

# Essay

## Weerstand tegen creativiteit



Door Annelies Sturing – de Haan  
Opleiding: Human Technology  
Jaar : 3  
Student Nr: 303365  
Datum: 23-11-08

## Inleiding

Er word een creatieve sessie gehouden. Echter, het proces komt niet op gang en de uitkomsten zijn minimaal. Hoe kan dit? Was de instructie niet goed? Is het proces niet goed bewaakt? Is men te veel in het diepe gegooid? Het blijft een mysterie, totdat je twee mensen achter je hoort praten. “Ik vond dit echt zo’n onzin, dat zweverige gedoe.” “Ach ik heb wel meegedaan, maar had ook niet echt zin er in mee te gaan.” Nee, nou het blijkt wel weer, want er is ook niks zinnigs uitgekomen.”

### ***Weerstand tegen creativiteit***

De meeste cursussen en boeken die over creativiteit gaan zijn volledig positief over creativiteit en creatieve processen. Op zijn hoogst worden er nog een aantal misvattingen genoemd, maar eigenlijk word er niet verder ingegaan op de vraag hoe je weerstand tegen creativiteit kunt ombuigen tot positieve input in het proces.

In dit essay wil ik antwoord geven op de vraag:

- Wat is weerstand?
- Waar komt weerstand tegen creativiteit vandaan?
- Hoe kan deze weerstand omgebogen worden tot positieve input?

In het begin van mijn zoektocht ben ik begonnen met het lezen van het boek *Creativiteit, hoe? Zo!* (Byttebier, 2002). In het begin van het boek noemt hij de volgende misvattingen:

1. ‘Je ben creatief of je bent het niet, je kunt het niet leren.’
2. ‘Creativiteit, dat is schilderen op zijde of creatief met kurk. Het is zweverig en voor softies.’
3. ‘Mijn baas (mijn omgeving) belet mij creatief te zijn.’
4. ‘Creativiteit, daar heb ik geen tijd voor.’
5. ‘Brainstormen enzo, dat doen we al.’

Voor de start van het boek worden al deze uitspraken ontkracht. Dat is hartstikke mooi en leerzaam voor mensen die een bepaalde of een van deze weerstanden hebben tegen creativiteit. Echter, zal zo iemand daadwerkelijk een boek kopen met het woord creativiteit en kleurtjes en plaatjes op de kaft?

## Wat is weerstand

Als mensen worden uitgenodigd iets nieuws te leren, levert dat een zekere spanning op. Het 'nieuwe' dwingt hen namelijk iets van het vertrouwde los te laten. En er kan weerstand ontstaan, men verzet zich tegen nieuwe ideeën al voor ze uitgesproken zijn. De oorzaak ligt bij de manier waarop men veranderingen of het leerproces wil doorvoeren. Het boek *Adviseren als tweede beroep* (Nathans, 1992) wijdt een hoofdstuk aan het omgaan met de weerstand van de geadviseerde. In het boek worden zes oorzaken van weerstand genoemd, namelijk:

1. De verandering is niet in het belang van de geadviseerde;
2. Onduidelijkheid;
3. Geadviseerden denken dat het beter kan;
4. Er bestaat angst niet aan de nieuwe eisen te kunnen voldoen;
5. Zich niet serieus genomen voelen;
6. Men ziet de zin van de verandering niet in.

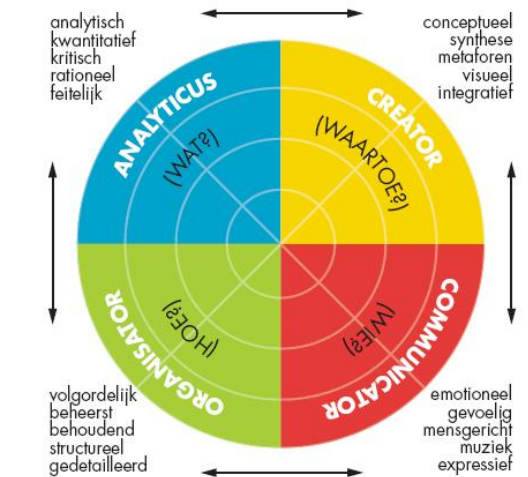
In het geval van weerstand tegen creativiteit gaat het niet om de geadviseerde, maar om diegene die nieuwe technieken aangeleerd krijgt. Met name onduidelijkheid ('Brainstormen enzo, dat doen we al.'), angst om niet aan de nieuwe eisen te kunnen voldoen ('Je bent creatief of je bent het niet, je kunt het niet leren.'), en het zich niet serieus genomen voelen ('Creativiteit, dat is schilderen op zijde of creatief met kurk.' 'Het is zweverig en voor softies.') zijn hier de meest voorkomende.

Hoewel het zeker belangrijk is de zes genoemde oorzaken van weerstand te herkennen en er op in te spelen, ben ik van mening dat er nog één oorzaak ten grondslag van ligt. Dit is namelijk het verschil in denkvoorkeuren van mensen.

