veldteorie van Feldman, binne die raamwerk van die tema van kreatiewe prediking, moet ten slotte hanteer word. Die belangrike rol wat deur Feldman aan die omgewing toegeken word, is noodsaaklik vir die nadenke oor kreatiewe prediking. Bevorder of belemmer die omgewing waarbinne die prediking plaasvind die prediker se kreatiewe vermoëns? Word daar rekening gehou met die onderbewussyn van die prediker in die nadenke oor kreatiwiteit in die prediking? Kritiek ten opsigte van hierdie vraag sou met reg navraag na die verstaan van die konsep van onderbewussyn insluit, 'n navraag wat nie deel van die fokus van hierdie studie uitmaak nie. Laastens moet daar oor die tema van die menslike vermoë tot transformasie van die omgewing gereflekteer word. die vraag is of hierdie vermoë tot transformasie van die omgewing in die interaksie tussen behoud en verandering, in berekening gebring in die strewe na 'n kreatiewe kerklike omgewing?

## 6. Amabile – Konseptuele benadering.

Amabile (1996) benader kreatiwiteit vanuit die sielkunde. In die aanloop tot die hantering van die onderwerp word aangesluit by 'n aantal definisies van deelnemers binne die vakgebied. 'n Aantal van die definisies word vervolgens weergegee as 'n bydrae tot die verheldering van die konsep kreatiwiteit met die bedoeling dat dit die verstaan en werking daarvan sal verhelder.

Amabile (1996:20) verwys na John Watson se vraag “How the new comes into being?” Die vraag is gebaseer op die metode wat die digter sal aanwend om 'n verbale skepping, soos 'n gedig, voort bring. Watson antwoord: “The answer is that we get them by manipulating words, shifting them about until a new pattern is hit upon.” Die gewig van die kreatiewe proses, bestaan volgens die siening, in die manipulasie van woorde, om nuwe patrone te skep.

Koestler (Amabile 1996:20) se benadering verskil van Watson.

“Creativity involves as bisociative process, the deliberate connecting of two previously unrelated ‘matrices of thought’ to produce a new insight or invention. According to him the process includes the displacement of attention to something not previously noted, which was irrelevant in the old and is relevant in the new context; the discovery of hidden analogies as a result.”

Die klem van die benadering val op die doelgerigte proses van assosiasie tussen onverwante gedagtes met die oog op nuwe insig. 'n Sprong van irrelevant in een konteks, na relevant in 'n nuwe konteks.

Die benadering van die Gestalt psigologie tot kreatiwiteit word deur Amabile (1996:20) weergegee. “...creativity and insight arise when the thinker grasps the essential features of a problem and their relation to a final solution.” Saam met die gedagte van insig in probleem oplossing, behoort die benadering van Newel (Amabile 1996:20) gelees te word. “Creative activity appears simply to be a special class of problem-solving activity characterized by novelty, unconventionality, persistence and difficulty in new problem formulation.” Die twee definisies beklemtoon die aanwending van kreatiwiteit in probleem oplossing. Kreatiwiteit gaan daarom dat die probleem gesnap word, en die moontlike oplossings in verband

daarmee gebring word om, soos in die definisie van Newel, nuwe onkonvensionele oplossings te genereer.

Guilford (Amabile 1996:21) definieer kreatiwiteit in terme van 'n persoon. "Creativity refers to the abilities that are most characteristic of creative people..." "...creative personality is then a matter of those patterns and traits that are characteristic of creative persons." Hierdie persoongerigte benadering tot kreatiwiteit kom volgens Amabile in die meeste navorsing oor kreatiwiteit na vore. Kreatiwiteit word aangewys aan die hand van die resultate of produkte, wat met begrippe soos "surprise, satisfaction, stimulation and savouring" beskryf word. Begrippe wat met die produkte self verband hou, is begrippe soos "novelty, a stated uncommonness" en "adaptive to reality." Die meeste van die beskrywings vertoon 'n graad van subjektiwiteit. Die afleiding kan gemaak word dat kreatiwiteit 'n individuele verskynsel is, wat eie aan mense is wat bepaalde karaktertrekke vertoon. Dit kan ook dui op produkte wat aan sekere beskrywings beantwoord.

Amabile noem haar eie definisie van kreatiwiteit die "conceptual" definisie.

"A product or response is creative to the extent that appropriate observers independently agree it is creative. Appropriate observers are those familiar with the domain in which the product was created or response articulated. Thus, creativity can be regarded as the quality of products or responses judged to be creative by appropriate observers, and it can also be regarded as the process by which something so judged is produced."

Dit gaan in die definisie om die ooreenstemming van die waarnemers van die resultaat, produk of proses, waarvolgens iets tot stand gekom het in 'n bepaalde veld. Die definisie word verder ontwikkel wanneer die vereistes vir die beoordeling van kreatiwiteit aangedui word as "...the extent that (a) it is both novel and appropriate, usefull, correct or a valuable response to the task at hand , and (b) the task is heuristic rather than algorithmic" (Amabile 1996:35). Heuristiese take word omskryf as take waarvan die oplossing nie voor die hand liggend is nie, terwyl algoritmiese take beskryf word as take of probleme waarvan die oplossing duidelik of roetine is.

## **6.1. Komponente van kreatiewe optrede.**

Amabile (1996:83 e v) onderskei drie noodsaaklike komponente vir kreatiewe optrede. Hierdie vaardigheidskomponente word beskryf as “Domain relevant skills”, “Creativity relevant skills” en “task motivation.” Vervolgens word die drie vaardigheidsvelde kortliks verken met oog op die bydrae wat dit kan lewer tot die verstaan van kreatiwiteit.

### **6.1.1. Domein relevante vaardighede.**

Domein relevante vaardighede as eerste komponent, behels aspekte soos feitelike kennis van die domein, tegniese vaardighede wat tegniek en talent omvat, en domein spesifieke vaardighede. Hierdie vaardighede word beskou as die basis van waaruit nuwe reaksies moet voortvloei, en word ook beskryf as kognitiewe bane wat nodig is vir die oplossing van spesifieke probleme (Amabile 1996:85). Die teorie agter die komponent gaan uit van die veronderstelling dat ‘n groot stel vaardighede of kennis sal lei tot groter kanse om iets nuuts tot stand te bring, deur die kombinasie van die bestaande kennis en idees. Die vaardighede en kennis sluit onder meer kognitiewe, perseptuele en motoriese vermoëns in, asook formele en informele opleiding binne die domein. Amabile (1997:86) maak die afleiding dat daar ‘n hoë korrelasie tussen kreatiwiteit en bekwaamheid in die roetine domeinrelevante take is. Kennis en vaardigheid is volgens die redenasie ‘n belangrike onderdeel van kreatiwiteit binne ‘n bepaalde domein of veld. Die afleiding word gemaak dat ‘n toename in domein relevante vaardighede, ook kan lei tot ‘n toename in kreatiwiteit.

### **6.1.2. Kreatiwiteitsvaardighede.**

Die tweede vaardigheidskomponent is die kreatiwiteitsvaardighede. Volgens Amabile (1996:88) sal kreatiwiteitsvaardighede ‘n persoon in staat stel om verby vorige reaksies of produkte te kan beweeg. Kreatief-relevante vaardighede word onderskei in terme van kognitiewe styl, kennis van heuristiese tegnieke, asook werkstyl. In die verkenning van die elemente is dit duidelik dat onderskeid gemaak kan word tussen eienskappe en vaardighede. Ten opsigte van kognitiewe style, word ‘n aantal relevante eienskappe vir kreatiwiteit onderskei in terme van vaardighede (Amabile 1996:88).



- *Breaking perceptual set* is die vermoë om 'n ander benutting van 'n voorwerp te kan insien. Dit sou ook bloot weergegee kon word as die vermoë om ander moontlikhede in 'n voorwerp of idee te kan sien.
- In *Breaking cognitive set* word geëkte onsuksesvolle metodes van probleem oplossing laat vaar, wat oplossing van die probleem op 'n nuwe baan plaas.
- *Understanding complexities* dui op die eienskap van 'n persoon om insig en waardering te toon vir komplekse uitdagings.
- *Keeping response options open as long as possible* beteken dat die opsie om ander idees te ondersoek altyd oop bly.
- *Suspending judgement* laat ruimte dat alle idees in oorweging geneem kan word. Soveel moontlik idees oor 'n bepaalde saak of probleem word versamel, met die uitgangspunt dat daar nie iets soos 'n dom of onvanpaste idee is nie.
- *Using 'wide' categories*, stel 'n persoon voor die geleentheid om soveel, en wyd uiteenlopende verwantskappe as moontlik, tussen diverse brokkies informasie toe te laat.
- *Remembering accurately* gee aan mense 'n voordeel in kreatiewe prosesse.
- *Breaking out of performance scripts* maak die denker vry van die vasgestelde formaat of volgorde waarin die take en probleemoplossing normaalweg aangepak word.
- *Perceiving creatively* gaan oor die kritiese vermoë om dinge anders as ander mense waar te neem of in te sien, asook om terloopse of toevallige waarnemings te maak van belangrike nuwe informasie.

Kennis van heuristiese metodes met die oog op generering van nuwe idees is aanleerbare vaardighede wat kreatiwiteit kan verbeter. Amabile (1996:89) vermeld enkele tegnieke wat baie herinner aan die tegnieke wat De Bono ontwikkel het. Tegnieke is hulpmiddels om tot groter insig te kom. Die volgende is voorbeelde van sulke tegnieke.

- Laat vaar die logiese oplossing as alles faal, en probeer 'n doelbewuste teen-intuïtiewe metode of benadering.
- Benader die bekende asof dit onbekend is en vir die eerste keer ontdek word.

Die motief vir die gebruik van die tegnieke is om die vasgelooptheid wat soms in die hantering van moeilike probleme voorkom op te hef, en moontlike nuwe oplossings te oorweeg.

*Werkstyle wat kreatiwiteit bevorder* is 'n derde element van die kreatiewe vaardigheidskomponent. Amabile (1996:89) onderskei kenmerke van die ideale werkstyl wat kreatiwiteit bevorder.

- Die vermoë om vir lang periodes gekonsentreerd te werk,
- om in staat te wees om onproduktiewe metodes en moeilike probleme tydelik te “vergeet”,
- deursettingsvermoë.

Eienskappe wat aan persoonlikheid toegeskryf word vanuit navorsing sluit in: selfdissipline, die vermoë om persoonlike gratifikasie of bevoordeling uit te stel, aanhou te midde van frustrasie, onafhanklike oordeel, verdraagsaamheid vir dubbelsinnigheid, interne lokus van kontrole, openheid vir risiko en selfgeïnisieerde taakgeoriënteerde strewe na uitmuntendheid. Van al die eienskappe bevind Amabile (1996:90) dat onafhanklikheid die mees algemene kenmerk van kreatiewe persone is. Onafhanklikheid word gekenmerk deur die afwesigheid van konformerende gedrag en afhanklikheid van sosiale goedkeuring. Navorsing toon dat sosiale druk tot konformering, 'n hindernis vir kreatiwiteit is.

Kreatiewe vaardighede bestaan uit twee verskillende aspekte. Aan die een kant is sekere eienskappe wat sommige mense beter in staat stel om kreatief te wees. Aan die ander kant is daar tegnieke en metodes wat aangeleer en inge oefen kan word om die kreatiewe vaardighede te ontwikkel en te verbeter.

### **6.1.3. Motivering.**

Motivering as derde vaardigheidskomponent onderskei tussen ekstrinsieke en intrinsieke motivering. Amabile (1996:91) gaan uit van die standpunt dat intrinsieke motivering bevorderlik is vir kreatiwiteit, terwyl ekstrinsieke motivering 'n hindernis kan wees. Intrinsieke motivering gaan oor die persoon se houding teenoor, en

belangstelling in die taak wat verrig moet word. Ekstrinsieke faktore word gedefinieer as faktore wat die individu se uitvoering van die taak beheer. Amabile (1996:93) maak die afleiding dat motivering vir die uitvoering van een of ander taak 'n noodsaaklike rol sal speel in die kreatiewe uitvoering daarvan of nie.

Die teoretiese model van Amabile (1996:93) bring die drie komponente bymekaar. Motivering speel 'n belangrike rol in die *inisiëring en voltooiing* van die spesifieke taak. Motivering is bepalend vir die soort uitkoms wat van 'n taak verwag word. *Domein-relevante vaardighede* is die materiaal of die bronne wat gebruik word gedurende die proses. Hierdie komponent bepaal die pad wat gevolg word in die bereiking van die doelwit, asook die kriteria wat ingespan sal word ten opsigte van die uitkomst. *Die kreatiewe vaardighede* beheer die proses in die respons fase en bepaal die manier waarop die soeke na uitkomst sal verloop. Al drie die komponente is saam noodsaaklik vir kreatiwiteit om plaas te vind. Die komponente funksioneer as eenheid, en kan gevolglik nie die proses individueel beïnvloed nie.

In 'n praktiese uiteensetting van die werking van model vir die beoefening van kreatiwiteit, word die drie komponente in verband met mekaar gebring. In die eerste fase van die model word 'n taak of 'n probleem gestel. In die fase vervul die motivering vir die aanpak van die taak, 'n belangrike rol in die kreatiewe aanpak daarvan. Die tweede fase word beskryf as die voorbereiding tot die generering van oplossings of response. Domein-relevante vaardighede word ingespan om relevante informasie en response te formuleer. Verskillende bane of roetes vir die hantering van die probleem of taak is beskikbaar waaruit keuses gemaak kan word. Tydens die derde fase moet bepaal word watter graad van uniekheid of nuutheid van die produk of respons verwag word. Beide taakmotivering en kreatiewe vaardighede kom in spel tydens die fase, wanneer buigsaamheid in die verkenning van kognitiewe bane en moontlikhede gedoen word. Tydens die vierde fase word die keuse van die vorige fase se geldigheid oorweeg ten opsigte van die domein-relevante vaardighede. Tegnieke en metodes wat binne die betrokke domein voorkom word aangewend om die gepastheid van keuses en oplossings te bepaal in terme van korrektheid, waarde en bruikbaarheid in die betrokke veld. In die laaste fase word keuses gemaak op grond van die bevindinge van die vierde fase. Indien die doelwit wat tydens die eerste fase gestel is bereik word, is die taak afgehandel.

Volgens die model breek die einde van die proses aan indien daar geen bruikbare opsies gevind is nie. Sou daar wel vordering wees in die rigting van doelbereiking, kan die proses weer by fase een begin, indien die motivering om die probleem weer aan te pak, reg is.

## 6.2. Samevatting.

Vanuit Amabile se hantering van die verskillende definisies oor kreatiwiteit word die kompleksiteit van die konsep duidelik. Die definisies toon hoe die verskillende benaderinge tot kreatiwiteit op verskillende aspekte van die proses fokus.

- Kreatiwiteit as die *manipulasie* van elemente soos woorde om nuwe patrone te skep.
- Kreatiwiteit as *konteks-sprong* en onkonvensionele *probleemoplossing*.
- Kreatiwiteit as *resultaat van persoonlike eienskappe* van mense.
- Kreatiwiteit as *konsensus* deur kenners wat die regte eienskappe in 'n produk bespeur.

Hierdie samevatting van definisies beklemtoon die buitengewone aard van kreatiwiteit as konsep. Amabile se fokus op die subjektiewe karakter van die verskynsel soos deur die konsensus van waarnemers bepaal word, sluit aan by Feldman se gedagte oor die belang van die konteks as beoordelaar van kreatiwiteit. Kreatiwiteit word beoordeel aan die hand van die kwaliteite van die resultate soos beoordeel deur gepaste waarnemers.

Die komponent model van Amabile verskaf 'n raamwerk waarbinne die proses van kreatiwiteit in aksie gestel kan word. Vanuit die model is dit duidelik dat kreatiewe optrede nie deur domein-relevante vaardighede alleen, of selfs in kombinasie met die regte motivering sal geskied nie. Die samespel tussen die verskillende komponente van die model is 'n belangrike insig. Die motivering, die persoonlike vaardigheid en die domein relevante vaardighede kom in spel. Amabile se beklemtoning van die domein relevante vaardighede hou verband met die beoordeling of meting van kreatiwiteit deur gepaste waarnemers. Die vraag ontstaan, wat kwalifiseer 'n gepaste waarnemer? Impliseer die vraag dat net

predikers kan beoordeel of 'n preek kreatief is of nie? Predikers beskik tog oor die domein relevante vaardighede vir die prediking.

