

Welke rol speelt creativiteit bij productieve cultuurdeelname?

BOEKMAN



Cedric Stalpers en Mia Stokmans

Welke rol speelt creativiteit bij productieve cultuurdeelname?

Een onderzoek onder
1376 studenten van kunst- en
andere opleidingen

Creativiteit en verbeelding worden als essentieel voor de schepping van kunst gezien. Tegelijkertijd is zelden de relatie tussen beide aangetoond. Creativiteit is niet tastbaar. Het kan niet vastgepakt en gewogen worden. De auteurs hebben daarom gepoogd met een reeks vragen ofwel meet-instrument creativiteit als persoonlijkheidstrek zichtbaar te maken. Deze enquêtevragen staan centraal in een onderzoeksprogramma waaraan uiteenlopende doelgroepen – variërend van studenten, schrijvers, kunstenaars en ingenieurs – hebben deelgenomen. De twee onderzoekers hebben gepoogd vast te stellen of creativiteit daadwerkelijk samenhangt met het maken van kunst. Zijn beroepskunstenaars aantoonbaar creatiever dan amateurs? Zijn beiden creatiever dan mensen die alleen receptief aan cultuur deelnemen?

Volgens Feist (1998) is er zonder creativiteit geen kunst mogelijk, worden er geen romans geschreven, wordt er geen muziek gecomponeerd en wordt er geen toneel opgevoerd. Kunst vereist volgens hem creativiteit, originele gedachten en de drang om die te verwezenlijken. De vraag is echter wat creativiteit precies is en of deze karaktertrek op een betrouwbare en valide manier gemeten kan worden. Als deze persoonlijkheidsmeting vervolgens aan eisen als validiteit en betrouwbaarheid voldoet, voorspellen dan de scores erop de frequentie en het niveau (amateur versus professional) van productieve kunstbeoefening?

Alhoewel in het verleden is gepoogd enkele antwoorden op deze en soortgelijke vragen te bieden, blijft onderzoek naar creativiteit – in tegenstelling tot bijvoorbeeld naar persoonskenmerken zoals IQ of de karaktertrek *openness to experience* – relatief schaars en versnipperd. Feist ging ervan uit dat er tussen het maken van kunst en creativiteit een duidelijke relatie bestond, maar toonde dat niet aan. Creativiteit blijkt complex om te meten en definiëren (Batey et al. 2010) en dat hangt onder andere samen met het gegeven dat creativiteit vanuit verschillende perspectieven onderzocht kan worden. Batey (2012) geeft dan ook aan dat creativiteit kan verwijzen naar vier elementen: 1. een proces

(gekenmerkt door divergerend denken),
 2. een persoon (die een stabiele, intrinsieke drang heeft om nieuwe ideeën te bedenken of maken),
 3. pressie (druk vanuit de situatie die inspireert tot originele vondsten of de schepping ervan juist bemoeilijkt), en 4. een product (dat origineel is en waarde heeft voor een ander, zoals een roman, schilderij, toneelstuk of monumentaal gebouw). Deze vier invalshoeken hangen onderling samen, in de zin dat een creatief product geschapen wordt wanneer er een juiste combinatie is van pressie, proces en persoon.

Ongeacht welke invalshoek een onderzoeker kiest, creativiteit is niet makkelijk te observeren. Zij onttrekt zich aan eenvoudige tests waarbij er met ‘goede’ of ‘foute’ antwoorden gewerkt wordt en het is vooralsnog onduidelijk met welke vragen zij zichtbaar gemaakt kan worden (Villalba 2008).

Een eerdere en veelgeciteerde poging van Gough (1979) om creativiteit met een korte vragenlijst te meten, was waardevol maar had zijn beperkingen. Weliswaar bleken scores op dit meetinstrument samen te hangen met expertoordelen over iemands creativiteit, toch correleerde deze specifieke maat beduidend lager dan een algemene variabele zoals *openness to experience*, met creatieve talenten en gedragingen (Dollinger et al. 2004). Dit roept twijfels op over de validiteit van dit meetinstrument. →

Is het meten van creativiteit relevant?