## Denkstijlen

Het Whole Brain model van Ned Herrmann omschrijft vier denkvoorkeuren. Deze denkvoorkeuren zijn grofweg in te delen in een linker en een rechter gedeelte. Dit komt overeen met het gebruiken van de linker of de rechter hersenhelft.

Analytisch denkers zijn denkers die met name gebruik maken van hun linker hersenhelft. Mensen die veel gebruik maken van hun linker hersenhelft denken vaak logisch na, onthouden details, kiezen voor feiten boven gevoel, zijn sterk in taal, rekenen en wiskunde, zijn praktisch, over het algemeen conservatief en herkennen dingen van naam in plaats van functie. Hun denkpatroon loopt doorgaans van A naar B naar C etc. Door het vasthouden aan dit vaste patroon zullen ze problemen via een vaste aanpak proberen op te lossen.



Denkvoorkeuren Ned Herrmann



Denkpatroon vanuit de linker hersenhelft

De creatieve denkers zijn mensen die veel gebruik maken van hun rechter hersenhelft. Zij denken vaak op gevoel, herinneren zich 'the big picture', houden van creativiteit, zijn sterk in het onthouden van symbolen en plaatjes, zijn meer bezig met filosofie en religie, herkennen dingen aan hun functie in plaats van hun naam en nemen eerder risico's. Hun denkpatroon is vaak een chaos, gesprekken verlopen vaak van de hak op de tak en men kan zich moeilijk concentreren.



Denkpatroon vanuit de rechter hersenhelft

Aan de hand van bovenstaande voorbeelden kun je zien dat het voor de analytische denker het moeilijker is patronen te doorbreken en met nieuwe dingen te komen. Aan de andere kant is het voor de creatieve denker moeilijk niet in gedachten af te dwalen. Ook is het moeilijk aan anderen uit te leggen hoe zij bij een bepaald idee komen. Deze twee hoofddenkstijlen kunnen perfect naast elkaar functioneren. Als men echter gaat proberen deze twee verschillende stijlen met elkaar te laten werken, ontstaat er onbegrip en discussie. Door bewust te zijn en anderen bewust te maken van het feit dat niet iedereen dezelfde denkstijl gebruikt, kan er begrip ontstaan voor elkaar.

## Omgaan met denkstijlen

Louis van Gaal: "Ben ik nou zo slim of zijn jullie nou zo dom?" Iedereen herinnert zich de bewuste persconferentie waar hij deze opmerking maakte. Zo'n misverstand tussen ontvanger en zender kan overal ontstaan.

Als het gaat om de inzet van creativiteit is er ook vaak sprake van onbegrip. In het stuk ANALYTISCH vs. CREATIEF wordt omschreven dat dit onbegrip voort kan komen uit verschillende denkstijlen. In het geval van de analytische denker, welke vanuit zijn voorkeursdenkpatroon niet of nauwelijks creatief denkt, gaat er een grote weerstand uit naar creativiteit. Andersom is dit echter ook het geval.

In deze situatie is men bang voor elkaar. Bang dat processen in een bedrijf zullen veranderen omdat we creatief moeten worden, terwijl de processen nu net allemaal zo overzichtelijk zijn. Of bang om bepaalde ideeën naar buiten te brengen, omdat ze wel heel anders zijn dan wat we gewend zijn. Of bang om niet begrepen te worden.

Belangrijk is te beseffen dat een analytisch persoon niet te dwingen is creatief te zijn. Er moet dus een manier bedacht worden om de analytische denker te laten beseffen dat ook hij zijn of zij haar creativiteit kan ontwikkelen. Het boek *Creativiteit, hoe? Zo!* (Byttebier, 2002) benoemt een vijftal basisvaardigheden voor creativiteit. Om de analytische denker zo ver te krijgen deze basistechnieken verder te ontwikkelen, moet er rekening gehouden worden met de volgende punten die weerstand in de hand werken.

1. De verandering is niet in het belang van de geadviseerde;
2. Onduidelijkheid;
3. Geadviseerden denken dat het beter kan;
4. Angst niet aan de nieuwe eisen te kunnen voldoen;
5. Zich niet serieus genomen voelen;
6. Men ziet de zin van de verandering niet in.

Door middel van het aanleren van creativiteit vanuit een analytisch denkpatroon kunnen veel van deze punten al ondervangen worden. Dit kan bijvoorbeeld door het aangeven van logisch te nemen stappen, bewijzen door middel van feiten en het uitleggen door middel van taal in plaats van voorbeelden en afbeeldingen. Op deze manier verminder je de weerstand die al in de startfase van het leren van creatief denken ontstaat. Door middel van het zorgvuldig opbouwen van methoden die de rechte hersenhelft stimuleren kan de analytische denker, langzamerhand, wennen aan de creatieve methoden. Ieder mens heeft namelijk tijd nodig om aan nieuwe ideeën te wennen en hier op te kunnen anticiperen (uitstel van oordeel). Op deze manier zou het mogelijk moeten zijn de analytische denker er van te overtuigen dat creativiteit niet alleen zweverig en kinderachtig is, maar ook een totaal andere manier van het benaderen van problemen.