Vaardigheid en kennis is aangedui as belangrike eienskappe vir die persoon wat in 'n spesifieke konteks uiting gee aan kreatiewe vermoëns. Sonder die vaardigheid met die houtwerk gereedskap en kennis van die plan, kan 'n paar planke aanmekaar gespyker word wat nie noodwendig 'n tafel sal wees nie. Die samespel van motivering, persoonlike vaardigheid en kennis van die omgewing waarbinne kreatief opgetree word, is die belangrike wins van Amabile se model.

Die toepassing van die model vir die praktiese teologie en die prediking hou in dat predikers kenners van hulle vakgebied moet wees. Kennis van die tegnieke en style asook die vaardigheid om dit te kan toepas word gedra deur die motief waarmee die taak verrig word. Die ontginning van eie aangebore kreatiwiteit, sowel as die aanleer van tegnieke om kreatiwiteit te bevorder, blyk noodsaaklik addisionele komponente vir enige prediker te wees.

## **7. Bohm. Kreatiwiteit as sensitiewe waarneming en denke.**

Bohm (1998) beskou kreatiwiteit as die tot stand bring van iets met 'n "quality of originality." Kreatiwiteit is die rede vir die bestaan van wetenskap, aangesien wetenskap fokus op die ontdekking van iets wat tot dusver onbekend is, "iets" wat beskik oor 'n "fundamental kind of significance." Die motief of die beweging tot die ontdekking word gedra deur die behoefte om iets nuuts te ontdek of te skep wat "...whole and total, harmonious and beautiful" is. Om dit te kan regkry word oorspronklikheid vereis (Bohm 1998:1-3).

### **7.1. Oorspronklikheid en waarneming.**

Oorspronklikheid en die vermoë tot waarneming gaan hand aan hand. Van enige waarnemer word vereis om vooropgestelde idees oor 'n onderwerp te laat vaar sodat ontdekking van die nuwe kan plaasvind. Waarneming as die vermoë om iets nuuts raak te kan sien is dan essensieel vir oorspronklikheid. "Real perception that is to see something new requires a person to be attentative, alert, aware and sensitive."

Hierdie eienskappe maak dit moontlik om te kan onderskei wat nuut is en wat bloot gebaseer is op vooraf geleerde kennis.

Die essensie van kreatiwiteit word opgesom in die konsep van *sensitiewe persepsie*. Persepsie word omskryf as die onderskeid tussen wat nuut en anders is, teenoor dit wat afgelei is vanuit vorige bestaande kennis. “Creativity of some kind may be possible in almost any conceivable field. Creativity is founded on the sensitive perception of what is new and different from what is inferred from previous knowledge” (Bohm 1998:4-6).

Bohm (1998:12) illustreer die proses van persepsie aan die hand van die voorbeeld van Einstein. “Einstein’s basic step was to perceive a new set of essential differences, from which there arose a new relationship of similarity, and thus a *new order of space and time*.” Waarneming lei tot nuwe vrae oor fisiese verskynsels wat weer lei tot nuwe gewaarwordinge oor, in die geval, eienskappe van materie. Kreatiwiteit is nie die blote toepassing van dit wat ander ontdek het in nuwe velde, of selfs die kombinasie of uitbreidings van ander ontdekkings nie. Om kreatief te wees vereis om te verstaan wat ander gedoen het sowel as om te onderskei, tussen die gedagtes of ontdekkings van ander en die nuwe insig wat na vore kom. “It is the feeling out of such differences that will indicate the new similarities that are appropriate to his own situation” (Bohm 1998:13).

‘n Kreatiewe persepsie kan lei tot ‘n nuwe ordening van die bestaande kennis, sonder om die kennis na te boots, of die geldigheid van die bestaande kennis te bevraagteken. “It serves as it were, to help to put our knowledge of the older laws into a more appropriate order, while at the same time it extends the frontiers of knowledge in quite new ways. (Bohm 1998:14). Kreatiwiteit as waarneming behoort die bestaande patrone raak te sien vanuit die bestaande kennis en strukture, en dit sodanig te onderskei dat die orde gevarieer, verstel en aangepas kan word om die waargeneemde feite te kan akkommodeer. Dit gaan daarom dat daar vanuit die geïkete patrone van denke en verstaan weggebreek kan word, om nuut te kan waarneem.

Kreatiewe waarneming bring die bewussyn van 'n stel nuwe verskille of ooreenkomste na vore, wat nie gebaseer word op vorige kennis nie. Die nuwe ontdekkings word gestruktureer in nuwe ordes en strukture. Die proses vorm nuwe harmonieuse eenhede wat die verstaan van die nuwe ontdekkings op 'n unieke maniere beïnvloed (Bohm 1998:16). Die proses voltrek in die kreatiewe denkstaat, 'n staat wat Bohm vergelyk met die van jong kind wat altyd oop is om nuwe goed te leer, nuwe verskille en ooreenkomste raak te sien en nuwe ordes en strukture te aanvaar. Dit is 'n staat van denke "that is continually and unceasingly observant of the fact of the actual order of the medium in which one is working." (Bohm 1998:18).

Die kreatiewe proses is gevolglik 'n rasonale proses wat algemene sensitiwiteit van die denker vereis om nie alleen te sien nie, maar ook te onderskei tussen waarneming en voorveronderstelling. Kennis van bestaande raamwerke en veronderstellings waarbinne gehandel en gedink word is noodsaaklik vir kreatiwiteit sowel as 'n verstaan van wat dit beteken om oorspronklik en kreatief op te tree en te dink. Kreatiwiteit vereis vaardige denke. "You must think faster than the horse; or else you will go where the horse wants to go" (Bohm 1998:23). Oorspronklike en kreatiewe denke gaan die meganiese uitvoering van prosesse vooraf. Die soort denke kan ver vooruit sien en aanpassings maak om gebeure wat negatief kan wees te keer voor dit gebeur. Binne die metafoor van die ruiter, beteken dit dat die perd gestuur word, volgens die waarneming en denke van die ruiter. Dit vereis dat voorveronderstellings en uitgangspunte wat gewoonte geraak het, verbreek moet word, sodat nuwe rigtings ingeslaan kan word.

## **7.2. Verbeelding.**

Verbeelding speel 'n belangrike rol in Bohm se denke oor kreatiwiteit. Verbeelding gaan oor die vermoë om te kan "ver-beeld" wat nog nie ervaar of gesien is nie. Bohm onderskei tussen verbeelding as kreatiewe en intelligente denke, en verbeelding as meganiese kapasiteit wat die gedagtebeelde wat uit die assosiasies van die geheue voortkom, herrangskik (Bohm 1998:41). Die vorming van denkbeelde en rasonale insig is deel van die kreatiewe proses. Die ontdekking van die relevansie van vrae, wat verwarrende konsepte in bestaande denke uitwys, is sentraal tot die ontdekking van 'n nuwe beskouing van die wêreld. Hierdie

ontdekking kan met insig gelyk gestel word. Die vorming van insig vind plaas in 'n oomblik van verstaan, wat ontvou in die verbeelding en binne nuwe lyne van "...discursive reasoning which are free of the contradiction and confusion that was previously present. (Bohm 1998:50).

Bohm (1998:53) onderskei tussen *imaginative and rational insight* en *imaginative and rational fancy*, waar eersgenoemde beskryf word as "the primary act of perception through the mind along with its immediate display", en die tweede as "the construction or putting together of known concepts and images in logical order." Hierdie samestelling van die bekende konsepte in 'n logiese orde dien as die fondament van kennis, terwyl die waarnemingshandeling en die vertoning daarvan, die struktuur vorm wat op die kennisbasis gebou word (Bohm 1998:54).

Die intelligensie van kreatiwiteit word nou verbind aan insig. Intelligensie is vir Bohm (1998:55) 'n soort verstandelike wakkerheid (mental alertness) wat die essensie van waarneming vorm. Insig is een van die kwaliteite van intelligensie. Insig is nie bloot 'n produk van geheue of opleiding nie, elke situasie moet nuut beskou kan word. Insig het meer te doen met proses van waarneming deur die intellek of die verstand. Die verstand se verbintenis moet losgemaak word van die tendens om aan die gevestigde en beperkte kategorieë vas te hou, sodat die kuns van waarneming deur die intellek kan plaasvind.

### **7.3. Samevatting.**

Kreatiwiteit gaan oor die skepping van iets nuut wat 'n kwaliteit van oorspronklikheid en betekenis vertoon. Aan die grond van die proses is 'n fyn sin vir waarneming wat Bohm *sensitive perception* noem. Hierdie fyn waarneming is bedoel om dit wat nuut en anders is, te onderskei van die bestaande. Bohm se beklemtoning van die onderskeid tussen wat ander sê, en die insig wat dit meebring, is 'n belangrike onderskeid waarmee predikers moet rekening hou. Die belang hiervan is dat die saak vir die prediking nie dit is wat die prediker gelees of gehoor het wat nuut is nie, maar die insig of die nuwe verstaan wat daardeur bewerk word. Om kreatief te wees beteken dus nie om ander na te praat nie, maar juis om deur fyn waarneming 'n andersheid te ontdek.



Kreatiwiteit is egter meer as net sensitiewe waarneming. Die waargeneemde moet ook verwerk word. Nuwe ordening van bestaande kennis deur die nuut waargeneemde, of onderskeide kennis, vind plaas met die oog op die verstelling van bestaande patrone van kennis. In die proses funksioneer 'n nuwe denkstaat wat oop is vir ontdekking en leer, 'n denkstaat wat vergelyk kan word met die denkstaat van 'n kind. Die kwalifikasie dat mens *onophoudelik opmerkzaam* moet wees, dui daarop dat kreatiwiteit nie iets is wat aan of af geskakel word nie. Die afleiding kan gemaak word dat kreatiwiteit 'n leefwyse is.

Die Kreatiewe proses is 'n rasonale proses waarin vaardige en vinnige denke noodsaaklik is. Kreatiwiteit is gevolglik nie 'n lukrake gebeure waarvoor gewag kan word nie. Kreatiwiteit, volgens die insigte van Bohm, is 'n doelbewuste rasonale gebeure wat met intelligensie gepaard gaan. Wanneer 'n voorveronderstelling of 'n uitgangspunt met 'n nuwe kreatiewe uitgangspunt vervang word, is dit 'n rasonale besluit gebaseer op waarneming en vaardige denke. Kreatiwiteit verlang dat daar vooruit gedink word, sodat die denker die koers bepaal, nie die gang van die omstandighede nie.

Bohm se insig in verbeelding as die “ver-beeld-ing”, of sigbaar maak van nuut ontdekte patrone of prosesse as denkbeelde en rasonale insig in die gedagte-wêreld, is 'n belangrike bydrae tot die verstaan van kreatiwiteit. Die kreatiewe verbeelding is 'n gebeure waarin die nuwe as 'n gedagtebeeld in die gedagte-wêreld geskep word. Hierdie gedagtebeelde is die resultaat van die fyn waarneming en vinnige denke van die kreatiewe gebeure. Gedagtebeelde moet egter nie net in die gedagtes bly nie, anders is dit niks meer as dagdromery nie. Die verbeeldingswêreld moet dieper verken en bedink word, met die oog op die realisering of toepassing daarvan binne 'n nuwe realiteit.

## **8. Goswami - Kreatiwiteit as kwantum sprong.**

Kreatiwiteit is 'n noodsaaklikheid vir die samelewing. Sonder kreatiwiteit sal gemeenskappe sonder vitaliteit wees, en 'n mens se siel sal verhonger en uitsterf (Goswami 1999:16). Goswami se benadering tot die verstaan van kreatiwiteit vereis

‘n geïntegreerde wêreldbeeld. Hy vind dit in die kwantum meganika. Kreatiwiteit is moontlik binne die wêreldbeeld van die kwantum teorie omdat ‘n

“...quantum mind will come up with, in addition to the old, a number of previously unexplored possibilities, among which may well be a never-before-manifested answer that is really new....quantum physics gives us a revolutionary way of conceptualizing about our selves, our minds, and thus about our creativity” (Goswami 1999:31).

Goswami (1999) beskryf kreatiwiteit as “...the process of bringing something new into being” (Goswami 1999:34). Onderskeid word getref tussen die begrippe “situational creativity” en “fundamental creativity.” Situasionele kreatiwiteit beskryf die oplossing van nuwe probleme deur die kombinerings van ou idees op nuwe (novel) maniere. “Fundamental creativity” beskryf hy as “true originality of which only consciousness in its unconditioned freedom is capable” (Goswami 1999:34). Fundamentele kreatiwiteit kan opgesom word as egte oorspronklikheid. Die oorspronklikheid word nie beïnvloed deur die konteks nie en is die resultaat van vrye denke.

Die probleem met die verstaan van kreatiwiteit hou verband met die assosiasie tussen kreatiwiteit en die konsep van skepping uit niks. Die gedagte lei tot beswaar, aangesien die heersende wêreldbeeld bepaal dat dit onmoontlik is om iets uit niks tot stand te bring. Dit lei tot die vraag wat die konsep “nuut” beteken. Goswami (1999:35) erken dat daar materieel gesproke waarskynlik nie veel is wat nuut is nie, daarom verskuif die klem van dit wat materieel nuut of anders is, na nuwe betekenis of gedagtes, wat in die bewussyn ontspring. Die nuwe betekenis wat uit die skilderkuns en die digkuns uitgelok word, word as kreatief beskou.

Die betekenis van die konsep “nuut” het ‘n impak op die definisies van kreatiwiteit in situasionele en fundamentele konteks. “Fundamental creativity is the manifestation of something new in a new context of value through a process that involves discontinuity.” Fundamentele kreatiwiteit voltrek in ‘n nuwe konteks van waarde. Dit dui op iets betekenisvol wat nog nie van te vore bestaan het nie. “Situational creativity consists of creating a new product or solving a problem in a way that reflects new meaning and value in an old context or a combination of old contexts.”

(Goswami 1999:36). In die verband sou kreatiwiteit impliseer dat daar 'n konteksverskuiwing plaasvind.

Die essensie van kreatiwiteit kan in drie basiese begrippe opgesom word as “discontinuity, consciousness and meaning.” Die uitdaging vir die kreatiewe is om nuwe kontekste te vind wanneer die nuwe nie in die bestaande konteks inpas nie. “...sometimes, creativity is that simple: recognize that what is not forbidden is allowed” (Goswami 1999:39). Wanneer intuïsie die beperkinge van die huidige konteks onthul is dit tyd om die vrae op te volg en 'n nuwe konteks te vind of te skep.

### **8.1. Die proses van kreatiwiteit.**

Die proses van kreatiwiteit word as vier fases beskryf.

- Fase een is die fase van voorbereiding en behels hoofsaaklik die insameling van informasie. Intuïsie, gevoel en ruim denke (an open mind) is belangrike voorvereistes vir fase een.
- Fase twee word beskryf as die inkubasie fase. Al die gedagtes en gevoelens wat versamel is moet die geleentheid kry om bewustelik en onbewustelik te kan grondvat. Aktiwiteite wat deel van die fase vorm is onder meer ontspanning, spel en slaap.
- Die derde fase is die illuminasiefase, die “eureka moment” of die “a-ha ervaring.” In die fase vind verheldering plaas wat lei tot nuwe idees of gedagtes, wat skielik te voorskyn kom.
- Fase vier word die verifikasiefase genoem. Die nuwe idee of insig word uitgewerk, geverifieer en geëvalueer (Goswami 1999:43).

Goswami se definisie vir kreatiwiteit word geformuleer teen die agtergrond van die kwantum fisika. “To see the potency of creativity, we must realize that creativity is a discontinuous jump out of the existing system. When this discontinuous jump out of a system involves a new context of value that manifests a new product, it is an act of fundamental creativity.” (Goswami 1999:57).

Om die gebeure van die moment van kreatiwiteit te verstaan gebruik Goswami die kwantum teorie as verduideliking. “Creative thoughts that shift our contexts or reveal new meaning are discontinuous leaps from our ordinary stream-of-consciousness

thoughts” (Goswami 1999:67). Nuwe idees kom voor in kontekste wat verwyderd is van die probleem, soos weerligstrale tydens ‘n storm, sonder dat mens noodwendig weet waar die idees vandaan kom. Die teorie agter die kwantum sprong help om hierdie diskontinue gebeure van kreatiwiteit te begryp. ‘n Kreatiewe moment word beskryf as die skielike sterwe van ‘n ou gedagtepatroon terwyl ‘n nuwe gedagtepatroon die plek daarvan onmiddelik inneem, sonder enige kousale of lokale verband tussen die twee gebeurtenisse.