Ondanks de weerbaarheid van de vraag wat creativiteit precies is en hoe deze karaktertrek gemeten kan worden, is deze voor de kunstensector een relevante, onder andere omdat hij de maatschappelijke betekenis en meerwaarde van kunst raakt. Het begrip creativiteit impliceert de productie van concepten die niet alleen origineel, maar ook waardevol zijn voor anderen (Plucker et al. 2004), zelfs in die mate dat ze andere mensen tot nadenken kunnen prikkelen en op andere gedachten kunnen brengen (Villalba 2008). Het maken van kunstwerken is daarmee meer dan een hobby voor de betrokken makers. Het is een activiteit waar toeschouwers waarde aan kunnen ontlenu, omdat die hen op andere gedachten brengt of tot nadenken aanzet. Een boek als *Im Westen nichts Neues* laat de lezer de gruwelen van oorlog ervaren, en een film als *Mephisto* waarschuwt de kijker voor de verleiding van een dictatoriaal regime, hoe goed de propaganda en hoe zoet de beloften ervan ook zijn.

Wanneer zou blijken dat beroepskunstenaars creatiever zijn dan amateurs, biedt dit een argument voor publieke steun voor de eerstgenoemde doelgroep. Indien de ‘beroeps’ in staat zijn en zich gedreven voelen tot het ontwikkelen van meer originele en waardevolle concepten, dan betekent dit dat hun werk (meer dan dat van amateurs) de potentie heeft toeschouwers de ogen te openen en tot nadenken te stemmen. Is het op een andere manier van waarde voor toeschouwers, bijvoorbeeld omdat het maatschappelijke problemen adresseert en hier oplossingen voor schetst?

Het zou in deze context zinvol zijn om een meetinstrument te ontwikkelen dat voor wetenschappelijk onderzoek gebruikt kan worden en werkgerelateerd succes van onder anderen

studenten, ingenieurs en schrijvers kan voorstellen of verklaren. Daartoe is het van belang om te weten of creativiteit op een valide en betrouwbare manier is te meten, of deze eigenschap productieve cultuurdeelname verklaart en zo ja, of deze verschilt tussen amateur- en beroepskunstenaars?

Wat is creativiteit?

Zoals in het voorgaande is opgemerkt kan creativiteit verwijzen naar een proces, persoon, product en pressie. Het doen van onderzoek noopt doorgaans tot focus, afbakening en beperking, waardoor het niet mogelijk bleek om al deze vier facetten en invalshoeken te adresseren met slechts één onderzoek. Daarom is de focus gelegd op de innerlijke drijfveer om nieuwe en originele concepten te maken (persoon). De verwachting in dit onderzoek is dat kunstenaars (-in-opleiding) hoger scoren op creativiteit dan andere beroepsgroepen, waarover zo dadelijk meer. Tegelijkertijd, en dat idee wordt verderop eveneens toegelicht, vermoeden we niet dat kunstenaars het alleenrecht op creativiteit hebben; ook bij bijvoorbeeld ontwerpers van reclame, journalisten of ingenieurs kan sprake zijn van een creatieve persoonlijkheid.

In de meeste definities van creativiteit keren de zinsneden ‘van waarde’ en ‘origineel’ (onder andere Hoogveldt in een metastudie uit 2016) terug. Zo omschrijven Nassif en Quevillon creativiteit als ‘the quality of an individual that allows for original or associative thought and/or the potential of generating useful combinations of unlikely elements’ (Nassif et al. 2008, 13). Deze kwaliteit betreft zowel een innerlijke drijfveer om nieuwe ideeën of producten te scheppen (een karaktertrek) als een talent of vaardigheid. Bij deze vaardigheid draait het om, onder andere, divergerend denken (Furnham et al. 2008): het genereren van veel, ongewone en diverse oplossingen of antwoorden op vraagstukken. De karaktertrek gaat volgens Kaufman, Cole en Baer (2009) samen met een zeer divers palet aan vaardigheden, op cultureel vlak maar ook daarbuiten, zoals op het gebied van wiskunde en wetenschap.

