

Inhalt

1	Einführung	21
1.1	Kreativität als die Ressource der Zukunft ?.....	22
1.2	Ausgangssituation, Fragestellungen und Zielsetzung der Arbeit.....	24
1.3	Methodische Vorgehensweise	29
1.4	Aufbau der Untersuchung	32
2	Kreativität als räumliches Phänomen	35
2.1	Pfade zu einem differenzierten Kreativitätsverständnis	35
2.1.1	Mythos Kreativität – der lange Weg vom Genie bis zur alltäglichen Fähigkeit	36
2.1.2	Ursprung und Eigenschaften der Kreativität	38
2.1.3	Definitionen von Kreativität	44
2.1.4	Formen von Kreativität.....	48
2.2	Eigenschaften des Kreativitätsprozesses	59
2.2.1	Bisheriger Stand der Forschung – im Hinblick auf Kreativitätsprozesse	59
2.2.2	Vorbereitende und zusammenführende Überlegungen zum Kreativitätsprozess	63
2.2.3	Phasenmodell und Stufen des Kreativitätsprozesses	65
2.2.4	Perspektivenvielfalt und Gegensätze innerhalb des Kreativitätsprozesses.....	74
2.3	Systemisches Verständnis des Kreativitätsprozesses.....	79
2.3.1	Der Weg zu einem systemischen Verständnis des Kreativitätsprozesses.....	79
2.3.2	Bestandteile des systemischen Modells des Kreativitätsprozesses	83
2.3.3	Funktionsweise des systemischen Modells des Kreativitätsprozesses.....	108
2.4	Kreativität und Raum	111
2.4.1	Auf dem beschwerlichen Weg zu einer räumlichen Perspektive von Kreativität	113

2.4.2	Raumkonzepte und Kreativität	117
2.4.3	Gegenüberstellung der Raumkonzepte	130
2.4.4	Raumbasierte Externalitäten und Kreativität	133
2.5	Erkenntnisse und Schlussfolgerungen zum Kreativitätsprozess	144
3	Kulturelle Kreativität als räumliches Phänomen	149
3.1	Das Wesen der kulturellen Kreativität	151
3.1.1	Verständnis und Differenzierung von Kultur im Rahmen „kultureller Kreativität“	155
3.1.2	Komponenten kultureller Kreativität	162
3.1.3	Sphären kultureller Kreativität	166
3.1.4	Eine erste Zusammenfassung – ein kulturell kreativer Sektor?	187
3.2	Entstehung von kultureller Kreativität.....	192
3.2.1	Kultur und der idealtypische Kreativitätsprozess	192
3.2.2	Die Ursprünge kultureller Kreativität.....	196
3.2.3	Phasenmodelle und Stufen des kulturellen Kreativitätsprozesses... ..	204
3.3	Bedeutungszuweisung und Wertgenerierung bei kultureller Kreativität.....	207
3.3.1	Der Zeichenwert kultureller Kreativität.....	212
3.3.2	Der öffentliche Wert kultureller Kreativität	214
3.3.3	Der ökonomische Wert kultureller Kreativität	218
3.3.4	Der resultierende kreative Wert kultureller Kreativität.....	224
3.3.5	Schwierigkeiten bei der Wertermittlung und Evaluation kultureller Kreativität	227
3.4	Kulturelle Kreativität und Raum.....	238
3.4.1	Individuenzentrierte Ansätze.....	240
3.4.2	Communitybasierte Ansätze.....	243
3.4.3	Marktbasierte Ansätze	250
3.4.4	Raumbasierte Ansätze	262
3.5	Erkenntnisse und Schlussfolgerungen zum kulturellen Kreativitätsprozess.....	268
4	Das kreative Feld – Versuch einer Synthese des kulturellen Kreativitätsprozesses aus räumlicher Perspektive.....	275
4.1	Die Konzeption des kreativen Feldes	276
4.1.1	Personale Sphäre des kulturell kreativen Feldes	282
4.1.2	Gesellschaftliche Sphäre des kulturell kreativen Feldes.....	285
4.1.3	Wirtschaftliche Sphäre des kulturell kreativen Feldes.....	288

4.2	Raumkonzepte und das kulturell kreative Feld	294
4.3	Die Überlagerung räumlich bedingter Externalitäten und die Logik des kulturell kreativen Feldes	306
4.4	Kritik und Erweiterung des kulturell kreativen Feldes	317
4.5	Erkenntnisse und Schlussfolgerungen zum kulturell kreativen Feld ...	321
5	Fazit.....	323
5.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	323
5.2	Forschungsperspektiven und politische Implikationen	331
6	Literaturverzeichnis.....	345
7	Anhänge	393

Kreativität, Kultur und Raum

Ein wirtschaftsgeographischer Beitrag am Beispiel des
kulturellen Kreativitätsprozesses

Suwala, L.

2014, XX, 387 S. 23 Abb., 3 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-06580-5