“Our thoughts are quantum objects. They, too, expand in possibility (becoming superpositions of many possible thoughts) when we are not paying attention to them. If, by chance or perseverance or both, a new possibility arises, and we collapse it by looking, we have a hit, a quantum hit, a discontinuous collapse of a creative event that reveals a new context of meaning” (Goswami 1999:74).

Die menslike gedagte-wêreld is gevul met baie verskillende gedagtes. Die uitdaging is om op die regte oomblik te kyk en ‘n nuwe gedagte te identifiseer. Die regte gedagte is egter nie sommer enige gedagte nie, aangesien kreatiwiteit nou verbind word met waardes. Waarheid is vir Goswami die belangrikste waarde. “All acts of fundamental creativity are in some ways attempts to express some absolute transcendent truth, this truth is a common aspect of archetypal themes” (Goswami 1999:79). Kreatiwiteit is ‘n poging om aan die transendente absolute in die relatiewe van die immanente uitdrukking te gee. “It tries to encapsulate the infinite with finitude” (Goswami 1999:80). Die gedagte vol potensiaal, wat raakgesien word in die gedagte-wêreld as ‘n absolute, word deur die kreatiewe proses gerealiseer of gekonkretiseer. Die gevolg is dat die onbeperkte van die gedagte-wêreld op een of ander manier in die realiteit vasgevang word. Anders gestel, die visie wat in die skilder se gedagte-wêreld ontstaan word deur die kreatiewe proses ‘n tasbaarheid in die skildery. Hierdie proses geskied in die kwantum modaliteit.

Die hantering van die nuwe waarheid wat ontdek word lê in wat Goswami die kwantum modaliteit noem. “It is our quantum self that communicates the new to us, which is felt as intuition in our ego mode ....it is our intuition that gives us a vague feeling that something new is to be done” (Goswami 1999:151). In die proses moet die oue gedekonstrueer word om plek te maak vir die nuwe. In aansluiting by Carl

Rogers stel Goswami (1999:152) dat die voorbereidingsfase in die kreatiewe proses 'n "open mind" vereis asook die oortuiging dat die bestaande idees, programme en kontekste, onvoldoende is. Die voorbereiding loop uit op die res van die proses, waar werk en rus afwisselend bydra tot die ontwikkeling van nuwe onaangeleerde stimuli, konflikte en teenstrydighede, wat insig en nuwe idees voortbring.

## 8.2. Samevatting.

Goswami se teorie vir kreatiwiteit kom vreemd voor as gevolg van die vreemde konteks van die kwantum meganika, waarteen dit aangebied word. Die verplasing van die kreatiwiteit weg van die produk na die proses daarvan, is waardevol vir die verstaan daarvan. Kreatiwiteit is 'n diskontinue sprong tussen verskillende, onverwante kontekste, waar probleme of vraagstukke gedekonstrueer en herkonstrueer kan word in die nuwe. Die klem val nie op die nuwe produk of konsep wat tot stand gebring word nie, maar op die krag van die betekenisverskuiwing wat bewerk word. Die onvoorspelbaarheid van die gebeure wat in die metafoer van die onbekende oorsprong en bestemming van weerlig weergegee word, kommunikeer iets van die misterie van kreatiwiteit.

Goswami se sistematiesing van die verskillende fases van 'n kreatiewe proses as voorbereiding, inkubasie, verligting en verifikasie, bring nuwe verstaan in die proses van kreatiewe denke. Teenoor die teorieë wat sterk klem lê op die omgewing, eienskappe en kennis wat noodsaaklik vir die kreatiewe proses is, laat Goswami ruimte vir die onbekende nuwe gedagtes om neerslag te vind. Die rol van intuïsie as aanduider van die behoefte aan verandering en nuwe koers is veral waardevol.

Die beste beskrywing van die Goswami se verstaan van kreatiwiteit, is die verduideliking dat die gedagtes wat in vryheid in die onbeperkte van die transendente sfeer rondswerf, immanent word deur die kreatiewe proses. Die voorbeeld van die skilder, wat deur die kreatiewe proses die prentjie wat in die

gedagte leef deur middel van die medium van verf en tegniek sigbaar maak sodat dit betekenis kan kommunikeer, is 'n gepaste beeld om die gebeure mee vas te vang.

Wat die beoordeling van hierdie teorie betref bring die toevalligheid, wat onderliggend aan die teorie is, 'n grys area na vore. Die feit dat die ontdekking van die nuwe afhanklik gemaak word van die denker se toevallige raaksien daarvan op die regte oomblik, maak van die kreatiewe gebeurtenis is gebeure wat van kans of 'n geluuskoot afhanklik is.

Goswami se waarde is geleë in die alternatiewe konteks van die kwantum teorie waarbinne kreatiwiteit beskryf word. In die proses is die persoon se sensitiwiteit vir nuwe gedagtes belangrik. Kreatiwiteit vereis 'n funksionering in die kwantum modaliteit waar dekonstruksie van die oue en herkonstruksie van die nuwe 'n noodsaaklikheid is. Die rol van intuïsie sowel as die intensionele soeke na die nuwe, impliseer 'n voortdurende openheid of sensitiwiteit vir die nuwe wat skielik en onverwags uit vreemde oorde mag opduik.

## **9. Buzan. Kreatiewe intelligensie.**

Buzan (2001) werk met die konsep "Creative intelligence." Kreatiewe intelligensie word beskryf as "the ability to come up with new ideas, to solve problems in original ways, and to stand head and shoulders above the crowd in terms of your imagination, your behaviour, and in your productivity" (Buzan 2001:6).

Buzan onderskei 'n sewetal faktore wat deel uitmaak van kreatiewe intelligensie en beklemtoon die feit dat elk van die elemente aangeleer of ontwikkel kan word. Die volgende opsomming verteenwoordig die elemente van kreatiewe intelligensie soos deur Buzan (2001:7) onderskei.

- Linker- en regterbrein denke, die vermoë om al die verskillende vaardighede wat toegeskryf word aan die linker en regter hemisfere uit te voer deur die gebruik van die "heelbrein."

- Die vermoë om gedagtes sigbaar te maak deur die tegniek van “mind mapping” (breinkaarte) waardeur gedagtes deur middel van woorde en beelde op papier vasgevang word.
- Die spoed waarteen nuwe idees gevorm kan word wat hy, “fluency” noem.
- Buigsaamheid of aanpasbaarheid. Die begrip “flexibility” sluit die vermoë in om verskillende soorte idees voort te bring, verskillende strategieë of benaderinge te kan volg ten opsigte van ‘n saak, ander uitgangspunte te oorweeg en ou gedagtes in nuwe volgordes te rangskik. Dit geskied deur al die verskillende sintuie in die proses te gebruik, met die oog op skepping van nuwe idees.
- Oorspronklikheid. Dit behels die generering van ongewone, unieke, eksentrieke idees waaraan niemand anders tevore gedink het nie.
- Uitbreiding van idees. Die vermoë om ‘n sentrale gedagte uit te bou in alle moontlike rigtings tot geen opsies meer oor is nie.
- Assosiasie. Die vermoë om deur middel van assosiasie van verskillende idees, kreatief te wees.

Buzan se algemene uitgangspunt is dat kreatiwiteit deur enige persoon aangeleer kan word. Die proses word vergelyk met die oefening van verwaarloosde spiergroepe wat oor die kapasiteit vir sekere aktiwiteite beskik en bloot geaktiveer moet word (Buzan 2001:16). Die algemene waarneming word gemaak dat die ontwikkeling van die een onderontwikkelde area ook ‘n impak op ander areas van aktiwiteit het. Mense wat op die gebied van syfervaardigheid onderrig is, het verbetering getoon op die terreine van verbeelding en musikaliteit (Buzan 2001:17). Die waarneming lei tot die afleiding dat die sferes van die brein op een of ander manier oor en weer informasie uitruil met die gevolg dat die brein sinergeties informasie opbou, wat bydra tot die algemene intelligensie en kreatiwiteit.

Buzan beklemtoon die noodsaak van heelbrein denke, wat beteken dat die volle spektrum van kortikale vermoëns ingespan word. Hy verwerp die siening wat onderskeid tref en mense kategoriseer as denkers met linkerbreinvoorkeur of regterbreinvoorkeur. Die implikasie van die beskrywing van mense as regterbreindenkers, is dat sulke mense net helfte van hulle breinkapasiteit benut. Hulle funksioneer soos ‘n atleet wat net met die linker of die regter helfte van die liggaam probeer hardloop (Buzan 2001:21-24).

Verskillende vermoëns word aan die verskillende dele van die brein toegeskrywe. Funksies wat te doen het met woorde, logika, syfers, volgorde, lineariteit, analise en die gebruik van lyste word aan die linkerbrein werking toegeskryf. Aan die regterbrein word funksies van ritme, ruimte bewussyn, dimensie, verbeelding, dagdromery, kleur en 'n bewussyn vir die geheel toegeskryf (Buzan 2001:14). Navorsing bevind dat wanneer die een kant van die brein aktief is, die ander kant geneig is om in 'n staat van rus te verkeer. Die afleiding word gemaak dat meeste mense die brein nie volledig benut nie (Buzan 2001:15).

Buzan het 'n hele reeks "rate" vir die verbetering van heelbreindenke. Sy werk is baie prakties ingestel en fokus op tegnieke wat kreatiwiteit stimuleer. Buzan se belangrike bydrae tot die bevordering van kreatiwiteit is die gebruik van breinkaarte (Buzan 2000; Buzan 2001:35-44). Die motief vir die ontwikkeling van die tegniek word onder meer aan die skoolsisteem toegeskryf. Die skoolsisteem word beskryf as die "non-creativity prison." Gebrek aan kreatiwiteit is die resultaat van die manier waarop mense deur die skoolsisteem gaan. Dit begin by die manier waarop mense notas van lesings maak. Notas word normaalweg met een kleur pen of potlood afgeneem op papier waarop lyntjies gedruk is. Notas word gerangskik binne die lyntjies op die papier en lees van links na regs. Volgens Buzan verveel die metode die brein aangesien die lyste, lyne, nommers, ordes en letters op die terrein van die linkerbreinvaardighede is. Die verwaarlosing van die regterbrein elemente beteken dat net helfte van die brein benut word. Die alternatief vir die soort lineêre denke, is die benutting van uitstralende denke of "radiant thinking" (Buzan 2001:39). Die breinkaartkonsep demonstreer die gebruik van kleure, vloei, visuele ritme, beelde, prente, dimensie en rangskikking van spasie en ruimte in die denkproses. Die elemente bring die vaardighede van die regter hemisfeer van die brein in spel saam met die linkerbrein en aktiveer die hele brein. Buzan verwys na verskillende geniale denkers en ontdekkers van die verlede soos Da Vinci, Galilei, Einstein en Darwin wat hulle idees deur woorde en beelde op papier sigbaar verbeeld het (Buzan 2001:45-49).





### **9.1. Samevatting.**

Die waarde van Buzan vir denke oor kreatiwiteit is geleë in die manier waarop kreatiwiteit deur eenvoudige tegnieke en oefeninge vir alle mense toeganklik gemaak word. Die benadering toon aan hoe verbeelding, gedrag en produktiwiteit verander en verbeter kan word, deur die aanvaarding van 'n kreatiewe leefstyl. Die benutting van die breinkaart metode is 'n handige hulpmiddel wanneer dit eers bemeester is. Buzan se verduideliking van die aanleer van die breinkaart tegniek asook die helder verduideliking van die resultate maak dit meer toeganklik. Aan negatiewe kant sou iemand wat 'n voorkeur vir die gebruik van die linkerbrein kapasiteit het, moontlik gefrustreerd raak wanneer notas nie ordelik, netjies en eenvormig binne die lyne van die bladsy gemaak word nie. Die sirkulêre uitleg van die breinkaart en die “kopskuif” wat dit vra, mag dalk na te veel moeite lyk. Waarskynlik sal mense met 'n natuurlike voorkeur vir die funksionering in die aktiwiteite van die regterbrein veel makliker by Buzan se teorie aanklank vind. Die uitdaging is uiteindelik nie of die regter of linker hemisfeer van die brein benut word nie, maar dat die hele brein ten volle benut word.

### **10. Neethling – Kreatiwiteit, 'n vars benadering tot die lewe.**

Neethling werk vanuit 'n opvoedkundige agtergrond. Die uitdaging vir die een-en-twintigste eeu is om die vermoë te ontwikkel om die hele brein te gebruik, sodat moontlikhede en oplossings geskep kan word, wat doel en passie in die lewe kan teweegbring (Neethling 2004:8). Neethling se belangrike bydrae tot kreatiwiteit is die ontwikkeling van heelbrein denke. Die manier waarop mense dink is die een aspek waaraan verstellings of verandering aangebring kan word.

Volgens Neethling (2001:9) bestaan daar meer as vierhonderd definisies wat kreatiwiteit probeer omskrywe. In sy werk volstaan hy met die inleidende gedagte dat kreatiwiteit 'n ervaring is, 'n vars of nuwe benadering tot die lewe waardeur nuwe lig gewerp word op die manier waarop mens sigself, die lewe, die besigheid, organisasie, land en selfs wêreld sien. Die soeke na 'n definisie word opgesom: “...one should not even try to define that which is undefineable” (Neethling 2001:9). 'n Enkele omvattende definisie vir kreatiwiteit blyk onmoontlik te wees.

Neethling (2005:12) gee 'n omvattende opsomming van woorde en gedagtes wat met kreatiwiteit in verband gebring word. 'n Opsomming van begrippe uit woordeboeke lei tot die volgende belangrike begrippe: “able to create, inventive, imaginative, ground-breaking, generative, innovative, original, expressive, artistic ingenious, inspired, stimulating, productive, visionary, clever, gifted.” Neethling som die gedagtes oor kreatiwiteit op in 'n eenvoudige sin as, “an openness (of eye and mind) to discover the creative possibilities out there” (Neethling 2005:14).

Kreatiewe mense is in staat om tussen informasie te kan onderskei en te prioritiseer. Hulle kan die alternatiewe reg kies en die detail daarvan uitwerk sonder om oorhaastig te wees. Kreatiewe mense is in staat om te wag tot die regte sprong of moment in die gedagtes kan plaasvind. Kreatiwiteit is nie iets wat oorerflik is nie, maar 'n vaardigheid wat aangeleer en ingeoefen kan word. Kreatiewe mense word beskryf as mense wat probleme kan raaksien, definieer en oopmaak. Hulle is in staat om van die gewone algemene idees te kan wegstuur om skaars en oorspronklike oplossings te vind (Neethling 2004:27).

Neethling (2004:28 e v) sluit aan by die ander skrywers se terme en brei dit uit as hy die eienskappe of vermoëns van kreatiewe optrede in die volgende terme of frases aandui:

- Fluency, smooth and agile thinking,
- Originality, unique and novel thinking,
- Focus on the essence and spirit,
- Elaboration, refining and developing ideas.
- Remain open – guard against a closure of thinking.

### **10.1. Heelbreindenke.**

Die uitdaging vir kreatiewe denke is om uit die beperkings van gekondisioneerde maniere van dink los te kom. Deur die werking van die brein, in die besonder die verdeling linker- en regterbrein te verstaan, sal nie net lei tot nuwe perspektiewe nie maar ook kreatiewe oplossings en deurbrake moontlik maak (Neethling 2004:52).

Die brein word beskryf as die beheersentrum van denke, gevoel, spiritualiteit en kreatiwiteit. Die wye verskeidenheid funksies noodsaak kennis oor die brein (Neethling 2005:65). Die verstaan van die werking van die brein word beskryf aan die hand van verskillende fisiese verdelings van die brein. Die onderskeiding van die verskillende dele word gekoppel aan verskillende funksies. Neethling (2005:66 e v) verwys na McLean se drie-ledige verdeling asook die onderskeiding tussen die regter- en linkerhemisfeer van die brein. Hierdie onderskeiding van die funksies van die onderskeie hemisfeer van die brein is belangrik in die verstaan van heelbrein denke.

Die ontdekking van die verskillende funksies van die linker en regter hemisfeer van die brein deur Sperry en andere (Edwards 1986:10 e v; Neethling 2004:54) vorm die basis van die heelbrein teorie. In navorsing met epilepsie lyers is gevind dat die linker hemisfeer van die brein die regterkant van die liggaam beheer en verantwoordelik is vir funksies wat te doen het met taal, spraak en logiese en analitiese denke. Die regter hemisfeer van die brein is verantwoordelik vir die linker kant van die liggaam, en beheer funksies soos visualisering en holistiese ongestruktureerde take. Verdere navorsing oor breinvoorkeure (vgl Edwards 1986; Alder 1993; Neethling 2004; 2005) het gewys dat mense geneig is om een deel van die brein meer as die ander deel te gebruik. Die geneigdheid beïnvloed mense se fisiese en verstandelike funksionering asook hulle persoonlikheid en benadering van mense en probleemoplossing. Neethling het 'n reeks omvattende toepassings van die breinvoorkeure van mense uitgewerk wat toegepas word op bykans elke dimensie van menswees.