Bij onderzoek naar creativiteit als karaktertrek wordt verschillende keren een sterke correlatie met *openness to experience* gerapporteerd (onder andere Dollinger et al. 2004; Hirsh et →

Het begrip creativiteit impliceert de productie van concepten die niet alleen origineel, maar ook waardevol zijn voor anderen

al. 2008 en Carson et al. 2005). Deze karaktertrek – één van de *Big Five*, naast consciëntieusheid (ijver), extraversie, neuroticisme en altruïsme (*agreeableness*) – wordt door Costa en McCrae (1992) als gemene deler beschouwd van eigenschappen als een levendige verbeelding, esthetische sensitiviteit, aanleg voor absorptie, aandacht voor gevoelens, voorkeur voor complexiteit en intellectuele nieuwsgierigheid.

Kaufman (2013) onderschrijft de relatie met *openness to experience* en ontdekte – op basis van een factoranalyse – dat deze karaktertrek op te splitsen is in een meer koude, rationele dimensie (academische nieuwsgierigheid) en een meer warme, intuïtieve (creativiteit). Ook in een andere studie om het begrip creativiteit te omschrijven en te operationaliseren (Stalpers et al. 2018) is gepoogd creativiteit te onderscheiden van een zuiver cognitieve karaktertrek als *need for cognition*. Creativiteit verwijst meer naar een drang om te maken, scheppen en creëren, terwijl *need for cognition* verwijst naar een drang om te weten, begrijpen en reflecteren. Het eerste verwijst naar de drang om een stap naar voren te zetten en eigenhandig iets te maken; het tweede naar die om een stap naar achter te zetten en van een afstand te observeren en begrijpen.

Creativiteit als drang om te scheppen kan nader omschreven worden met kenmerken als onconventioneel, flexibel, open van geest, gedreven, autonoom, verbeeldingsrijk en esthetisch georiënteerd (Feist 1998). Hoogveldt typeert creativiteit in haar kwalitatief onderzoek onder docenten die de creativiteit van hun studenten (onder andere van de opleidingen communicatie en commerciële economie) willen stimuleren, met uitspraken als ‘buiten de lijnen kleuren’, ‘durven afwijken’, ‘out of the box denken’, ‘openstaan voor ervaringen en nieuwe informatie’, ‘fantasierijk’ en ‘volhardend’ (Hoogveldt 2016). Villalba (2008) verrijkt het begrip creativiteit met de kenmerken *persuasion* (het vermogen de denkwijze van mensen te veranderen) en *potential* (een deel van de menselijke creativiteit is nog onbenut).

Op basis van de hierboven beschreven literatuur kan creativiteit (als karaktertrek) omschreven worden als: de innerlijke drang om originele producten of ideeën te scheppen die van waarde zijn voor anderen, en voortkomen uit fantasie, gekoppeld aan een afkeer van routine en een

wens buiten gebaande paden te treden. Het gecreëerde heeft het vermogen mensen anders te laten denken of kijken naar de werkelijkheid. Tevens wordt ervan uitgegaan dat een deel van dit potentieel nog onbenut is.

De verwachting in dit onderzoek is dat kunstenaars(-in-opleiding) hoger scoren op creativiteit dan andere beroepsgroepen, omdat zij vanuit niets en vanaf nul een muziekstuk moeten componeren, toneelstuk bedenken, kunstwerk ontwerpen of choreografie uittekenen. Wanneer zij hiervoor de ideeën en originaliteit missen, dan riskeren zij negatieve reacties van recensenten, docenten of publiek. Wanneer zij niet aan verwachtingen van toeschouwers (zoals originaliteit en de wens verrast te worden) en zichzelf kunnen voldoen, ervaren zij mogelijk frustraties over het niet bereiken van een gewenst niveau. De verwachting is voorts dat beroepskunstenaars in spe hogere scores behalen dan vrijetijdskunstenaars, omdat van de eerstgenoemde groep een hoger niveau van originaliteit verwacht wordt. De eerstgenoemde groep moet immers plagiaat zien te vermijden, verwachtingen overtreffen en toeschouwers op het verkeerde been zetten.