## Van onbegrip door denkstijlen naar samenwerkingsgericht denken.

Omdat het ook op bovengenoemde manier moeilijk blijft om de twee hoofddenkstijlen samen te laten werken, ging mijn zoektocht verder. Bij het lezen van het boek *Hotspots* (Gratton, 2007) ben ik een aantal opmerkelijke punten tegengekomen. Lynda Gratton omschrijft een hotspot als een situatie binnen een bedrijf of organisatie waarin het bruist van de energie en creativiteit.

Vanuit mijn visie zou een hotspot niet kunnen ontstaan als een analytische denker en een creatieve denker niet kunnen samenwerken, maar elkaar tegenwerken als gevolg van weerstand en angst. Vervolgens rijst dan de vraag wat de randvoorwaarden zijn voor het ontstaan van een hotspot. Op sommige plekken kunnen verschillende denkers, die van nature geneigd zijn elkaar niet te accepteren, op dat moment juist uitbloeien tot een hotspot.

De formule die Lynda Gratton geeft als minimale randvoorwaarde voor het ontstaan van een hotspot is als volgt:

**Hotspot = (samenwerkingsgericht denken x grenzen overschrijden x een aanstekelijk doel) x productief vermogen**

Weerstand tegen creativiteit heeft met name zijn uitwerking op het samenwerkingsgericht denken. Doordat men elkaar niet begrijpt zal de bereidheid om samen te werken afnemen. De bron voor het samenwerkingsgericht denken ligt bij de relaties tussen mensen. Een hotspot ontstaat immers in de ruimte tussen mensen. Het zal een hoop energie kosten om elkaar te gaan begrijpen, hierin spelen respect en openheid voor elkaars ideeën mee. De individuele rivaliteit die in veel bedrijven een belangrijke rol speelt, werkt echter het samenwerkingsgericht denken tegen. Als ik medewerker van de maand wil worden, zal ik het namelijk wel uit mijn hoofd laten mijn collega te gaan helpen. Dit is een klein voorbeeld dat op veel plaatsen in de maatschappij voortkomt. Om toch de samenwerkingsgerichtheid te vergroten, zal er een mentaliteitsverandering moeten plaats vinden die begint in de basis van het bedrijf. Vanaf het punt dat nieuwe medewerkers worden aangenomen zullen ze moeten leren dat het hier niet gaat om hun eigen prestaties, maar ook om de prestaties van anderen die beïnvloed worden door de samenwerking.

## Conclusie

De oorsprong van weerstand tegen creativiteit ligt bij verschillende denkstijlen. Doordat ieder mens een andere denkstijl heeft ontstaat er onduidelijkheid, angst en het gevoel niet serieus genomen te worden.

Wanneer men weerstand tegen creativiteit wil beginnen tegen te gaan, zal men eerst de gehele mentaliteit moeten veranderen. Voor deze mentaliteitsverandering zijn minimaal de onderstaande punten nodig:

- Bewustwording van verschillende denkstijlen.
- Elkaar in de verschillende denkstijlen tegemoet komen.
- Individuele rivaliteit veranderen naar samenwerkingsgericht denken.

Als men zich bewust wordt van het bestaan van verschillende denkstijlen, zal het een stuk makkelijker worden elkaar te begrijpen. En zo kan men elkaar hierin tegemoet komen. Ook het werken in multidisciplinaire teams waar veel verschillende denkstijlen voorkomen zal door deze bewustwording een stuk soepeler verlopen. Uiteindelijk zal de weerstand richting elkaar veranderen in acceptatie en interesse richting elkaar en is de weg vrij voor het ontstaan van de hotspot.

Onder andere Herrman, Belbin en Kolb begonnen lang geleden al met het doen van onderzoek naar verschillende denkstijlen binnen bedrijven en teams. In deze theorieën wordt vaak gewerkt vanuit de gedachte dat elk team minimaal een van alle stijlen nodig heeft. In de praktijk kunnen helaas deze mensen juist moeilijk samen werken. Voor veel bedrijven zal het dan ook een utopie blijven om op deze manier te werken.

## Bibliografie

Assem, A. v. (2008, 08 29). [www.12manage.com/methods\\_herrmann\\_whole\\_brain\\_nl.html](http://www.12manage.com/methods_herrmann_whole_brain_nl.html).  
Opgehaald van 12manage.com.

Byttebier, I. (2002). *Creativiteit Hoe? Zo!* Tiel: Lannoo nv.

Gratton, L. (2007). *Hotspots*. Amsterdam: Business Contact.

Mailorder Solutions. (2007, November 14). [www.gezondlevenblog.nl/rechterbrein-vs-linkerbrein-test](http://www.gezondlevenblog.nl/rechterbrein-vs-linkerbrein-test).  
Opgehaald van gezondlevenblog.

Nathans, H. (1992). *Adviseren als tweede beroep*. Deventer: Kluwer.