Oor die algemeen word mense wat regterbrein dominant is, geag om kreatief te wees, en mense wat linkerbrein dominant is logies en rigied. 'n Volledige onderskeiding van die verskillende eienskappe van die hemisfeer word deur Neethling (2001:47 e v) en Buzan (2000:34) gedoen. Hiervolgens kan die volgende aspekte en vaardighede van menswees aan die funksionering van die linkerhemisfeer van die brein toegeskrywe word:

- Taal wat woorde en syfers insluit,
- spraak,
- analitiese denke,



- logika,
- volgorde,
- liniariteit en
- lyste.

Aan die regter hemisfeer van die brein word die volgende vaardighede en eienskappe toegeskryf:

- visuele vermoë,
- holistiese denke of gestalt,
- ongestruktureerdheid,
- ritme,
- ruimte,
- verbeelding en drome,
- kleur en dimensie.

Neethling verbreek die eksklusiewe onderskeid wat mense as linker- of regterbrein denkers klassifiseer, asook die invloed wat die onderskeid sou hê op die bepaling van hulle kreatiewe vermoëns. Alle mense, ongegeag van hulle breinvoorkeure, is in staat tot beide kreatiewe én logiese denke. Hierdie potensiaal tot kreatiwiteit en logika word verhoog deur heelbrein denke.

Kreatiwiteit is aanleerbaar en word beïnvloed deur kultuur, omgewing en ruimte. Kreatiwiteit gaan egter nie net om aangeleerde vaardighede en tegnieke nie, maar om die oorwinning van struikelblokke en die hantering van die lewe in die algemeen (Neethling 2004:53 e v). Met die oog hierop het Neethling breinprofiel-instrumente ontwikkel waarmee breinvoorkeure van mense bepaal word. Die doel van die instrumente is om mense in staat te stel om die werking van hulle brein te verstaan en vaardighede aan te leer met die oog op heelbrein funksionering (vgl Neethling 2004 en 2005).

Die resultate van die breinprofiel instrumente word op bykans elke lewensdimensie toegepas. Die resultate word aangewend met die oog op leiding vir beroepskeuses, leierskapontwikkeling, menseverhoudinge, leerpatrone en ouerskap. Breinvoorkeure word ook op ekonomiese terrein verken en aangewend (vgl Neethling 2004). Die

uitgangspunt is dat mense se verstaan van hulle eie brein voorkeure en nie-voorkeure, hulle in staat stel om die nie-voorkeur aspekte van hulle menswees te ontwikkel en hulle voorkeur funksies uit te brei en toe te pas. Die uitdaging is om van linker- of regterbreindenke na heelbreindenke te beweeg en om die verskillende implikasies vir alle lewensdimensies en verhoudinge te verreken.

Neethling het 'n hele aantal oefeninge en aktiwiteite ontwikkel wat bedoel is om mense te help om kreatiwiteit te stimuleer en aan te leer. Die aanname is dat indien mens in staat is om jou gedagtes te beheer, mens in staat kan wees om jou lewe te beheer. Die oefeninge en aktiwiteite is dan juis ontwerp om mense te bemagtig om die hele brein te benut (vgl Neethling 2004:116 e v; 2005:121 e v).

## **10.2. Samevatting.**

Neethling se werk kom vanuit 'n Suid-Afrikaanse perspektief oor kreatiwiteit wat die benadering kontekstueel relevant maak. Die hantering van die konsep van heelbreindenke is veel meer omvattend as die van Buzan wat in die vorige afdeling bespreek is.

Neethling se ontwikkeling van breinprofiel instrumente is veral waardevol om die ontwikkeling van heelbreindenke te bevorder en aan te leer. Sy siening van kreatiwiteit as 'n ervaring, neem kreatiwiteit vanuit die teoretiese perspektief na die praktyk van die lewe. Die beskrywing van kreatiwiteit as 'n vars, nuwe benadering tot die lewe, bring 'n verruiming van die toepasbaarheid daarvan vir alle fasette van menslike bestaan. Die omvangryke toepasbaarheid vir die totale menslike lewe strek vanaf die persoonlike tot by 'n universele dimensie. Neethling se denke word nie beperk tot veld van die opvoedkunde as oorspronklike terrein nie, maar word ook uitgebrei om uiteenlopende velde soos sport en besigheid in te sluit. Met hierdie wye veld van toepassing word die deur geopen om heelbreindenke ook in die teologiese konteks van toepassing te maak.

Die klem op kreatiwiteit as vars benadering tot die lewe in die mees omvattende sin, asook die aanmoediging tot openheid vir die kreatiewe moontlikhede "daar buite", lok die kreatiewe denker om ook wyer as die beperkinge van eie konteks te beweeg. Neethling se beklemtoning van die aanleerbaarheid van kreatiwiteit, asook die

praktiese metodes en tegnieke tot die bevordering van kreatiwiteit, help om daarvan 'n toeganklike dissipline te maak.

Neethling se hantering van die eienskappe van kreatiwiteit sluit aan by die van Torrance. Vloeiendheid, of vlotheid van idees, oorspronklikheid, fokus op die essensie en uitbreiding of verfyning van idees, word aangevul met openheid van denke. Om nooit op te hou om die nuwe te verwag nie maar altyd op die uitkyk te wees vir vars nuwe benaderings en beskouings.

Neethling se fokus op die ontwikkeling van heelbreindenke is 'n betekenisvolle moment vir die verstaan en toepassing van kreatiewe denke. Waar Buzan se benadering heelbreindenke aanmoedig, dien Neethling se meetinstrument om die voorkeure van mense te bepaal en te verduidelik met die oog op groei na heelbreindenke.

Die relevansie van Neethling se bydrae tot kreatiwiteit vir die teologie en in besonder vir die prediking, is uiteenlopend. Die eerste belangrike insig is vir die prediker tot verbetering van eie vaardighede. Kennis van eie breinvoorkeure kan daartoe lei dat persone met vrymoedigheid volgens eie voorkeur kan leef en werk. Verbeterde selfaanvaarding, sowel as begrip vir ander mense met verskillende voorkeure, behoort tot wedersydse verstaan en aanvaarding te lei, wat ook in die prediking kan neerslag vind.

Begrip vir die verskillende dimensies van breinvoorkeure sal ook impak maak op die prediker se omgang met mense. 'n Sensitiwiteit by die prediker vir die agt verskillende groeperinge mense waarvoor die breininstrument voorsiening maak, sal impak hê op die aanbiedingstyl en die verpakking van die inhoud van preke. Mense met verskillende voorkeure het verskillende behoeftes en reageer verskillend op aanbiedings.

Die gevaar van die gebruik van die breinprofiel instrumente is dat mense in verskillende kategorieë getipeer word. Die resultate van die instrument word weergegee met die kodes R1, R2, L1, L2 (vgl Neethling 2004:89 e v). Elk van die kategorieë word verteenwoordig deur twee tipologieë van mense. L1 word

onderskei as *realisties* en *analities*. Dit is moontlik dat mense as ‘n linkerbrein of regterbrein getipeer word of onderskei word as realis of analis en dan beperkend beskou word as een of die ander. Die tipering van die een of die ander kategorie, kan ook lei tot verskonings vir leemtes. ‘n Persoon kan homself beskryf as ‘n L1, met die implikasie dat eienskappe wat by L2 of R2 voorkom, verwaarloos word. Mense is veel meer as net ‘n tipologiese beskrywing wat deur ‘n meetinstrument bepaal of geklassifiseer word.

## **11. Lemons. Kreatiwiteit en improvisasie.**

Lemons (2005) pas elemente van improvisasie in die proses van kreatiwiteit toe. Kreatiwiteit word hanteer aan die hand van vier konsepte nl: “the creative product, the creative environment (often called “press” for the purpose of alliteration), the creative person, and the creative process.” (Lemons 2005:26).

### **11.1. Die kreatiewe produk.**

Die mate waarin ‘n produk ‘n kwaliteit van ongewoonheid (novelty) vertoon, word as maatstaf vir die bepaling van kreatiewe produkte aangelê. Die woord “novelty” word algemeen gebruik om die uniekheid van die kreatiewe te omskryf. Die woord dra die betekenis van *nuutheid*, *nuwigheid* *uitheemsheid*, *noviteit* . Saam met die begrip word die terme, *oorspronklikheid* en *bruikbaarheid* (“utility or social usefulness”) gebruik. “If the product fits the needs of society, it is more likely to be recognized and accepted” (Lemons 2005:26).

### **11.2. Die kreatiewe omgewing.**

Kreatiwiteit voltrek binne die sosiale milieu of omgewing. Die omgewing het ‘n invloed op kreatiwiteit aangesien mense wat kreatief wil wees, met die idees en die oortuigings van die gemeenskap in pas moet wees. Deel van die omgewing en die eise wat daarmee gepaard gaan, word beskryf as die invloed van die “cultural, economic, and political zeitgeist” (Lemons 2005 :26).

### **11.3. Die kreatiewe persoon.**

Kreatiewe persone word beskryf in terme van menslike eienskappe. Dit sluit in, 'n "creative personality", "cognitive abilities or creative process" wat kreatiwiteit moontlik maak. In terme van menswees word hulle beskryf as "...confident in their abilities and ... a tolerance for ambiguity. Creators also have a general lack of cognitive and behavioral inhibitions, are open to different experiences, and are willing to take risks." (Lemons 2005:26). Kreatiewe persone kan volgens hierdie tipering beskryf word as waagmoedige mense wat met paradokse kan saamleef en dit gebruik. Kreatiewe persone is mense wat die grense van die bekende, deur vrye denke kan oorbrug, mense wat bereid is om risiko's te neem.

### **11.4. Kreatiewe proses.**

Die doel van die kreatiewe proses word aangedui as die bewerking van transformasie. Sentraal in die proses van transformasie is 'n verandering van persepsie of waarneming. Die beskouing of persepsie van 'n voorwerp word verander deur 'n herstrukturering van die konsepte of die idees daaroor. Om die verandering te bewerk kan behels dat addisionele informasie oor die voorwerp ingewin word. Dit kan ook teweeg gebring word deur aandag te gee aan voorheen verwaarloosde informasie of die opheffing van beperkings (Lemons 2005:26).

'n Belangrike moment wat Lemons tot die proses van kreatiwiteit bydra, is die konsep van doelgerigtheid. Doelgerigtheid in die kreatiewe proses impliseer passie, belangstelling en 'n doelwit wat dien om die individu in die kreatiewe taak te motiveer. Lemons beskryf die verbinding tussen kreatiwiteit en passie as volg: "the creative mind plays with the object it loves." Kreatiwiteit en passie is gevolglik onlosmaaklik aan mekaar verbonde (Lemons 2005:27).

### **11.5. Improvisasie.**

Improvisasie as kreatiewe gebeure, begin met 'n tema of onderwerp wat gekies word as wegspringpunt. Die verskil tussen improvisasie en kreatiwiteit lê juis in die wegspringpunt. "Improvisation is not just a seat-of-your-pants, create-something-from-nothing performance. Successful improvisation consists of chosen activities: a



theme, a headline, an exercise, a melody that gets the action started” (Lemons 2005:27). Die reeds bestaande temas, of logika van ‘n bepaalde onderwerp word in improvisasie hanteer met die oog op ‘n verbetering. Dit gaan om werk wat binne ‘n bepaalde struktuur gedoen word in samewerking met ander. “... improvisation is spontaneous, works within a structure, builds on what has already been introduced, and functions under the guise of performance” (Lemons 2005:27).

Navorsing om te bepaal watter elemente van die innovasieproses kreatiewe en innoverende denke stimuleer, vind dat kommunikasie, spanwerk, risiko of uitdaging, veiligheid, eerlike emosionele uitdrukking, selfaktualisering en vreugde deurslaggewende motiewe is vir improvisasie (Lemons 2005:28). Die elemente word in verband gebring met die vyf konsepte van kreatiwiteit soos deur Lemons aangedui. Kreatiwiteit en innovering word in noue verband met mekaar gebring. Beide kreatiewe en innoverende gedrag is aanleerbaar. Innovering vorm in baie gevalle die basis vir kreatiwiteit (Lemons 2005:30). Deur mense uit te daag om innoverend te dink oor ‘n bepaalde onderwerp lei meestal tot buitengewone idees en gedagtes wat nuwe horisonne van verstaan en moontlikheid open.

### **11.6. Samevatting.**

Kreatiwiteit verskil van improvisasie in die sin dat improvisasie uitgaan van reeds bestaande temas of voorwerpe. Kreatiwiteit speel wel ‘n rol in improvisasie met die oog op die ontdekking van nuwe perspektiewe. Lemons se onderskeiding van die vier elemente van die kreatiewe gebeure word aangevul met die vyfde element van doelgerigtheid. Kreatiwiteit word gevolglik nie beoefen ter wille van kreatiwiteit nie maar met die oog op ‘n spesifieke doel of uitkoms.

Lemons se beskrywing van die kreatiewe persoon kan die idee laat posvat, dat kreatiewe mense eksentrieke tipe mense is wat inhibisielose waaghalse is, veral waar die omgewing nie ontvanklik is vir nuwe idees en gedagtes nie. Die beskrywing van die kreatiewe proses as die herstrukturering van konsepte kan insinueer dat kreatiwiteit nie werklik iets nuut na vore kan bring nie. Kreatiwiteit, soos reeds aangetoon, gaan juis daarvoor om nuut te kyk en die verrassende potensiaal te ontdek.

Improvisasie is aangedui as 'n belangrike element vir kreatiwiteit. Meeste van die uitdagings vir die lewe vind oorsprong in bepaalde konkrete omstandighede of belewenisse. Wanneer 'n prediker met 'n teks gekonfronteer word waarin beelde of moeilike uitdrukkings gebruik word is improvisasie die wegspringpunt om nuut daarna te kyk. Improvisasie as stimulus vir kreatiwiteit sou inderdaad kon bydra tot nuwe kreatiewe ontdekkings vir die praktiese teologie en die prediking.

## **12. Adair. Om te sien soos nog nooit tevore nie.**

Kreatiwiteit is meer as 'n bepaalde volgorde of reeks stappe in 'n proses, dit speel af in die gedagte-wêreld. Waarnemings, idees en gevoelens word gekombineer in 'n konsep of visie, waarna die kunstenaar, komponis of skrywer oor die vaardigheid moet beskik om die dinge saam te voeg. Adair (2007) huldig die standpunt dat 'n mens nie iets uit niks kan voort bring nie, aangesien die roumateriaal vir die nuwe reeds bestaan. "The creative mind sees possibilities in them or connections that are invisible to less creative minds" (Adair 2007:6). Die uitdaging van kreatiwiteit is gevolglik om die moontlikhede van dit wat reeds bestaan, raak te sien en aan te wend.

Kreatiwiteit word gedefinieer as "...the faculty of mind and spirit that enables us to bring into existence, ostensibly out of nothing, something of use, order, beauty or significance" (Adair 2007:8). Hierdie proses word verwoord in 'n "natuur model" waarvolgens nuwe idees en gedagtes na analogie van natuurverskynsels ontwikkel word. Die ontwikkeling van radartegnologie het byvoorbeeld gebeur deur gebruik te maak van die natuurlike beginsels uit die natuur, soos dit voorkom by die vlermuis (Adair 2007:12 e v). Die voorbeeld dien as bewys dat bruikbare modelle reeds in die natuurlike omgewing bestaan en bloot toegepas moet word in verskillende situasies. Die toepassing van die natuurlike beginsels en die ontwikkeling daarvan tot bruikbare voorwerpe, gebeur deur analogiese denke. Analogie is gevolglik sentraal in kreatiewe denke. "Everything has been thought of before, but the problem is to think of it again" (Goethe in Adair 2007:14). Alles wat vreemd of onbekend is, word bewustelik of onbewustelik met die bekende vergelyk. Die onbekende word verken deur dit in verband te bring met die bekende deur middel van analogie.

