

Om er achter te komen wat je onder creativiteit moet verstaan, moet je doorzettingsvermogen hebben. Want of je nu in de psychologie, sociologie, economie, natuurwetenschappen, filosofie of in de wereld van de kunsten kijkt, je komt steeds dezelfde tautologie tegen: creativiteit is een mentaal en sociaal proces met betrekking tot het creëren van nieuwe ideeën en concepten.



## creatieve verantwoording

Creativiteit is dus het vermogen om creatief te zijn. Een definitie dus in de categorie 'een boom is een plant met een boomstructuur'.

Het mooiste voorbeeld komt uit de modewereld. Men neme een lap stof waar een gewoon mens niets in ziet, sluit een poosje de ogen en drapeer vervolgens het stuk textiel om een al dan niet levende mannequin en een creatie is geschapen.

Hebben we te maken met een economische crisis, dan moet een ondernemer extra creatief zijn. De organisatoren van een netwerkevenement in april, in Gorinchem, voor creatieve ondernemers bedachten daarom een 'creatief moment' met de badges. Uit de folder: "Bij aanmelding worden vermelde gegevens ingevoerd en de badges maken tijdens het evenement matches. Zodra ondernemers bij elkaar in de buurt lopen met overeenkomende gegevens lichten de badges op in dezelfde kleur. Op deze manier weten ondernemers met wie ze een match hebben".

Veel 'creaties' in ondernemersland hebben zowel positieve als negatieve kanten. Creatief ondernemen heeft doorgaans als ultiem doel het verbeteren van de bedrijfsresultaten. Maar daarbij kan het consumentenbelang wel eens uit het zicht verdwijnen, zoals blijkt uit publicaties van de Consumentenbond en uit TV-programma's als Kassa en Radar.

Die gerichtheid op geldelijk gewin blijft geenszins tot het bedrijfsleven beperkt. Overal waar geld een rol speelt, proberen mensen zo creatief mogelijk te zijn. Zoals Engelse parlementsleden lieten zien, toen zij hun onkosten wonderbaarlijk wisten te vermenigvuldigen door ze parallel bij verschillende instanties in te dienen. Dichter bij huis beantwoorde minister Plasterk van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap op 29 april 2009

vragen van de Kamerleden Van Dijk en De Vries (beiden CDA). Voor deze column zijn twee van hun vragen interessant: "Bent u bekend met de artikelen 'Plasterk: 'knoeien met balans mag' en 'School laat liever wat rijkdom zien; Deloitte-partner hekelt creatief boekhouden van ministerie van OCW'? De minister antwoordde onbekommerd met ja.

Tweede vraag: "Deelt u de mening dat het in het kader van de lumpsumbekostiging van groot belang is dat scholen helder, transparant en eenduidig al hun uitgaven verantwoorden? Zo ja, waarom is er voor gekozen op het punt van de bapo-regeling af te wijken van de Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving?"

En dan volgt de ministeriële act op het slappe koord. "Ja, helderheid en transparantie is van groot belang en mocht men met betrekking tot de bapo-regeling in de boekhoudkundige problemen komen, dan moet ik (de minister) de oplossing daarvoor strak oormerken. Helaas druijst het oormerken van een gedeelte van de bekostiging in tegen de principes van lumpsum. En dus heb ik met akkoord van de Raad voor de Jaarverslaggeving besloten om een tijdelijke maatregel te treffen waarbij ik de toepassing van artikel RJ 271 voor de verslagjaren 2008 en 2009 buiten werking stel".

Inderdaad, een staaltje van creativiteit, als u begrijpt wat ik bedoel.

**Monique Leyenaar**  
Hoogleraar Vergelijkende Politologie,  
i.h.b. Politieke Participatie en Politieke Vernieuwing,  
Radboud Universiteit Nijmegen  
m.leyenaar@fm.ru.nl