Om na te gaan of creativiteit exclusief het domein is van kunstenaars, en of buiten het culturele domein creativiteit hetzelfde betekent als daarbinnen, is (een deel van) de vragenlijst van het huidige onderzoek (zie bijlage 1) tevens uitgezet onder een heel andere doelgroep, te weten 1215 studenten van een technische opleiding. Hieruit bleek dat het (ook) onder deze – niet-kunstzinnige – doelgroep mogelijk was creativiteit op een betrouwbare manier te meten, en dat deze meting samenhang met prestaties op technisch vlak, zoals het winnen van ontwerpprijzen of aanvragen van patenten: studenten met een creatievere persoonlijkheid wonnen meer prijzen, vroegen vaker met succes een patent aan of hadden vaker een ontwerpfout verholpen.

Alhoewel de hypothese is dat kunstenaars-in-opleiding en amateurkunstenaars creatiever zijn dan cultureel niet-productieven, wordt – gezien de uitkomsten van deze ingenieursstudie – niet gedacht of verwacht dat alléén kunstenaars creatief zouden zijn.

Methode

De vraag voor het onderhavige veldonderzoek is of creativiteit betrouwbaar en valide gemeten kan worden en in welke mate deze karaktertrek samenhangt met productieve cultuurdeelname op amateur- en professioneel niveau. Om deze vraag te kunnen beantwoorden zijn via een censussteekproef 126 hbo-studenten van een kunstzinnige opleiding (dans, circus, architectuur, conservatorium, beeldende kunst en dergelijke) uitgenodigd deel te nemen aan een korte enquête, naast 1052 van een andere hbo-opleiding (onder andere journalistiek, pedagogiek, lichamelijke opvoeding alsook de leraren- en paramedische opleiding). Studenten zijn uitgenodigd ongeacht hun leerjaar (propedeuse of laatste jaar).

De studenten hebben deelgenomen aan een nieuwe, zelf ontwikkelde persoonlijkheidsmeting (ook wel een schaal, meetinstrument of vragenreeks genoemd) van twaalf stellingen waarbij zij moeten aangeven in hoeverre die op hen van toepassing zijn. Deze stellingen betreffen verschillende kenmerken van creativiteit, te weten autonomie, een rijke verbeelding, de drang om te scheppen, het nut van het gecreëerde voor anderen, het genereren van originele oplossingen en de neiging buiten de lijnen te kleuren. Om de validiteit van deze vragen te testen is, ter vergelijking, het meetinstrument van Goughs onderzoek voorgelegd. Hierbij moeten respondenten de zinsneden aankruisen die op hen van toepassing waren. Die werden vervolgens gecodeerd met een 1 (wanneer die duiden op een hoge creativiteit, zoals 'origineel') of 0 (wanneer die als het tegenovergestelde van creativiteit beschouwd werden, zoals 'behoudend'). Ondanks eerder gesignaleerde imperfecties is dit oude meetinstrument gebruikt omdat het een van de

weinige bestaande creativiteitsmaten is. Als toetsing van de convergerende validiteit van de nieuwe, zelfontwikkelde maat leek een bestaande noodzakelijk.

Naast de creativiteitsvragen zijn diverse vormen van productieve cultuurdeelname bevraagd op een vierpuntsschaal, lopend van 'bijna nooit' tot 'wekelijks'. Dit blok van in totaal zestien items bevatte vragen over productieve en receptieve cultuurdeelname, naast niet-culturele vormen van vrijetijdbesteding zoals sporten, winkelen en uitgaan. De logica hierachter is dat als enkel en alleen culturele vormen van vrijetijdsbesteding aan bod zouden komen, minder cultureel geïnteresseerde respondenten af zouden haken ('deze vragen zijn niet voor mij bestemd'). De vragenlijst is immers ook naar studenten zonder een opleiding in de kunsten gestuurd. Daarnaast doorbreekt de afwisseling van onderwerpen antwoordtendenties.

Resultaten

Is het mogelijk creativiteit op een betrouwbare en valide manier te meten? Betrouwbaar onder andere in die zin dat antwoorden op vragen van één meetinstrument over hetzelfde onderwerp voldoende samenhangen om te kunnen concluderen dat ze daadwerkelijk een en hetzelfde fenomeen meten. Bij validiteit gaat het onder meer om de vraag of twee *verschillende* meetinstrumenten (de zelfontwikkelde en een oudere serie vragen) van hetzelfde fenomeen onderling nauw samenhangen. Het eerste kan getoetst worden met een zogenaamde Cronbach's alpha-analyse, waarbij de uitkomst vermenigvuldigd kan worden met 10 om een rapportcijfer te verkrijgen voor de betrouwbaarheid van de maat. Het laatste met een correlatieanalyse, die op een schaal van 0 (geen samenhang) tot 1 (100% samenhang) aangeeft in welke mate twee variabelen met elkaar samenhangen.