In die hantering van bekende onderwerpe, stel Adair voor dat die bekende soos die onbekende benader moet word, aangesien mens nie elke dag aktief oor die dinge wat reeds bekend is dink nie. Die bekendheid van onderwerpe of sake is juis die doodsteek vir kreatiewe nuwe idees. Adair verwys na 'n Sjinese spreekwoord wat lui, "...last night I thought over a thousand plans, but this morning I went my own way" (2007:19). Volgens die spreekwoord, word nuwe drome en idees verdring of versmoor deur gevestigde gedagtepatrone en gewoontes asook deur 'n verslaafdheid aan die bekende. "The essence of the creative act is to see the familiar as strange."(Adair 2007:19).

Die uitdaging van die benadering is dat mense bevry moet word van denke met beperkte relevansie vir die eie professie of veld. Adair daag denkers uit om grense tussen industrieë oor te steek en 'n wyer relevansie te ontwikkel deur nuwe verbindings raak te sien (Adair 2007:24). Die onverwagte moet verwag en gevind word, selfs wanneer daar nie bewustelik daarna gesoek word nie. Die nuwe moet ontdek word, waarna die doel waarvoor dit aangewend kan word, ontdek moet word. Die ontdekkingsproses vereis voorbereidheid om nuwe ontdekkings te maak.

Baie van die belangrike wetenskaplike ontdekkings van die afgelope eeu het terloops plaasgevind. Adair verwys na Pilkington en die ontdekking van glas, Flemming se ontdekking van penisillien en Goodyear se ontdekking van die gevulkaniseerde rubber proses. Hoewel al die genoemde ontdekkings "per ongeluk" plaasgevind het, was die ontdekker gereed gewees om iets nuut te sien. Die waarde van 'n voorbereide gedagte-wêreld word gedemonstreer in 'n aanhaling wat Adair aan Louis Pasteur toeskryf: "Where observation is concerned, chance favours only the prepared mind." (Adair 2007:29).

Om die nuwe te kan raaksien vereis sensitiwiteit en waarnemingvermoëns. Kennis sonder voorveronderstellings word benodig om die leidrade wat gevind word, te interpreteer en hulle waarde te besef. Verbeeldingryke denke en 'n gewoonte om na

te dink oor die onverklaarde, sowel as 'n eienskap wat Adair "original flair" noem (Adair 2007:32), is 'n noodsaaklikheid.

Ander eienskappe wat kreatiewe denkers benodig:

- Nuuskierigheid. Die "eager desire to learn and know." (Adair 2007:34). Kreatiewe denke is opsigself 'n manier om iets nuut te leer.
- Observasie. Enige iets wat waargeneem word sal getransformeer word deur 'n kreatiewe persoon wat die waargeneemde assosieer en kombineer met nuwe moontlikhede. "... we tend to see what we already know" (Adair 2007:41). Alles wat ons waarneem word gekleur deur ervaring en vorige waarneming.

Dit volg dan dat mens alles sien en interpreteer in terme van voorafbestaande kennis. Adair (2007:41) haal Gustav Flaubert aan, "There is an unexplored side to everything, because instead of looking at things with our eyes we look at them with the memory of what others have thought". Die uitdaging is gevolglik om te sien soos daar nog nooit te vore gesien is nie.

### **12.1. Samevatting.**

Kreatiwiteit is 'n gedagtespel en nie 'n proses wat stapsgewys uitgevoer moet word nie. Die bestudering van kreatiwiteit kan maklik verval in die identifisering van 'n aantal resepte wat tot 'n bepaalde uitkoms moet lei. Die waarde van die siening is dat kreatiwiteit losgemaak word om in enige konteks op enige tyd te kan funksioneer. Die kombinasie van waarnemings en idees, met gevoel, bring 'n andersoortige karakter tot kreatiwiteit. Die term "gutfeeling" wat 'n soort aanvoeling aandui word in die konsep van gevoel vasgevang. Adair se benadering skep ruimte vir die onpeilbare subjektiewe "gutfeeling" wat ook plek in denke oor kreatiwiteit verdien.

Die idee dat alles reeds bestaan en bloot wag om ontdek te word, skep 'n verwagting dat daar altyd hoop op iets nuut kan wees. Adair se beskrywing van die eienskappe van die kreatiewe produk as nuttig, ordelik, mooi en betekenisvol, gee aanduiding

dat die resultate van die kreatiewe proses ernstig benader word. Die afleiding dat nie alles wat nuut is, noodwendig kreatief is nie, kan ook gemaak word.

Die voorbeelde van die natuurmodel vir kreatiwiteit, bevestig die siening dat nuwe opsies reeds bestaan en net wag om ontdek te word. Ook die voorbeelde van die terloopse uitvindings wat ontdek is in ander prosesse, bevestig die standpunt. Wie kreatief wil wees moet gevolglik kreatiwiteit met verwagting benader. Kreatiewe pogings behoort ook nie aan bande gelê te word deur allerlei grense nie, en die kreatiewe persoon moet gevolglik bereid wees om ook moed aan die dag te lê om die nuwe te verken.

Die voorwaardes en eienskappe wat Adair beskryf werp lig op van die faktore wat kreatiwiteit kan verhinder. Voorveronderstellings wat nie bekend is nie en wat nie getoets word nie kan kreatiewe vooruitgang belemmer. Nuuskierigheid om te verstaan en die nuwe te ontdek, blyk ook belangrik te wees. In die era van tegnologiese vooruitgang kan 'n gevoel van gerusstelling intree, dat alles wat ontdek moet word reeds ontdek is. Die Prediker se uitspraak dat daar niks nuut onder die son is nie, is dan tegelyk waar en onwaar. Daar mag niks nuut onder die son wees nie, maar dit is nie te sê dat alles wat moontlik is, reeds ontdek is nie.

Vir die teologie en die veral die prediking het die siening verrykende gevolge. Geen teoloog of prediker kan in die gerustheid verval dat alles reeds bekend is nie. Die bestaande sienings en gedagtes moet voortdurend nuut beskou en bedink word met die verwagting dat daar meer is om te ontdek. Die verwagting dat daar ander maniere is om uitdrukking te gee aan die bestaande, en dat daar ander moontlike maniere is waarop handeling uitgevoer kan word. Die moontlike onontdekte, onontginde fasette van alles moet self bekyk en bedink word in onafhanklikheid van die gedagtes en herinneringe van ander mense.

### **13. Kreatiwiteit. 'n Teologiese raamwerk.**

Kreatiwiteit is nie 'n vreemde konsep in die teologie nie (vgl Furet 1987, Cilliers 1998; Schweitzer 2001; Lanser 2007; Troeger 2007). Dit was egter nie altyd so nie en die konsep word steeds beskou, as 'n buitestaander tot die teologiese dissipline

(Schweitzer 2001:3). In hierdie afdeling word die voorkoms van kreatiwiteit in teologiese raamwerk nagegaan.

### **13.1. Firet – Kreatiwiteit as sorgende aandag.**

Firet (1987) het 'n opstel onder die titel *Theologiese kreatiwiteit* in sy bundel prakties-teologiese opstelle ingesluit, waarin aangedui word dat die saak van kreatiwiteit nog altyd noodsaaklik was in die teologie. Die stelling word begrond met verwysing na die feit dat werk wat in die teologiese beroep verrig word, beskryf kan word met “een nieuw uitzicht openen, mensen helpen ‘in nieuwheid des levens te wandelen (Rom 6:4)...” Die noodsaak van kreatiwiteit word beklemtoon in die lig van Durkheim se “anomie” “...een toestand van desintegratie en desoriëntatie, ontstaan door het krachteloos worden en wegvallen van oude interpretatiekaders en oriëntatiepunten” (Firet 1987:45). Vrae wat geen antwoorde het moet beantwoord word. Die prediking moet tuis kom in ‘n wêreld ver verwyderd van die wêreld van die Bybelskrywer, ‘n wêreld waarvoor die teologie nie aangelê is nie. Hierdie omstandighede noodsaak dat die predikant in die situasie self teologies kreatief moet wees (Firet 1987:46).

Teologie is die sistematiese geloofsbesinning ten dienste van geloof, geloofsbesinning wat die lewe uit die geloof van ander omskryf (Firet 1987:47). Teologie word opgesom: “theologie heeft te maken met het (leren) kennen van God in de concrete werkelijkheid en het (leren) kennen van de concrete werkelijkheid vanuit het geloof in God.” Met die verstaan van teologie volg die gevolgtrekking dat kreatiwiteit onontbeerlik is vir die teologie. Die teoloog is in ‘n aktuele situasie op soek na wat nuut is “nieuw in de zin van *anders en verrassend en die horizon van het bestaan doorkreukend*” (Firet 1987:48). Die kreatiewe proses genereer ervaringe wat nooit te vore ervaar is nie, dit sny woorde op nuwe maniere. Van die teoloog kan mens verwag om in ‘n aktuele situasie tot ‘n verrassende ervaring gelei te word. Teoloog wees en kreatiwiteit gaan vir Firet hand aan hand.

‘n Teoloog moet iemand wees wat bekwaam is om teologies te handel. Firet verwys na ‘n teologiese handelingskompetensie wat al die elemente van kennis en vaardigheid wat nodig is saamvat, sodat dit ‘n persoonlike verwerkliking van teologie

word (1987:49). Teologiese handelingskompetensie bevat drie eienskappe. Dit is *realisties*, want dit werk met die werklikheid. Dit is *krities*, want dit bring die werklikheid in verhouding met God, dit is *kreatief*, omdat dit gerig is op verandering en vernuwing van die werklikheid. Individue en gemeenskappe word daardeur gehelp om nuwe denkskemas te ontdek en te ontwerp, wat die nuwe wyse van lewe en belewenis laat realiseer.

Firet vra na die gepastheid van kreatiwiteit in die raamwerk van die teologie. Die omgewing waarin kreatiwiteit ontstaan het, nie strook met die teologie nie. Kreatiwiteit is ontwikkel as middel tot 'n doel wat insluit, die verhoging van produktiwiteit, omset en die verbetering van die *concurrentieposisie*, sake wat ver van die doelwitte van die teologie is (Firet 1987:50).

### **13.2. Firet se teologiese opmerkings oor die begrip kreatiwiteit.**

Die woord kreatief is gevorm uit die begrip skepping wat van oorsprong binne die teologiese raamwerk val. Firet verwys na twee moontlike lyne waarvan hy die eerste by Paulus vind in Romeine 4:17, God *maak* Abraham tot Vader van baie nasies. Die tweede lyn vind hy in die gedagte dat God dinge wat nie bestaan nie, tot stand bring deur 'n woord. Firet fokus op die skepping deur woord of bevel. God het gespreek en dit was so (vgl Psalm 33:9 en 148:5). God se skepping het in menslike terme of wêreld, geen gelyke nie.

In aansluiting Sartre en Hengstenberg vind Firet die konsep van vryheid sentraal en haal die volgende afleiding aan, "bevrijd zijn tot vrijheid is conditie voor alles wat kreatief is." Firet sluit aan by die christelike vryheid van Galasiërs 5:13, en bring die vryheid in Christus uit by vryheid in denke, wil en gevoel. Die hele mens is vry. Wil, intellek en gevoel is die instrumente waardeur 'n mens sy vryheid verwerklik (Firet 1987:52).

"Die mens kan niet creatief zijn, die onvrij is in zijn denken, vasgelegd op vaste denkpatronen en opvattingen (dogmatisme); die onvrij is in zijn willen, vastgelegd in een beperkte kring van motieven (starheid); die onvrij is in zijn affectiviteit (enghartigheid)." (Firet 1987:52).

Teoloë moet bewus word van wat hulle konkreet bind en vashou in hulle denke, wil en gevoel, sodat 'n weg tot vryheid gevind kan word.

Die tweede lyn ten opsigte van skepping het te doen met God as die Skepper en Bevryder in die geskiedenis. God se skeppingshandelinge is heilshandeling, God se verlossing uit nood is skeppende handeling. Furet verwys na Job 38:4 en Psalm 104 se skeppingsberigte en maak die afleiding dat God se skeppingswerk nie net "iets nuwus maken" nie, dit is "de chaos, het geweld en de ondergang keren. Schepping is: de aarde bewoonbaar, het leven leefbaar maken. De Schepper is de Bevrijder." (Furet 1987:53). Kreatiwiteit gaan teologies gesproke om 'n gerigtheid op vryheid, heil en lewe.

'n Ondersoek na kreatiwiteit kan gerig wees op die persoon, produk of die proses. Daar kan ook gevra word na die motief vir kreatiwiteit, sowel as die sosiale voorwaardes vir daarvoor. Die kernvraag, is die vraag na die proses. In die verband is die klem op die vraag na die wyse van die interaksie tussen 'n persoon en sy omgewing. Furet lê klem op die verhoudingsmatige geaardheid van die persoonlike verhouding en som dit op as 'n verhouding van omgee. Dit gaan om 'n interaksie met die omgewing wat openlikheid van die persoon betrokke vra (Furet 1987:55). Furet sluit die artikel af met die gedagte dat "creativiteit ontstaat mede aan de creativiteit van anderen die mij ontmoeten willen. Want wat is creativiteit anders dan 'zorgende aandacht'?" (Furet 1987:57).

### **13.3. Samevatting.**

Kreatiwiteit is noodsaaklik vir die teologie aangesien teologie, nuwe insigte vir mense moet open waaruit hulle kan lewe, in 'n wêreld wat ver verwyder is van die Bybelse wêreld. Die fokus van kreatiwiteit is gevolglik om nuwe moontlikhede te open.

Kreatiwiteit word beskryf as een van die eienskappe van teologiese handelingskompetensies. Op 'n dieper vlak sou dit egter nie bloot net 'n kenmerk kan wees nie, maar een van die teologiese handelingskompetensies self. Die fokus op die nuwe insigte en moontlikhede wat die teologiese werksaamheid moet open, is deel van die opgaaf van kreatiwiteit. Om kreatief te kan dink met die oog op die



onsluiting van nuwe insigte en moontlikhede, behoort een van die wesentlike vaardighede van beoefenaars van die teologie te wees.

Firet se teologiese begroning van kreatiwiteit in die skeppingsverhale van die Bybel, is 'n relevante manier om aansluiting te vind in die teologie. Die klem op die verhoudingsaard van kreatiwiteit kan verbreed word om verhoudinge tussen mens en omgewing ook in te sluit. Na aanleiding van die aanhaling in verband met vryheid, sou die vraag ontstaan of die teoloog werklik vry is in die ware sin van die woord. Kan die gebondenheid aan die kerklike tradisies nie as hindernis vir kreatiwiteit beskou word nie? Is die risiko vir die kreatiewe teoloog nie daarin geleë, dat nuwe antwoorde deur die teologiese gemeenskap verwerp kan word, juis omdat dit anders as die tradisionele is nie?

#### **13.4. Lanser – kreatief verby dit wat reeds is.**

Die bestudering van kreatiwiteit is noodsaaklik vir die praktiese teologie. Die teologie en die tyd moet weer in *rapport* (Lanser 2007:65) met mekaar gebring word en daarvoor sal die ontwerpvermoë van kreatiwiteit onmisbaar wees. Lanser benader kreatiwiteit vanuit die godsdienpedagogiek en meer spesifiek die leerteorie.

Kreatiwiteit word oor die algemeen beskou as eienskap van mense wat onverwagse, oorspronklike skeppings in die kunste vorendag bring. Lanser verwys na mense wat gemaklik is met die “primaire denkproses” (Lanser 2007:67). Die primêre denkproses beskryf 'n toestand waarin mense droom, of onder vorme van hipnose verkeer, wat meebring dat hulle in beelde, eerder as konsepte dink. Mense wat die beeldende en die konseptuele met mekaar kan verbind, word as kreatief beskou (Lanser 2007:67). Die kombinerings van die twee verskillende invalshoeke lei tot die ontstaan van iets onverwags en nuut. Lanser beklemtoon dat kreatiwiteit iets is wat alle mense kan beoefen. Dit is nie gereserveer vir beroemde kunstenaars alleen nie. Eenvoudige beplanning in soos wat volgende gedoen moet word vra reeds om kreatiwiteit. So behels elke voorneme, nuwe idee en elke plan, een of ander mate van kreatiwiteit.

Kreatiwiteit en teologie behoort bymekaar. Die rede agter die stelling word gevind in die assosiasie tussen die begrip skepping en kreatiwiteit. Hierdie assosiasie stel kreatiwiteit as 'n tipies teologiese begrip. "Creativiteit as menslike moegenskap – en zeker as teologiese konsep – is verbonden met Genesis, met die skepping van hemel en aarde"(Lanser 2007:68).

