

In een vorig artikel gingen we dieper in op de vraag '[wat is creativiteit?](#)'. Daar kwamen we er achter dat er eigenlijk geen eenduidige definitie te vinden is van creativiteit. Maar, we ontdekten ook dat er verschillende manieren zijn om creativiteit te kunnen meten. In dit artikel geven we 2 manieren waarop je creativiteit meten kunt.

De twee hieronder besproken manieren hebben wel elk hun eigen doel en manier van meten, namelijk:

1. Meten hoe creatief een persoon is (het Guilford model)
2. Meten hoe creatief het werk is (de taxonomie van creatief ontwerp)

1. Het Guilford Model

De psycholoog [J.P.Guilford](#) richt zich met zijn onderzoek en model vooral op divergent denken. Volgens hem is dit goed meetbaar, en kunnen leerlingen (en docenten ook natuurlijk!) zich verbeteren op de verschillende onderdelen door veel te oefenen. Zijn methode van creativiteit meten gaat uit van vier verschillende punten:

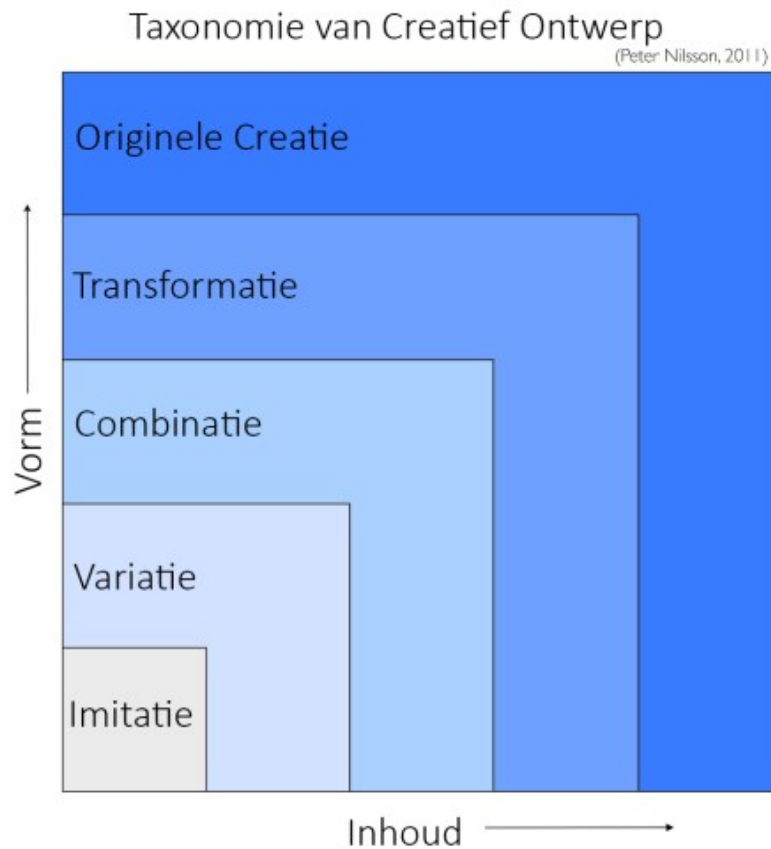
- Originaliteit en fantasie (gekke, rare, unieke ideeën)
- Vlotheid (de hoeveelheid ideeën in een bepaalde tijd)
- Flexibiliteit (hoe makkelijk je van 'plan' kan veranderen)
- Complexiteit (de hoeveelheid details, het herkennen van patronen)

Deze punten zijn dus vooral goed toepasbaar bij een opdracht waar er gevraagd wordt om een grote hoeveelheid aan antwoorden. Een bekende werkvorm die hierbij past is de oefening 'Wat kun je allemaal maken met een paperclip?'. Leerlingen die hoog scoren op het eerste punt zullen vooral met unieke en bijzondere ideeën komen, en leerlingen die hoog scoren op het tweede punt zullen vooral veel verschillende ideeën hebben, enzovoorts.

Creatieve leerlingen zouden volgens deze test dan over het algemeen hoog moeten scoren: dus én veel ideeën, én veel verschillende ideeën én veel details. Dit geeft ook meteen de zwakte aan van de test: het zegt niets over de relevantie of waarde van wat er gemaakt is.

2. De Taxonomie van Creatief Ontwerp

Een andere manier van het meten van creativiteit meten is het meten van het uiteindelijke product. [Peter Nilsson](#) ontwierp hiervoor de taxonomie van creatief ontwerp. Hij gebruikt hierbij een eenvoudig te begrijpen afbeelding om te bekijken of een product qua vorm en inhoud creatief is. Hoe hoger de score, hoe creatiever het product is. In de volgende afbeelding is dit duidelijk zichtbaar gemaakt:



Zoals te zien is in de afbeelding gaat Nilsson hierbij uit van 5 verschillende punten:

- **Imitatie:** Het ontwerp is hetzelfde als iets wat al bestaat.
- **Variatie:** Er is een kleine verandering in het ontwerp, maar is het nog steeds duidelijk waar het ontwerp op gebaseerd is.
- **Combinatie:** Het ontwerp is een combinatie van twee of meerdere andere dingen, zodat je kunt zeggen dat het iets nieuws is maar wel duidelijk gebaseerd op andere werken.
- **Transformatie:** Het is een nieuwe creatie, met elementen van ander werk maar wel origineel genoeg om op zichzelf te kunnen staan.
- **Originele creatie:** Het ontwerp is uniek en staat compleet op zichzelf. Het heeft nauwelijks tot geen verbanden met wat er al eerder gemaakt is.

Natuurlijk zijn dit ingewikkelde punten, en hangt het daarbij af van welk niveau je uitgaat. Het is dus aan de docent om dit goed in te schatten. Aan de andere kant biedt het wel een duidelijk en logisch overzicht, waarbij er verschil is tussen de inhoud en de vorm. Het is wat dat betreft ook een fijn instrument om van te voren te bespreken met leerlingen, zodat ze zelf bewust kunnen sturen op een creatief product.

Wat kun je er nu mee?

We weten nu wat er verstaan wordt onder creativiteit, en dat er daarnaast verschillende manieren zijn om het te kunnen meten. In een volgend artikel gaan we aan de slag met oefeningen en activiteiten die je kunt gebruiken om de creativiteit van leerlingen te verbeteren. En natuurlijk kun je het ook voor jezelf gebruiken!