Afgaande op de Cronbach's alphawaarde van het nieuwe meetinstrument (.84; zie bijlage 1) en die van Goughs instrument (.78) lijkt het mogelijk om creativiteit betrouwbaar te meten. Beide metingen halen hoge rapportcijfers voor betrouwbaarheid (8,4 en 7,8). De totaalscore van het eigen instrument is 3,41 (op een vijfpuntsschaal, standaarddeviatie = .62); die van het oude 5,23 (lopend van 0 tot 13; standaarddeviatie = 3,15). Daarnaast correleren de scores op het nieuwe →

Is het mogelijk creativiteit op een betrouwbare en valide manier te meten?

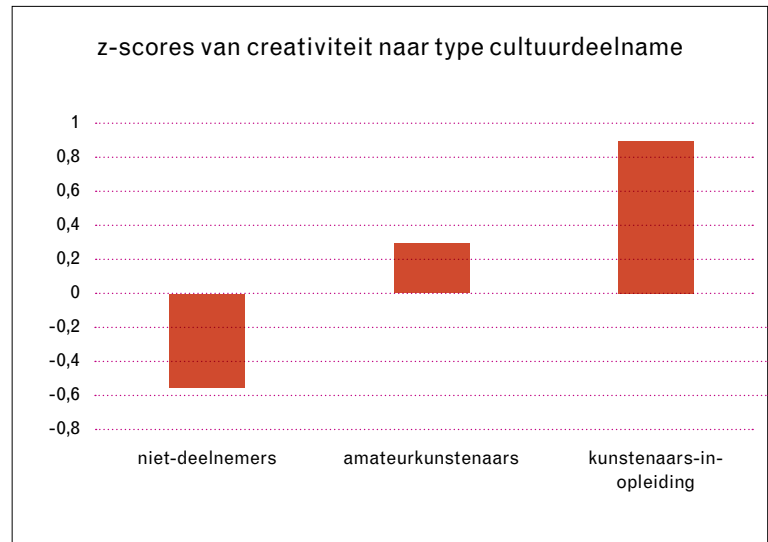
instrument sterk en positief met het oude ($r=.54$, $p<.01$); respondenten die een hoge score halen wanneer het nieuwe instrument wordt gehanteerd, halen ook een hoge score op het oude. Deze samenhang lijkt de convergerende validiteit van het nieuwe instrument te bewijzen.

De volgende vraag was of creativiteit samenhang met verschillende vormen van cultuurdeelname op amateurniveau. Hiervoor zijn alleen de studenten geselecteerd die geen opleiding aan een kunstopleiding volgden. Beide maten bleken significant ($p<.01$; voor de statistische details wordt verwezen naar bijlage 2) en positief samen te hangen met alle vormen van productieve cultuurdeelname. Hierbij gold dat de coëfficiënten bij de nieuwe vragenreeks consequent hoger waren dan die van de oude vragenreeks (van Gough). Na controle voor die oude maat hing de nieuwe maat nog steeds significant samen met cultuurdeelname. Andersom gold dat echter niet: na controle voor de nieuwe schaal hing Goughs operationalisatie niet meer betekenisvol samen met productieve cultuurdeelname. Dit lijkt erop te duiden dat de nieuwe schaal meer aspecten van creativiteit omvat die samengaan met productieve cultuurdeelname. Voorts bleek de nieuwe meting positief samen te hangen met diverse vormen van receptieve cultuurdeelname, zoals het lezen van fictie ($r=.21$), bezoeken van musea ($r=.32$) en beluisteren van livemuziek ($r=.21$).