In die teologiese uiteensetting van kreatiwiteit en skepping, word daar uitgegaan van 'n trinitariese skeppingssteologie, waarvolgens God die Skepper is soos in die skeppingsverhale vervat. Christus is die verlosser wat genade bring en die geleentheid skep om telkens 'n nuwe begin te kan maak. Die Heilige Gees is die bron van krag en inspirasie wat in die hede opnuut, die skeppingswerk voort sit. Die boodskap van die trinitariese skeppingsleer impliseer "...skepping en creativiteit is ook in onze handen, de schepping gaat voort waar de geest waait."(Lanser 2007:69).

Kreatiwiteit geskied teen die agtergrond van die tyd en die verhoudinge waarbinne mense met mekaar staan.

"we kunnen creatief zijn, scheppend in het leven staan, als individu activiteiten initiëren en beskikken over persoonlike vermoëns, maar we zijn ook altijd verbonden met en afhankelik van medemenses, konteks en die tyd waarin we leven (Lanser 2007:71).

Met die stelling as agtergrond ontwikkel Lanser die gedagtes oor kreatiwiteit binne die konteks van die "sosiaal-constructivisme." Alle lewensprosesse is konteks en tydgebonden. Menswees behels dat mense word wat hulle is in interaksie met medemenses en omgewing. Kreatiwiteit vind altyd plaas binne die interaksie. Dit is trouens die interaksie wat kreatiwiteit moontlik maak. Binne die interaksie leer mense saam met mekaar en skep hulle betekenis saam met mekaar. In die konstruktivistiese opvatting, vind Lanser die ruimte vir kreatiwiteit, omdat mense in elke nuwe situasie op grond van wat hulle reeds ervaar het en op grond van die nuwe waardeur hulle nou uitgedaag word, nuwe denke en handeling voortbring.

Kreatiewe leerprosesse gaan nie om dit wat mens reeds weet nie, maar om 'n ketting van transformiewe gebeurtenisse (Lanser 2007:72). Lanser maak die aanname dat die mens 'n informasieverwerkende sisteem is met rasionaliteit en

kreatiwiteit. Verder word die afleiding gemaak dat die mens kreatief is, en oor die vermoë beskik om meer kreatief te kan word. Mense is in staat om te leer by ander en ook in staat is om self kennis te kan konstrueer. Die leervermoë asook die vermoë om terug te kyk en te sien hoe leer plaasgevind het, bied vir die Lanser die ruimte om maniere te ontdek of ontwerp, waardeur kreatiwiteit gestimuleer kan word.

Kreatiwiteit word gedefinieer as “de menselijke mogelijkheid te handelen voorbij wat al is”...“Het gaat om het ontwerpen van iets op basis van wat er is, waarbij in de menselijke ontwerpende activiteit de werkelijkheid getransformeerd wordt.” Dit is dus in die aktiwiteit of die proses waar die transformasie plaasvind, in die interaksie tussen die betrokke faktore, waaruit iets nuuts te voorskyn gebring word. Die faktore wat beskryf word sluit in, konteks, persoon, gedagtes, perspektiewe en teorieë. Hierdie faktore vorm die basis van waar die nuwe optredes of idees gelanseer word (Lanser 2007:73).

In die beskrywing van kreatiwiteit, binne die dinamiek van die teorie en praktyk waarmee die praktiese teologie besig is, wys Lanser op ‘n aantal belangrike beginsels. Kreatiwiteit is tegelyk iets wat mense oor beskik, en iets wat aangeleer en ingeoefen kan word. Daar word verwys na navorsing wat aantoon hoe mense wat geleer is om kreatief te wees en daartoe aangemoedig word, beter prestasies lewer as die wat nie kreatiwiteit aangeleer het nie. Begeleiers van kreatiwiteit word uitgedaag om die vastigheid te bied wat nodig is, sonder om die kreatiewe ruimtes in te perk.

Lanser verwys ook na kreatiewe algoritmes, metodes wat die kreatiewe denke stimuleer. Onder die algoritmes word verwys na ‘n aantal teorieë of vaardighede wat kreatiewe vermoëns kan verbeter. Die voorbeelde sluit aan by die konsep van laterale denke en die tegniek van divergente denke (Brainstorming), asook die konsep van die breinkaart (Mindmap) as heuristiese hulpmiddel.

#### **13.4.1. Samevatting.**

Lanser dui die verband tussen kreatiwiteit en teologie duidelik aan. Kreatiwiteit vervul ‘n belangrike rol om rapport te bewerkstellig tussen die teologie en die huidige

tyd. Dit gaan om die skepping van nuwe relasies tussen die geloofstradisie en die eietydse kultuur (Lanser 2007:65). Kreatiwiteit funksioneer as brugbouer tussen verlede en hede. Dit is betrokke in alles wat ontwerp en uitgedink word en behels die kombinerings van verskillende invalshoeke met iets onverwags en nuut as resultaat.

Kreatiwiteit is vir alle mense. Mense beskik daarvoor, kan dit aanleer en ook verder ontwikkel. Die afwysing van kreatiwiteit as iets wat net in die sogenaamde primêre denkstaat van drome en dagdromery geskied, bring die perspektief van kreatiwiteit as 'n rasionele gebeurtenis. Alle dimensies van die lewe word op een of ander manier geraak deur die behoefte aan kreatiwiteit ongeag of dit die eenvoudige keuse is om iets vir ete voor te berei, of die komplekse keuse is om te bepaal wat om tydens 'n vakansie te doen.

Lanser se teologiese begroning is meer omvattend. Kreatiwiteit word teologies begrond in die skeppingsverhale, sowel as vanuit 'n Trinitariese perspektief. Die pneumatologiese klem is 'n bydrae, hoewel die verbintenis op 'n baie lukrake wyse gedoen word.

'n Belangrike insig van Lanser se denke oor kreatiwiteit is die perspektief van die konstruktivistiese leerteorie. Die idee dat nuwe ervarings of situasies vereis dat mense nuwe denke moet volg en nuwe maniere van optrede moet skep, is 'n belangrike aspek in die verstaan van kreatiwiteit. Hierdie benadering tot kreatiwiteit bevestig die noodsaak van doelgerigte en opsetlike kreatiewe gedrag, asook die rol wat die faktore wat die konteks bring in die kreatiewe proses vervul. Kreatiwiteit geskied gevolglik nie binne 'n vakuum nie. Vir die denke oor kreatiwiteit en prediking, sou die faktore wat 'n rol speel in kreatiewe prediking, beskryf kon word as die konteks en leefwêreld van die prediker en die gemeente, opleidingsvlakke van prediker en gemeente, die aard van die teks en die manier van omgaan daarmee, asook die teologiese agtergrond waarteen dit preek geskied. Kreatiwiteit in prediking sou gevolglik van konteks tot konteks verskil. Die konstruktivistiese denke verleen die ruimte dat elke konteks 'n eie uniekheid in die uitkoms van die kreatiewe proses sal vertoon.

### 13.5. Cilliers. Kreatiwiteit as visioenêre proses.

Cilliers (1998:97e v) spreek die onderwerp van kreatiwiteit binne die konteks van die prediking aan. Kreatiwiteit is vir Cilliers die proses, waardeur bestaande elemente innoverend met mekaar gekombineer of geassosieer word, met bruikbare toepassing (Cilliers 1998:97). Hoe meer ongewoon en verrassend die kombinasie of die assosiasies, hoe groter is die bruikbaarheid en ook die kreatiwiteit daarvan. In aansluiting by De Bono word die essensie van kreatiwiteit opgesom in terme van die afwyking van die patroon. Waarneming is bepalend vir die proses van skepping. Cilliers (1998:99) maak die gevolgtrekking dat 'n predikant maklik sy eie persepsie as die enigste geldige persepsie kan beskou, wat die verbeelding van gemeentes kan inperk.

Cilliers maan dat mens nie te hard moet probeer om kreatief te wees nie, aangesien daar 'n onverwagsheid in die kreatiewe proses is, deurdat kreatiewe gedagtes ontstaan wanneer en waar dit die minste verwag word. Predikers moet nie alleen hard werk met die teks nie, maar ook “sag om die teks heen kan ontspan” (Cilliers 1998:100). Kreatiwiteit is vir Cilliers 'n visioenêre proses. Predikers moet soos kunstenaars leer om dieper en fyner waar te neem, sodat hulle uiteindelik die *onsienlike God* sien, hulle moet deur die bril van die Skrif na die onsienlike God kyk met oë wat deur die Gees geopen is. “Onderliggend aan al drie hierdie ‘visioenêre prosesse is 'n *nuwe kreatiwiteit*, 'n kreatiwiteit wat as gawe van God aan ons geskenk word, maar waaraan *ons as mense met alles tot ons beskikking ook moet meewerk.*” (Cilliers1998:100).

Cilliers se nadenke oor kreatiwiteit sluit af met 'n aantal mites oor kreatiwiteit wat mense verhinder om kreatief te kan wees. Die mites kan as volg opgesom word: “ek moet die regte antwoord vind; dis nie logies nie; ek moet die reëls volg; ek moet prakties wees; om te speel is kinderagtig; dis nie my terrein nie; ek moet dubbelsinnighede vermy; ek mag nie dwaas wees nie; dis verkeerd om 'n fout te maak; ek is nie kreatief nie.” (Cilliers1998:100e.v).



### **13.5.1. Samevatting.**

Die verwantskap tussen die prediking en kreatiwiteit word duidelik uitgespel in hierdie beskrywing van kreatiwiteit. Cilliers sluit aan by ander skrywers in die veld van kreatiwiteit, deur te werk met die konsep van nuwe assosiasies en kombinasies van die bestaande elemente, met die oog op die ontdekking van verrassende nuwe patrone. Kreatiwiteit het 'n misterieuse karakter in die beskrywing van Cilliers, dit is iets visioener wat gebeur wanneer die prediker met die teks ontspan, kreatiwiteit word duidelik met die werksaamhede van God verbind. Mense moet met God meewerk deur die gawe van kreatiwiteit.

## **13.6. Metaforiese taal en menslike verbeelding in diens van die prediking.**

### **13.6.1. Metafore**

In die kommunisering van die evangelie aan die gemeente vervul taal en verbeelding 'n noodsaaklike funksie. Hierdie kombinasie tussen taal en verbeelding in die prediking, word deur Vos (1996a:126) gemaak. Vos (2005:321 e v) hanteer die gebruik van metaforiese taal. Die funksie van die gebruik van metafore word omskryf in terme van die ontsluiting van nuwe betekenis. Deur die gebruik van metafore word mens bevry van gebruiklike betekenis van woorde en frases, sodat nuwe betekenis moontlikhede ontsluit word. 'n Metafoor behels gewoonlik dat 'n woord of uitdrukking in buitengewone konteks aangewend word. In Aristoteliaanse terme bestaan 'n metafoor daarin om die naam van een voorwerp aan 'n ander toe te ken, "giving the thing a name that belongs to something else... on grounds of analogy" (Thiselton 2009:236; cf. Van der Watt 2000:8; Lischer 2005:119 e v). Hierdie definisie impliseer verandering en beweging, 'n verplasing van betekenis. "Metaphors allow two semantic domains to interact creatively" (Thiselton 2009:236). Dit is juis in die kreatiewe interaksie waar betekenis geskep, en verandering teweeg gebring word.

'n Metafoor is bedoel om iets op 'n nuwe manier te sê. Van der Watt (2000:6-11) hanteer Aristoteles se siening van metafore as inleiding tot die studie van metafore in die Johannes Evangelie. Hiervolgens sou die gebruik van gewone taal niks meer

as die gewone wat reeds bekend is kan kommunikeer nie. Deur die gebruik van metafore word die potensiaal geskep om vars en nuwe insig in 'n gegewe konteks te onthul. "...it is from metaphor that we can best get hold of something fresh." Die samevoeging van twee verskillende konsepte of beelde van uiteenlopende agtergronde, sal noodwendig moet lei tot 'n gevoel van inkongruensie in 'n metafoor. In die verband maak Van der Watt (2000:8) die opmerking dat die betekenis van die metafoor nie in die konvensionele geleë is nie, maar juis in die onkonvensionele. Die betekenis van die metafoor is nie alleen opgesluit in die betekenis van die begrippe of beelde nie, maar veral ook in die ervaring wat dit vir die hoorder meebring. "The meaning .... is neither the denotation nor the referent but the mental experience which the word evokes in a listener....The metaphor differs from literal language in its affective or evaluative denotation." 'n Metafoor is gevolglik meer as net 'n woordspel, dit is 'n kreatiewe kommunikasie middel.

Vos wys op die buitengewone potensiaal van metafore om die werklikheid op so verrassende wyse te beskryf, dat mense daardeur aangeraak word. Poësie is byvoorbeeld 'n manier om die gewone op 'n ongewone wyse te beskryf. Die bekende metafoor "die Here is my herder, ek kom niks kort nie" word gedekonstrueer tot "die Here is nie my herder nie, ek kom alles kort" (Vos 2007a:16). Op dié wyse word die leser se oë vir die verrassende, die onverwagse oopgemaak. Vos (2007:22) beskryf hierdie verrassende effek van die metafoor op treffende metaforiese wyse, "Metaphors are *explosive* and their *force hurls* people towards new insights and *blasts* open new worlds" [eie kursiering]. Hierdie funksie van die metafoor as ontsluiting of ontploffing van nuwe betekenis, en die aanwending daarvan in die konteks van die prediking, plaas dit binne die raam van kreatiwiteit en teologie. Die metafoor bring nuwe moontlikhede van verbeelding en visie na vore en verhoog die moontlikheid om nuwe betekenis te skep, soos die metafoor van Vos in die aangehaalde frase.

Vos (2005:322) gee 'n opsomming van die funksionaliteit van metafore. Die metafoor word gebruik om die onverstaanbare verstaanbaar te maak. Metafore maak objekte meer toeganklik en slaan 'n brug tussen beeld en werklikheid. Die

voorbeeld van die beeld van God as Rots, plaas God en rots in 'n komplekse spanning waar die ooreenkomste en die verskille tussen beeld en werklikheid, en tussen letterlike en figuurlike betekenis, die verstaan van God verhelder. Vos verwys spesifiek na die ruimte wat metafore skep vir verbeelding (Vos 2005:323), en die nuwe assosiasies wat tussen die verwysingsraamwerk van die luisteraar en die onderwerp geskep word.

Die werking van die metafoor berus op die beginsel dat die onbekende aan die hand van die bekende verduidelik word. Die linguistiese spanning wat geskep word tussen die twee kante van die metafoor gee erkenning aan beide die saak en die beeld wat die saak verhelder. Die interaksie in die spanningsveld tussen die saak en beeld skep die ruimte waarbinne verbeelding kan floreer (vgl Vos 2007:23).

Die funksionaliteit van metafore kan in terme van 'n aantal eienskappe of werkinge daarvan opgesom word. Metafore se effektiwiteit is afhanklik van die konteks waarbinne dit gebruik word. Die metafoor is 'n vorm van oop kommunikasie waarin die hoorder ook betekenis genereer en toeken. Die hoorder mag ook die kommunikasie of bedoeling van die metafoor misverstaan (vgl van der Watt 2000:13). In die lig van laasgenoemde is dit logies dat metafore funksioneel moet wees. "They serve to communicate, because they are an essential and creative part of forming meaning." (Van der Watt 2000:5). Metafore moet dus ook gepas wees. Van der Watt (2000:8) wys op Aristoteles se vermaning in die verband. Metafore moet doelmatig gebruik word. Tog is metafore nie versierings wat ingevoeg word om iets interessant te maak, of 'n skyn van kunstigheid te verleen nie. Thiselton (2009:235) merk op dat "...metaphors of a creative kind do not merely constitute illustrations or ornament, nor do they substitute for other analogies, but they may convey cognitive truth."

Metafore is tydsgebonde. Smit (2008:107) gebruik die begrip *metafoorverspringing* om hierdie tydgebondenheid aan te dui. Die inhoud van metafore is nie tydloos nie, dit kan ook betekenis verloor. Selfs interpretasie van metafore kan lei tot



wanpersepsies en stoornisse in kommunikasie. Metafore behoort dus nuut geskep te word vir die tyd en die geleentheid waarvoor dit benodig word. Metafore is beeldspraak wat sin maak vir mense wat uit 'n gedeelte historiese konteks kom. Dit maak sin vir daardie mense se belewenis van die werklikheid (vgl Van Aarde 2010:1).

Die verbintenis tussen die gebruik van metafore as instrumente van betekenisontdekking en die gebruik van verbeelding, noodsaak 'n verkenning van verbeelding.

### **13.6.2. Verbeelding.**

Die mens word van alle ander lewensvorme onderskei op grond van die vermoë om komplekse gedagtes en simbole te genereer en sigbaar daaraan uiting te gee deur middel van kuns, musiek, digterlike skeppings en ander vorme van kunstige uitdrukking (vgl Van Huysteen 2006:190). In die hantering van die vraag na die uniekheid van die mens, neem Van Huysteen die kuns van prehistoriese mense as vertrekpunt, en maak die afleiding dat hierdie kuns die resultaat is van “the complexity of the cognitively fluid human mind” (Van Huysteen 2006:xvii). Dit is juis die “vloeibaarheid” van die kognitiewe vermoë wat as die bron van verbeelding en menslike kreatiwiteit beskou word. Die oorsprong van kreatiwiteit kan beskryf word as die verbeelding, waar komplekse gedagtebeelde en simbole geskep, en in nuwe kombinasies met mekaar gebring word. Van Huysteen (2006:190) beskryf die basis van verbeelding en kreatiwiteit, “...to create a world in the mind and then recreate it in the real world outside themselves.”

Verbeelding vervul 'n belangrike rol in die religieuse lewe van mense. Van Huysteen (2006:187 e v) maak die verbintenis tussen menslike behoefte om uitdrukking te gee aan hulle waardes en geloof op sigbare manier, en die rotstekeninge soos aangetref in grotte in die Suid-Weste van Frankryk. Die tekeninge is die konkretisering van die beelde wat in mense se gedagte-wêreld bestaan het. Die beskrywing van God in antropomorfe terme is die resultaat van menslike verbeelding. Mense beskik oor geen ander manier om van God te praat as deur middel van dit wat in die

ervaringswêreld beskikbaar is nie. “We continue to imagine God in our own image simply because, no matter how much we may pride ourselves in our capacity for abstract thought, we are unable to do otherwise.” (Van Huysteen 2006:193). Daar is gevolglik altyd beperkinge in menslike konsepte van God. Die konsepte weerspieël niks meer as die beperkinge van verbeelding en ervaring nie.

Vanuit ‘n ander hoek word die noodsaak van verbeelding beskryf in terme van die verstaan en aanvaarding van bestaande leerstukke van die geloof. Nadeau (2001:25) stel verbeelding as vereiste vir die aanvaarding van leerstukke soos die inkarnasie en opstanding van Christus. Uitsprake soos die van Matteus 25, waar Jesus die stelling maak “*Vir sover julle dit aan een van die geringste van hierdie broers van My gedoen het, het julle dit aan My gedoen.*” (Matteus 25:39 NAV), vereis verbeelding van die leser om die betekenis daarvan in te sien. Verbeelding kan gevolglik beskryf word as krag van verstaan. Sonder die krag van verbeelding sal die instellingswoorde van die Nagmaal “*...Neem, eet; dit is my liggaam...*” en “*...Drink almal daaruit, want dit is my bloed...*” (Matteus 26:26 e v, NAV), maklik misverstaan word en tot groot verwarring aanleiding gee (vgl Florence 2008:116 e v).

Hierdie verklaring van die rol van verbeelding in die religieuse ervaringe, uitdrukking van geloof en die verstaan van geloofskonsepte, noodsaak elke teoloog om aandag te gee aan die menslike kapasiteit vir simboliese, verbeeldingryke uitdrukkingsvermoë.

“Theologians are now challenged to take seriously....that our very human ability to respond religiously to ultimate questions through ....worship and prayer, is deeply embedded in our species’ capacity for symbolic, imaginative behavior, and in the embedded minds that make such behavior possible.”  
(Van Huysteen 2006:267).

Die sigbaarmaking van die onsigbare abstrakte denke deur betekenis toekenning as een van die oudste eienskappe van die spesie Homo sapiens, is ook deel van die teologiese soeke na die verstaan van menslike belewenisse van God. Belewenisse wat beliggaam word na aanleiding van die ver-beeld-ing daarvan in die sfeer van die onsigbare van die menslike gedagtegang. Florence (2008:117) se beskrywing van die noodsaak van verbeelding as geloofshandeling, word gemotiveer met verwysing

na geloof as vashou aan die onsigbare sekerheid van dit wat nog nie bestaan nie en hoop op dit wat nog nie gebeur het nie. Verbeelding stel mens in staat om deur die geloof te kan lewe. Verbeelding is nie die inhoud of die werklikheid wat geglo word nie. Dit is wel die kontakpunt tussen God en mens, die plek waar God ontmoet kan word. Verbeelding is die moment van interpretasie waar menslike ervaring met God gesien, ontvang en deel van die lewe gemaak word (vgl Florence 2008:118).

### **13.6.3. Prediking en verbeelding.**

Florence (2008:116) wys op die sterk reaksies wat die begrip verbeelding in die konteks van die prediking ontlok. Reaksies wat wissel van suspisie tot opwinding. Troeger (1990) hanteer die onderwerp van verbeelding en prediking op 'n praktiese manier. Hy lê die verband tussen verbeelding en teologie en beskryf "Imaginative theology":

"Imaginative theology employs the visionary and integrative capacities of the mind to create theological understanding. It uses the powers of observation to become receptive to the Holy Spirit, who works upon our consciousness through patterns of association and juxtaposition." (Troeger 1990:26).

Verbeelding lei na 'n herkenning van die werklikheid (Troeger 1990:28). Hierdie herkenning is nie die gevolg van verbeelding alleen nie, maar wel verbeelding wat deur die Gees aangewakker word, deur die Skrifte georden word, deur homiletiese wysheid verryk word en deur die nood van die wêreld bekragtig word. Beelde is in staat om die werklikheid te "recreate" (Eslinger 2002:30), wat impliseer dat die prediker met die herroeping van die werklikheid, met 'n empatiese verbeeldingskrag in die prediking teenwoordig moet wees. Die prediker moet gevolglik sensitief wees vir die soort beelde wat in die gedagtes van lidmate in herinnering geroep kan word tydens die prediking.

Troeger (2007:60) beskryf verbeelding as "image-generation" of "image-creation." "Imagination is the ability to create and hold before the mind's eye an image of something that is not actually present." Dit is die Godgegewe kapasiteit van die menslike brein om beelde van die onsigbare in die gedagtenis te skep. Troeger (2007:62) wys daarop dat die verbeelding vir baie lank in die geskiedenis of

geïgnoreer of verwerp is. Verbeelding as begrip, word op 'n kontrasterende maniere gebruik. Aan die een kant word iemand se vrese vir iets bygelê deur dit toe te skryf aan verbeelding. Die antwoord, “dit is net jou verbeelding”, of “jy verbeel jouself” dui op 'n onwerklikheid. Aan die ander kant word besondere kreatiwiteit geloof word as verbeeldingryk. In die opsig dui die woord verbeeldingryk op iets buitengewoon oorspronklik. Troeger se antwoord vir die veelsinnigheid van die begrip verbeelding te ondervang, is om 'n positiewe teologie van verbeelding te ontwerp.

Die basis vir 'n teologie van verbeelding lê op drie vlakke, waarvan die eerste in die Bybelse gebruik van beeldryke en verbeeldingryke taal geleë is. In die beeldryke taal word nie net teologiese feite weergegee nie, maar word 'n mens gelaat met 'n beeldryke visie van God en sy omgang met mense. Troeger (2007:64) wys op die bediening van Jesus waarin stories en beelde 'n belangrike rol speel. Predikers word aangemoedig om by bybelskrywers te leer hoe om die verbeelding aan te wend op maniere wat verhelderend, inspirerend en teologies diepsinnig is.

Die tweede vlak gaan om die betekenis van die beskouing van die mens as beeltenis van God. Troeger (2007:65) fokus op die betekenis van die beskrywing van die mens, as “created to create.” Die eerste verwysing na God in die Bybel handel oor die skeppingsgebeure. In die vertelling word God voorgestel as Gees wat oor die chaos sweef. 'n Beskrywing van God as onsigbare. Die eerste konkrete beeld wat in die verhaal van God beskryf word, is dat mense God se beeld en gelykenis is. Die beeldlose God is 'n skeppende God, wat daartoe lei dat die mens as sy beeltenis, ook as skeppende wese beskou moet word. Die mens as beeld van God se eerste taak is 'n skeppende taak wat benoeming van die verskillende diere behels. 'n Konnotasie tussen skepping en taal, en taal en verbeelding word gemaak wat op predikers toegepas word. Predikers moet verbeelding gebruik om hulself en die hoorders daaraan te herinner dat hulle geskep is, om te skep op maniere wat God se beeld weerspieël as die Skeppergees wat die nuwe tot stand bring. Klem word gelê op die kreatiewe vermoëns wat in harmonie is met die Bron van al wat goed en volmaak is.

Die derde vlak waarop Troeger (2007:66) 'n teologie van verbeelding bou, lê op die terrein van pastorale leierskap. “The pastoral imagination is described as “...‘a way of seeing into and interpreting the world’ that in turn, ‘shapes everything a pastor sees

and does'..." Die pastorale leierskap is nie slegs verteenwoordigers van die kultuur van die geloofstradisie nie, hulle is ook agente of bouers van die kultuur, in die verandering van die dinamiek in die globaliserende wêreld. Die noodsaak vir voortdurende aanpassing by die veranderende omstandighede vereis dat pastorale leiers met verbeelding sal omgaan en optree. Die hele samelewing gaan trouens voortdurend deur die prosesse waarin die bestaan op die planeet nuut verbeeld en beskryf moet word. Om met die andersheid van verskillende groepe om te gaan vereis empatiese verbeelding (Troeger 2007:68), dit vra dat die leier in ander se skoene sal kan staan of anders gestel, met *hulle* oë na die wêreld sal kyk.

Verbeelding moet geoefen word. Mense leef in die wêreld volgens die manier waarop hulle die wêreld verbeeld of in hulle gedagtes waarneem. Troeger (2007:68) verduidelik dat die manier waarop 'n mens lewe, met sy visie van die wêreld waarin hy leef, sal ooreenstem. Die *ver-beeld*-ing van die wêreld bepaal gevolglik die leefstyl in die wêreld. Daarom vra Troeger (2007:69) vir 'n verbeelding van die wêreld in die lig die Skrif en uitgebreide menslike kennis. 'n Ander aspek in die oefening van verbeelding, gaan oor die omgang met die wêreld. Deur noukeurige aandag aan die aktuele wêreld, en wat Troeger die tekens van die tyd noem, word die verbeelding op nuwe maniere gestimuleer. Mense word egter aan bande gelê en beperk deur eie ontdekkings. Die voortdurende verdeling van aandag deur die tegnologie wat vereis dat vele take gelyktydig verrig moet word, noodsaak juis verhoogde aandag aan die mense en omgewing wat bewoon word. In aansluiting by *Mary Catherine Hilker* verken Troeger (2007:70) die begrip "Sacramental imagination." Dit gaan om die krag van herdefiniëring van die werklikheid deur alternatiewe lense, wat lei tot die ervaring van 'n hele nuwe realiteit, wat weer lei tot nuwe verbeelding. In die toepassing op die prediking word die resultaat samevattend verwoord.

"We nurture our visionary powers by attending to nature and society in light of God's word and the expansion of human knowledge, and as a result we open ourselves to see visions and dream dreams that are ultimately the gift of the Spirit" (Vos 2007:70).



#### 13.6.4. Samevatting.

Metafoor en verbeelding hoort by mekaar soos 'n linker en regter handskoen bymekaar hoort. Metafore is funksioneel in die ontsluiting van betekenis. Dit behels die aanwending van woorde of beelde uit verskillende kontekste of betekenisraamwerke, met die oog op die skepping van nuwe betekenis. Die klem in die aanwending van die metafoor as tegniek, is op verandering, beweging en betekenisverplasing.

Die metafoor se funksioneer nie alleen in die hand van die skrywer of spreker nie, maar ook in die konteks van die ontvanger of luisteraar. Die luisteraar as ontvanger van die metafoor ken self betekenis aan die boodskap toe. Die metafoor kan gevolglik beskou word as essensiele kreatiewe kommunikasie.

Die metafoor is funksioneel in die verduideliking van die onverstaanbare. Dit is 'n onontbeerlike instrument in die raamwerk van die teologie om uitdrukking te gee aan die onsigbare, onbeskryfbare elemente van die geloof. Vanuit die faktore wat die gebruik of die verstaan van die metafoor beïnvloed, moet die teoloog veral rekening hou met die konteks en tydgebondenheid van metafore. Die feit dat die beelde wat metafore gebruik om moeilike konsepte mee te verduidelik, ook betekenis kan verloor (metafoorverspringing), noodsaak die hersiening en herverbeelding van metafore wat in die kerklike lewe in omgang is. Om as waarheidsontsluitende instrument geldig te bly, moet die metafore wat gebruik word om die essensiele van menslike verstaan van God te verduidelik, verstaanbaar en toepaslik wees vir die omstandighede waarbinne dit aangewend word. Hierdie vraag na toepaslikheid se antwoord is in die teologie as hermeneutiese aktiwiteit geleë.

Die rol van verbeelding as deel van die belewenis en verstaansuitdrukking van die geloof op kreatiewe wyse, is duidelik aangetoon. Verbeelding as bron van komplekse gedagtes en simbole wat deur kreatiwiteit in verskillende uitdrukkingsvorme sigbaar gemaak word, is 'n essensiele deel van teologiese

werkzaamheid. Die essensie van verbeelding as deel van menswees, word verhoog indien verbeelding as onderskeidende eienskap van die spesie Homo sapiens beskou en aanvaar word. Teologie is besig met menslike gedagtes en ervarings van God, gedagtes en ervarings waarvan die betekenis individueel deur eie verbeelding sigbaar gemaak word.

Teologiese verbeelding is beskryf in terme van die visioenêre en integrerende vermoëns van die brein met die oog op teologiese verstaan.

Waarnemingsvermoëns word ontvanklik gemaak deur die werking van die Heilige Gees in menslike bewussyn, deur patrone van assosiasie en disassosiasie. Verbeelding is beskryf as die oproep van beelde in die gedagte wêreld van iets wat nie vantevore aanwesig is nie. 'n Teologie van verbeelding word gebou op die elemente van die Bybelse patroon van beeld en verbeeldingrykheid, die mens as beeltenis van God se skeppingsroeping, en die verbeeldingryke waarneming van die wêreld deur pastorale waarnemers, wat 'n veranderende wêreld nuut interpreteer. Die beoefening van teologiese verbeelding is noodsaaklik vanweë die belangrike invloed daarvan op die visie van, en leefstyl in die wêreld in die lig van Skrif en menslike kennis.

Die belang van die rol van verbeelding as deel van die kreatiewe proses, ook in teologiese verband, is 'n duidelik aangetoon. Vos (2007:25) benoem kreatiwiteit as bron van verbeelding. "Imagination allows us to reach deeper layers of our inner being than we could ever have accessed with our reason." Die omgekeerde van hierdie uitgangspunt is dat verbeelding as bron vir kreatiwiteit dien. Verbeelding en kreatiwiteit, ongeag die beskouing van watter een die bron is, is ten nouste aan mekaar verbind. Die geloofsuitgangspunt met betrekking tot die rol van die Heilige Gees in die samespel van verbeelding en kreatiwiteit deur die waarnemingsvermoëns van menslike bewussynsprosesse, bring 'n nuwe addisionele perspektief. Verbeelding, kreatiwiteit en die werking van die Heilige Gees is onlosmaaklik aan mekaar verbonde in die onderskeie aktiwiteite van die beoefening van teologie.

Verbeelding en verbeeldingrykheid kry nuwe betekenis in die lig van die voorafgaande. 'n Verbeeldingryke lewe is nie 'n sprokiesagtige ideaal-bestaan nie, maar die voortdurende herverbeelding van lewe en geloof tot nuwe lewensmoontlikheid. Verbeeldingryke prediking is nie prediking wat keurig versier is met mooi gesegdes en uitbeeldings nie, maar prediking waar die verstaan en ervaring van die lewe en geloof van die prediker onder leiding van die Gees, en die verstaan en ervaring van die hoorder onder leiding van die Gees, mekaar ontmoet. Uit die ontmoeting word nuwe gestalte aan lewe en geloof gegee, wat gepas is vir die tyd en geleentheid waar dit geskied. Metafoor en verbeelding is hermeneutiese noodsaaklikhede in elke menslike geloofhandeling en behoort in die sentrum van enige benadering tot die praktiese teologie en die prediking.