Is het mogelijk om met de scores op de creativiteitsmeting te voorspellen wie een kunstzinnige opleiding volgt en daarmee waarschijnlijk binnen een of enkele jaren als kunstenaar gaat werken? Met een binair-logistische regressieanalyse onder alle respondenten is gepoogd deze vraag te beantwoorden. Volgens deze analyse maken studenten die hoog scores op de nieuwe creativiteitsmetingen zes keer (om meer precies te zijn: 6,3 keer) zo veel kans een kunstzinnige opleiding te volgen (Nagelkerke's $R^2=.18$). Van de studenten aan een kunstopleiding scoort een meerderheid (54 procent) hoog (>4) op de creativiteitsmeting; bij de overige studenten is dit een kleine minderheid (16 procent).

Vervolgens diende de vraag zich aan of amateurkunstenaars andere creativiteitscores behaalden dan de 'beroeps' (in dit geval studenten van de kunstacademie). Om hier een antwoord op te geven zijn er drie groepen aangemaakt:

niet-deelnemers, amateurkunstenaars en beroepskunstenaars. Allereerst zijn de zogenaamde z-scores van creativiteit berekend: hierbij komt het gemiddelde van de meting uit op 0 en de gemiddelde afwijking op 1. Op deze manier worden verschillen tussen de drie groepen (niet-deelnemers, amateurs en beroeps in opleiding) duidelijker zichtbaar:



De drie groepen blijken volgens statistische toetsen betekenisvol verschillende scores op de vragen over creativiteit te behalen, waarbij de niet-deelnemers ver beneden het gemiddelde scoren (te weten $-.55$ standaardafwijking), terwijl de beroepsbeoefenaars ver boven het gemiddelde scoren (te weten een $.88$ standaardafwijking erboven). De amateurs vallen met een score van $.27$ precies tussen beide groepen in. De percentages laten eenzelfde beeld zien. Van de niet-deelnemers scoort minder dan 5 procent bovengemiddeld (het totaal gemiddelde plus één standaarddeviatie) op de creativiteitsmeting, tegenover 26 procent van de amateurs, die vervolgens weer de beroeps-in-spe (54 procent) voor zich moeten laten gaan.

Conclusies en aanbevelingen

De vragen aan het begin van dit artikel waren of het mogelijk was om creativiteit op een betrouwbare en valide manier te meten, en of deze meting vervolgens het maken van kunst voorspelde, zowel naar frequentie als naar soort; amateur →

of professioneel. Afgaande op de Cronbach's alphawaarde is het mogelijk met twaalf vragen een betrouwbare indicator te krijgen van menselijke creativiteit, die – gezien de hoge correlatie ($r=.54$) met een bestaande maat (Gough) – convergerende validiteit weet te bereiken. Verder blijkt de nieuwe meting, in vergelijking tot de Gough-meting, meer aspecten van creativiteit te omvatten die samengaan met uiteenlopende vormen van productieve cultuurdeelname.

Op de nieuwe meting scoren amateurkunstenaars hoger dan diegenen die niet productief aan cultuur deelnemen; beide groepen scoren betekenisvol lager dan beroepkunstenaars in spe. Verder voorspelt creativiteit, gemeten met het nieuwe instrument, in hoge mate de studiekeuze (wél of niet kunsten studeren). Van alle studenten aan een kunstopleiding weet meer dan de helft (55 procent) een hoge score op creativiteit te behalen; bij andere opleidingen is dit een kleine minderheid (16 procent).

De samenhang tussen creativiteit en cultuurdeelname is betekenisvol, maar niet perfect: bij productieve cultuurdeelname op zowel amateur- als professioneel niveau bereikt de gedeelde variantie bijna 20 procent. Een verklaring hiervoor is dat cultuurdeelname niet alleen door creativiteit, maar ook door stimulering binnen het onderwijs, gezin en de vriendenkring, alsook door zelfvertrouwen en andere variabelen bepaald wordt. In een vervolgstudie, gericht op één vorm van productieve cultuurdeelname – te weten het schrijven van fictie – wordt het effect van al deze variabelen bestudeerd.