## **14. Samevatting.**

Kreatiwiteit is 'n uiteenlopende veld van studie. Die idees en teorieë daarvoor word vervolgens gesistematiseer met die oog op onderskeid van algemene temas en komponente, sodat 'n logiese oorsig van die geheel daarvan gegee kan word. Die konsep, elemente daarvan asook die verstaan in teologiese verband word vervolgens kernagtig weergegee. Dit word gevolg deur afleidinge in die vorm van konklusies oor die verskynsel van kreatiwiteit.

### **14.1. Die konsep van kreatiwiteit.**

Konsensus dat kreatiwiteit iets is wat aangeleer kan word, en deur tegnieke en metodes aangewakker en verhoog kan word, is 'n algemene uitgangspunt (vgl Baer 1993; De Bono 1996; Cilliers 1998; Buzan 2001; Neethling 2004; Lanser 2007). Dit beteken dat alle mense kreatiwiteit behoort te kan bemeester en gebruik.

Verskillende perspektiewe het na vore gekom oor die betekenis van die konsep kreatiwiteit. Verskillende benaderings tot kreatiwiteit is in die literatuur onderskei. Kreatiwiteit is egter 'n dinamiese gebeure wat ruimte vir nuwe beskrywings of



betekenismoontlikhede laat, wat verdere uitbreiding in die verstaan van die konsep toelaat. Die onmoontlikheid van 'n enkelvoudige definisie (vgl Neetling 2001) beteken dat die omskrywing wat uit hierdie studie voortvloei tydelik is en soos 'n wegspringpunt vir verdere omskrywing kan dien.

Die omvangryke betekenismoontlikhede van die begrip, onderskei 'n aantal sentrale betekenis vir die konsep van kreatiwiteit. Die werkwoorde wat die handeling wat met kreatiwiteit verband hou, lees soos 'n opsomming van menslike vermoëns. Die beskrywing van kreatiwiteit kan algemeen saamgevat word in die handeling van waarneming, denke en insig.

Die begrippe: transformeer, ontdek, konnekteer, assosieer, kombineer, manipuleer en integreer, verleen 'n dinamiese kwaliteit aan die handeling van waarneming, denke en insig. Elkeen van die dinamiese beskrywings verrai iets van die kompleksiteit, of meervoudigheid van betekenis van die konsep kreatiwiteit.

In die onderskeie definisies is daar 'n aantal beskrywende begrippe wat die uitkoms of kwaliteite van die handeling en resultate beskryf. Woorde soos nuut, oorspronklik, betekenisvol, onverwags, andersoortig, verrassend, waardevol en uniek, help om iets van die uiteenlopendheid van die onverwagte uitkomst van kreatiwiteit te snap.

Verskillende elemente van die konsep kreatiwiteit, word beskryf in terme van handeling, doelwitte of verlangde resultate, asook vereistes waaraan die resultate moet voldoen. Kreatiwiteit is 'n doelgerigte optrede of handeling. Kreatiewe resultate word nie bereik deur terloopse of toevallige sameloop van optredes nie, hoewel dit soms vir die eksterne waarnemer so mag voorkom.

Kreatiwiteit is 'n menslike vermoë wat aangeleer en ontwikkel kan word. 'n Doelgerigte, dinamiese gebeure of aktiwiteit, wat met behulp van

waarneming, denke, insig en tegniek nuwe, onverwagte en betekenisvolle resultate oplewer.

## **14.2. Die elemente van kreatiwiteit.**

### **14.2.1. Kreatiwiteit en waarneming.**

Kreatiwiteit en waarneming is nou aan mekaar verwant. Om kreatief te wees behels 'n nuwe manier van sien (vgl Neethling 2005). Kreatiwiteit behels doelgerigte waarneming met die oog op die onderskeiding van iets wat nog nie raakgesien is nie (vgl Neethling 2005), die sigbaarmaking van die onsigbare (vgl Adair 2007). Kreatiwiteit gaan om die onderskeiding van die oorspronklike (vgl Bohm 1998), die waarneming van bestaande patrone van organisasie en ordening (vgl De Bono 1996).

Waarneming is 'n doelgerigte handeling wat iets nuut, iets oorspronklik (Bohm 1998) voortbring. Nuwe patrone (vgl De Bono 1996) word geskep deur die *kombinasie* van ou en nuwe interessante idees en invalshoeke, die *verbreking* van gevestigde patrone, die *manipulasie* (vgl Amabile 1996) van die bestaande en die *assosiëring* van uiteenlopend verskillende elemente. Die nuwe idees, as uitvloeisel van die waarneming, het potensiaal om te lei tot produkte wat 'n karakter van andersoortigheid en onverwagsheid vertoon. Die produkte kan konkreet of abstrak wees, verbaal of nie-verbaal van geaardheid. Produkte van waarde en betekenis. Die waarnemingsproses wat tot die totstandkoming van die nuwe lei, geskied met sensitiwiteit, intuïsie, openheid en verbeelding.

### **14.2.2. Kreatiwiteit en denke.**

Kreatiwiteit is voorgestel as 'n visioenêre proses wat fyn en diep waarneming verwag (vgl Cilliers 1998). Saam met die waarneming is 'n manier van dink ingesluit. Die waarnemer moet in die proses aandagtig betrokke, wakker, nugter, bewus en sensitief wees (vgl Bohm 1998), om te kan onderskei wat werklik nuut is. Die

waarskuwing dat 'n verslaafdheid aan die bekende, drome en idees versmoor, lei daartoe dat mens op die onverwagse voorbereid of ingestel moet wees (vgl Adair 2007). Diegene wat kreatiwiteit nastreef moet sensitief bly om nie net die nuwe waar te neem nie, maar om ook in die denkprosesse op die nuwe bedag te wees. 'n Ingesteldheid van nuuskierigheid, is as een van die noodsaaklike eienskappe in die proses aangedui, veral omdat mense geneig is om net te sien wat hulle reeds gesien het en ken (vgl Adair 2007).

Kreatiewe denke het baie te doen het met idees en persepsies. Die fokus in die denkproses is verandering (vgl De Bono 1996). In die denkproses is die vermoë tot refleksie en abstrakte denke noodsaaklik. Refleksie is in staat om nuutheid te onthul wat verandering steun (vgl Feldman et al 1994). Die kreatiewe denkstaat is vergelyk met die denke van 'n jong kind wat oop is om die nuwe te ontdek en te leer, verskille en ooreenkomste te sien en nuwe ordes en strukture te aanvaar. Geykte patrone van dink en verstaan moet verander word om in staat te wees om nuut te kan waarneem (vgl Bohm 1998).

Kreatiewe denke word gedra deur kreatiwiteitsvaardighede (vgl Amabile 1996). Om kreatief te wees vra dat mens anders sal *sien*, nuut sal *dink* en *oop* sal wees om nuwe komplekse idees te verstaan en aanvaar, nie te gou te oordeel wat aanvaarbaar of reg is nie, maar so wyd as moontlik te dink en akkuraat te kan onthou.

Die benadering tot kreatiwiteit word gekenmerk deur 'n openheid en verwagting vir dit wat nuut, oorspronklik en anders is. Die soort ingesteldheid kan beskryf word as waagmoed om die onbekende nie alleen te sien of te bedink nie maar om dit te onthul as die nuwe.



### **14.2.3. Breinteorie.**

Die benadering van kreatiwiteit aan die hand van brein teorie word deur Buzan (2001) en Neetling (2004) hanteer as komponent van kreatiwiteit. Die verstaan en die ontwikkeling van die vermoëns van die brein, is 'n belangrike sleutel in die ontsluiting van kreatiewe vermoëns. Die belang van die benutting van die hele brein is onderstreep deur beide outeurs. Die feit dat kreatiwiteit deur oefening van die brein aangewakker kan word is sentraal in die brein teorie benadering.

### **14.2.4. Kreatiwiteit en insig.**

Om die waarnemings wat gemaak word en die denkprosesse wat nuutheid verwag met mekaar te integreer, verlang insig. Insig sluit aan by die intergrasie van nuwe informasie in nuwe patrone (vgl De Bono 1996). Ook die vermoë om assosiasies tussen onverwagte gedagtes vanuit verskillende kontekste te kan maak verlang insig (vgl Amabile 1996, Lanser 2007). Kreatiewe insig gaan om die raaksien van die onverwagse en die onwaarskynlike, asook die onderskeiding en kombinering van idees uit verskillende kontekste. Dit beteken om moontlikhede en kombinasies te kan sien wat vir ander onsigbaar is (vgl Adair 2007).

### **14.2.5. Kreatiwiteit en verbeelding**

Verbeelding as essensiele menslike eienskap is die vermoë om komplekse gedagtebeelde en simbole te skep en in kombinasie met die werklikheid te bring. Verbeelding is gevolglik diensbaar aan die verstaan en verklaring van abstrakte en moeilike verskynsels. Verbeelding werk deur die integrasie van die verbeeldingsvermoë van die brein, wat abstrakte konsepte deur middel van kreatiwiteit sigbaar en verstaanbaar maak. Verbeelding is beskryf as die kontakpunt waar die onsigbare God ontmoet kan word. Die negatiewe konnotasie met die begrip verbeelding as iets wat onwerklik of net 'n illusie is, kan lei tot 'n skeptiese ingesteldheid oor die aanwending daarvan. Die uitdaging vir die kreatiewe prediker is om die skatkamers van die verbeelding te ontsluit, om nie net die skatte wat daarin is self te ontdek nie, maar ook ander mense in staat te stel om verbeeldingryk te kan

glo en lewe. Die verbeeldingsirkel moet geaktiveer word om die werklikheid te herdefinieer deur verskillende lense, wat tot nuwe ervarings kan lei en wat opnuut die verbeelding stimuleer tot nog nuwe beskouings van die werklikheid.

#### 14.2.6. Meetbaarheid van kreatiwiteit.

Kreatiwiteit word meetbaar voorgestel aan die hand van 'n aantal eienskappe. Die subjektiwiteit in die beoordeling van wat as kreatief beskou kan word, kan problematies wees. Beoordeling van die mate van kreatiwiteit is 'n saak van “*gepaste waarnemers*” (vgl Amabile 1996). Kreatiewe produkte is beskryf as “bruikbaar, mooi of betekenisvol” (vgl Adair 2007), kwaliteite wat deur die *waarnemer* daaraan toegeskrywe is. Dit word algemeen aanvaar dat 'n gemeenskap bepaal wat kreatief is of nie (vgl Boden 1994). Die aanklag van die subjektiwiteit van die waarnemer is nie heeltemal ongeldig nie, tog bly die behoefte aan maatstawwe vir die bepaling van kreatiwiteit 'n werklikheid. Verskeie van die teorieë gee aanduidings van maatstawwe wat aangelê kan word vir die bepaling van kreatiwiteit (vgl Baer 1993; Torrance 1994; Buzan 2001; Neethling 2004; Lemons 2005).

Die vier sentrale maatstawwe wat in meeste teorieë voorkom om die resultate of produkte te meet is die van “Fluency, flexibility, originality, elaboration.” Die basiese lys word uitgebrei met die elemente van openheid, herdefiniëring en assosiasie.

- *Fluency* is beskryf as “smooth and agile thinking”. Dit kan vergelyk word met 'n stroom water wat vloei, of met iemand wat vlot en flink kan lees. Vlotheid of vloeiendheid gaan oor die voortbring van baie uiteenlopende idees. Die spoed waarmee die nuwe ontdek word is hierin saamgevat.
- *Flexibility* gaan om die ryke verskeidenheid van resultate. Die denker openbaar 'n soepelheid van denke. Die klem val op die andersheid of die variasie in die resultate.
- Die derde eienskap is beskryf as *originality*. Dit dui op andersoortige, unieke of ongewone resultate. Die produkte is verrassend anders en die ongewoonheid of nuutheid daarvan herinner aan 'n varsheid.

- Die laaste eienskap, *elaboration*, dui op die uitbreiding van idees. Die daarstelling van 'n unieke resultaat is nie die einde van die kreatiewe pad nie. Dit wat voortvloei uit die waarnemings, denke en insig, word verder uitgebrei en verfyn om nog nuwe vlakke van oorspronklikheid te kan bereik.

Kreatiwiteit word ook meetbaar gemaak in terme van die persoon wat dit beoefen, die produkte wat voortgebring word, die prosesse in die bereiking van die resultate, asook die reaksie van ander daarop (vgl Amabile 1996). Kreatiwiteit word beoordeel na gelang van die verskillende vaardighede wat daarvoor benodig word en elemente, soos die domein waarbinne dit val. Wat in een domein kreatief geag word is nie noodwendig kreatief in ander domeine nie. Kreatiwiteit word ook medebepaal deur die kreatiewe vaardighede wat benodig word vir die taak, asook die motivering van die persoon wat dit doen (vgl Feldman 1994, Amabile 1996).

Kreatiwiteit is 'n doelgerigte dinamiese gebeure wat met behulp van waarneming, denke en insig, heelbreindenke en verbeelding, nuwe, onverwagte betekenisvolle resultate oplewer.

Kreatiwiteit is meetbaar aan die teenwoordigheid van die elemente: opinie van gepaste waarnemers, vloeiendheid van idees, oorspronklikheid, fokus op die essensie, uitbreiding en verfyning van idees en openheid van denke.

#### **14.2.7. Kreatiwiteit in teologiese raamwerk.**

Teologie en kreatiwiteit is ten nouste aan mekaar en aan die werk van die Heilige Gees verbonde (vgl Lanser 2007). Kreatiwiteit is noodsaaklik vir die teologie (vgl Furet 1987). Hierdie noodsaaklikheid spruit voort uit die aard van teologie as die leer ken van God in die werklikheid en die geloofswerklikheid. Kreatiwiteit vervul 'n noodsaaklike rol binne die konteks van vrae sonder antwoorde en 'n werklikheid wat geken word deur radikale vernuwing en verandering. Die teologiese beroep het die taak om mense te help om 'n nuwe lewensmoontlikheid te aanvaar en te beoefen, wat die kreatiwiteit vir die beroep onontbeerlik maak (vgl Furet 1987). Om kreatief te wees vereis vryheid in denke, opvatting, wil en gevoel. Kreatiwiteit as teologiese

begrip, is vir Fietse gerig op vryheid, heil en lewe, en word beoefen in verhouding met ander mense.

Om die teologiese tradisie en eietydse kultuur nader aan mekaar te bring, word kreatiwiteit as vereiste vir alle teoloë voorgelê (vgl Lanser 2007). Die verwantskap tussen skepping en kreatiwiteit bring die teologiese konnotasie van kreatiwiteit na vore (vgl Lanser 2007). Kreatiwiteit in teologiese verband word deur Lanser as interaktief van aard, beskryf. Interaksie tussen mense lei tot skepping van betekenis wat as kreatiewe aktiwiteit beskou kan word. Ook die interaksie tussen reeds ervaarde situasie en die ervaring van nuwe uitdagings, word as kreatiewe gebeure omskryf (vgl Lanser 2007). Verbeelding as basis van kreatiwiteit kan in teologiese verband beskryf word as menslike vermoë wat in diens van die Gees aangewend word, om nuwe moontlikhede en ervarings op die onsigbare vlak van menswees te verbeeld, sodat dit in die interaksie met medemense in die konkrete werklikheid sigbaar gemaak kan word.

Hierdie beginsels dien as basis vir die afleiding dat alle mense inherent kreatief is en kreatiwiteit kan aanleer. Kreatiwiteit dien om te help met die skepping van nuwe verbande tussen die geloofstradisie en die eietydse kultuur, verbande waarsonder tradisie dood sal wees.

In die teologiese konteks word die begrippe waarneming en denke aktief ingespan om die kreatiewe gebeure te begryp (vgl Cilliers 1998). Kreatiwiteit is beskryf as 'n visioenêre proses, waarin fyner en dieper waarneming ingespan word, om die onsigbare God deur die bril van die Skrif waar te neem met oë, wat deur die Gees geopen is (vgl Cilliers 1998). Hiermee word kreatiwiteit in die raamwerk van die werking van die Gees geplaas.

Kreatiwiteit kan in teologiese terme opgesom word as daardie noodsaaklike deel van die teologie, waar antwoordlose vrae en radikale lewensveranderinge, op verbeeldingryke wyse hanteer word. Kreatiwiteit is op interaktiewe wyse gerig op vryheid, heil en die lewe in verhouding met God en medemens, waar dit dien om die onsigbare, onder leiding van die Gees



sigbaar te maak. Deur die lens van die praktiese teologie is die kreatiewe proses 'n hermeneutiese gebeure, wat nuwe verbeeldingryke verstaansmoontlikhede in die ontmoeting tussen teologie en tyd open.