Het gegeven dat creativiteit gemeten kan worden en sterk blijkt te verschillen tussen amateurkunstenaars en niet-deelnemers, en tussen beroepkunstenaars en amateurs, kan implicaties hebben voor politieke discussies. Aangezien creativiteit beschouwd wordt als een persoonseigenschap die van waarde is, niet alleen voor de makers zelf, maar zeker ook voor de maatschappij als geheel, is de waarde van kunst met deze studie hopelijk meer zichtbaar gemaakt. Kunst is meer dan hobby, aangezien de creativiteit van beroepkunstenaars betekenisvol groter is dan die van de amateurs (hobbyisten), en daarmee ten goede kan komen aan de samenleving als geheel. ●

Literatuur

- Batey, M. (2012). 'The measurement of creativity: from definitional consensus to the introduction of a new heuristic framework'. In: *Creativity Research Journal*, jrg. 24, nr. 1, 55-65.
- Batey, M., A. Furnham en X. Saffiullina (2010). 'Intelligence, general knowledge and personality as predictors of creativity'. In: *Learning and individual differences*, jrg. 20, nr. 5, 532-535.
- Carson, S.H., J.B. Peterson en D.M. Higgins (2005). 'Reliability, validity, and factor structure of the creative achievement questionnaire'. In: *Creativity Research Journal*, jrg. 17, nr. 1, 37-50.
- Costa, P.T. en R.R. McCrae (1992). 'Normal personality assessment in clinical practice: The NEO Personality Inventory'. In: *Psychological assessment*, jrg. 4, nr. 1, 5.
- Dollinger, S.J., K.K. Urban en T.A. James (2004). 'Creativity and openness: further validation of two creative product measures'. In: *Creativity Research Journal*, jrg. 16, nr. 1, 35-47.
- Feist, G.J. (1998). 'A meta-analysis of personality in scientific and artistic creativity'. In: *Personality and social psychology review*, jrg. 2, nr. 4, 290-309.
- Fields, Z. en C.A. Bisschoff (2014). 'Developing and assessing a tool to measure the creativity of university students'. In: *Journal of Social Science*, jrg. 38, nr. 1, 23-31.
- Furnham, A. en V. Bachtiar (2008). 'Personality and intelligence as predictors of creativity'. In: *Personality and individual differences*, jrg. 45, nr. 7, 613-617.
- Gough, H.G. (1979). 'A creative personality scale for the adjective check list. In: *Journal of personality and social psychology*, jrg. 37, nr. 8, 1398.
- Hirsh, J.B. en J.B. Peterson (2008). 'Predicting creativity and academic success with a "fake-proof" measure of the Big Five'. In: *Journal of Research in Personality*, jrg. 42, nr. 5, 1323-1333.
- Hoogveldt, L. (2016). *Creativiteit, hoe toets je dat?* Tilburg: Fontys.
- Kaufman, S.B. (2013). 'Opening up openness to experience: a four factor model and relations to creative achievement in the arts and sciences'. In: *Journal of Creative Behavior*, jrg. 47, nr. 4, 233-255.
- Kaufman, J.C., J.C. Cole en J. Baer (2009). 'The construct of creativity: structural model for self-reported creativity ratings'. In: *Journal of Creative Behavior*, jrg. 43, nr. 2, 119-132.
- McCrae, R.R. en O.P. John (1992). 'An introduction to the five-factor model and its applications'. In: *Journal of personality*, jrg. 60, nr. 2, 175-215.
- Nassif, C. en R. Quevillon (2008). 'The development of a preliminary creativity scale for the MMPI-2: the C scale'. In: *Creativity Research Journal*, jrg. 20, nr. 1, 13-20.
- Plucker, J.A., R.A. Beghetto en G.T. Dow (2004). 'Why isn't creativity more important to educational psychologists? Potentials, pitfalls, and future directions in creativity research'. In: *Educational Psychologist*, jrg. 39, nr. 2, 83-96.
- Stalpers, C. en M. Stokmans (2018). 'Halen creatieve persoonlijkheden hogere rapportcijfers in het hoger onderwijs?' Een empirisch onderzoek onder 665 hbo-studenten. Nog niet gepubliceerd artikel.
- Stalpers, C. (2007). *Het verhaal achter de lezer: een empirisch onderzoek naar variabelen die verschillen in leesgedrag verklaren*. Delft: Eburon.
- Villalba, E. (2008). *On creativity: towards an understanding of creativity and its measurements*. S.l.: OPOCE.

Noot

- 1 Respondenten die niet vaker dan enkele keren per jaar zongen, zijn ingedeeld bij de eerste groep, omdat dit gedrag te infrequent plaatsvond om te kunnen spreken van een stabiele hobby of gewoonte.

Bijlage 1 Betrouwbaarheid nieuwe creativiteitsmeting

Ik ben iemand die...	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
heel graag tijd besteedt aan creatieve hobby's, zoals schrijven, schilderen, tekenen, fotograferen, dans of toneel.	,527	,825
voelt dat die iets mist wanneer ik lange tijd niets mag bedenken of maken.	,504	,824
met ideeën komt waar niemand anders op komt.	,547	,822
een sterke drang ervaart om nieuwe dingen te maken of bedenken.	,658	,812
regelmatig bedankjes krijgt voor dingen die ik gemaakt of bedacht heb.	,364	,834
grote bewondering heeft voor mensen die schrijven, dichten, films maken of een ander creatief beroep hebben.	,447	,830
meer van routine houdt dan van werk waarbij ik mijn creativiteit nodig heb (-).	,579	,819
liever aan andermans ideeën dan die van mezelf werk (-).	,478	,827
weinig fantasie heeft en het liefst met beide benen op de grond staat.	,582	,818
liever de handleiding volgt dan opstelt.	,473	,827
graag werk doet waarbij ik nieuwe oplossingen mag bedenken voor problemen.	,404	,832
zich zoveel mogelijk als andere mensen gedraagt.	,460	,828

Bijlage 2 Correlatie van creativiteit met diverse vormen van productieve cultuurdeelname op amateurniveau (n=1052, getallen zijn Pearson of partiële correlatiecoëfficiënten).

	Nieuw meet-instrument	Partiële correlatie ¹	Goughs meet-instrument	Partiële correlatie ²
Het schrijven van verhalen	*.29	*.20	*.22	.05
Zingen of muziek maken	*.23	*.13	*.20	.08
Schilderen of schetsen	*.38	*.32	*.23	-.02
Componeren of een liedtekst schrijven	*.29	*.20	*.22	.06
Op een podium optreden met een voorstelling of concert	*.27	*.20	*.19	.03
Een toneelstuk of dans bedenken	*.24	*.17	*.17	.04

1 Gecontroleerd voor de Gough-meting

2 Gecontroleerd voor de nieuwe meting



Cedric Stalpers is docent onderzoeksmethoden aan de Universiteit voor Humanistiek en assistent-professor aan de Tias School for Business and Society



Mia Stokmans is associate professor aan het Departement Cultuurwetenschappen van de Universiteit van Tilburg

Colofon

Boekman Extra is een onregelmatig verschijnende digitale uitgave van de Boekmanstichting.

De Boekmanstichting verzamelt en verspreidt kennis en informatie over kunst en cultuur in beleid en praktijk. Het werkterrein omvat het kunst- en cultuurbeleid van de overheden, particuliere financiering van kunst, de sociaal-economische en juridische aspecten van de kunsten en het kunstenaarsberoep, marketing en sponsoring, culturele organisaties en manifestaties, kunst in relatie tot (nieuwe) media, cultuurbehoud, kunst-educatie, amateurkunst en kunstvakonderwijs.

Zie ook www.boekman.nl

Redactie

Kimberly van Aart,
Jack van der Leden,
André Nuchelmans

Productie

André Nuchelmans

Redactieadres

Boekmanstichting,
t.a.v. redactie
Boekman Extra
Herengracht 415,
1017 BP Amsterdam,
telefoon 020 – 624 37 36,
e-mail
redactie@boekman.nl

Kopij volgens de redactie-
aanwijzingen via e-mail

Eindredactie en correctie

Taalbureau IJ, Amsterdam

Beeldredactie

André Nuchelmans,
Joseph Plateau grafisch
vormgevers

Vormgeving

Joseph Plateau grafisch
vormgevers, Amsterdam

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (art. 16 Auteurswet 1912) dient men zich tot de uitgever te wenden.

Al het mogelijke is gedaan om rechthebbenden van beeld te achterhalen. Indien u meent over auteursrechten te beschikken van beeld in deze *Boekman Extra*, dan kunt u contact opnemen met de Boekmanstichting in Amsterdam.