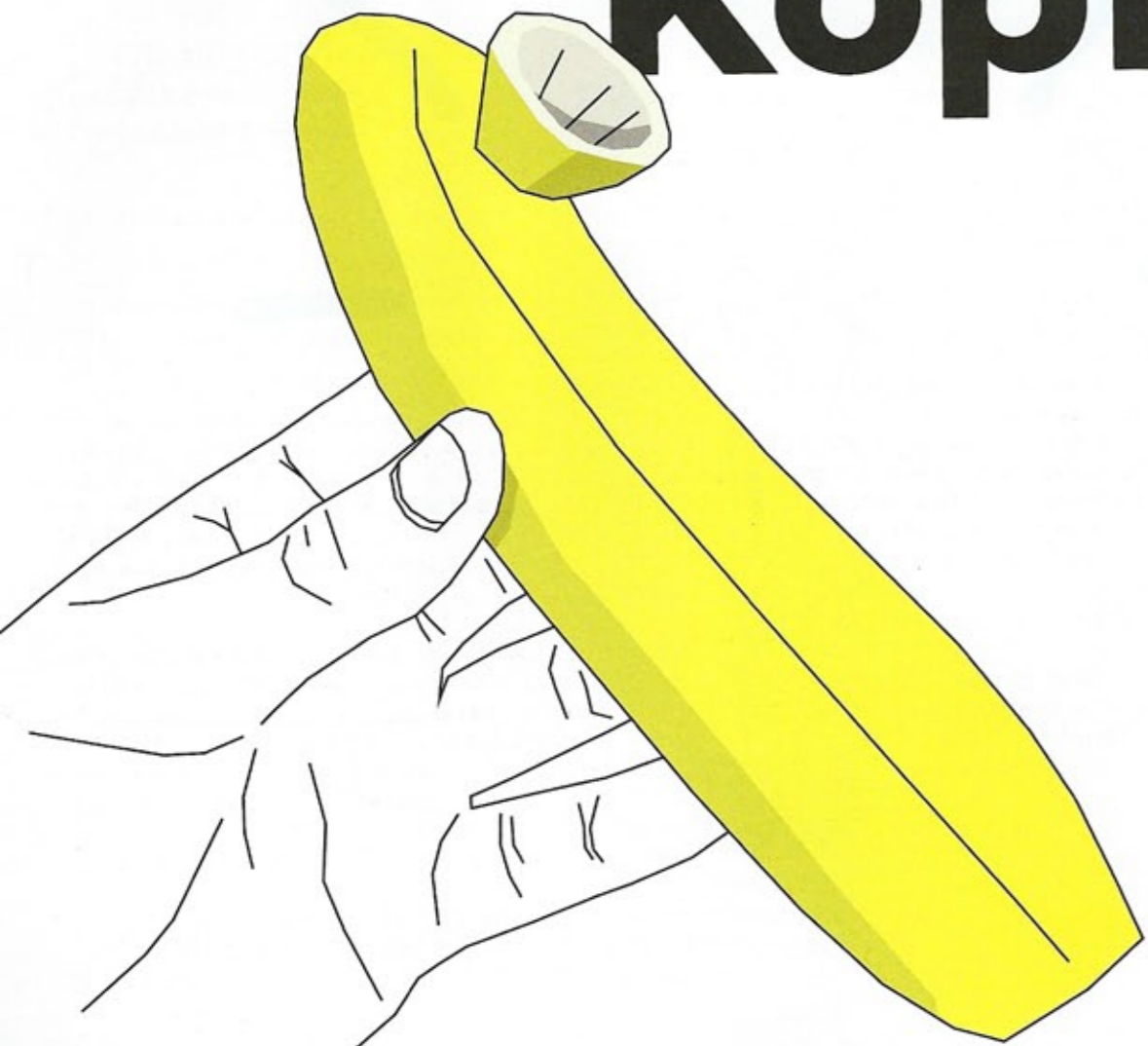


Wat jibbit?

Kreative Köpfe



Kreativarbeit fällt mir meist leichter mit Bübchenschwips.

Mal aus der Minibar geplaudert: Alkohol hilft mir beim Arbeiten. Meine beruflichen Kontakte pflege ich lieber in einer Kneipe statt in einem Café, auf der Zielgeraden gen Feierabend motiviert mich eine Flasche Vollbier mehr als eine Mütze voll Schlaf und speziell Kreativarbeit fällt mir meist leichter mit Bübchenschwips, da dieser mich aus konventionellen Denkmustern ausbrechen lässt. Ohne Tropfen kein Dachschaden. Oder wie?

Pauschal lässt sich das natürlich nicht sagen. Für mich nicht und schon gar nicht für alle anderen. Es dürfte jedoch hinreichend bekannt sein, dass kreative Menschen für ihren Schaffensprozess so ihre Ticks und Tricks haben. Eine individuelle Sammlung an Techniken, Methoden und Hilfsmitteln also, die sich in der Vergangenheit für sie bewährten. Nicht selten gepaart mit etwas Hokuspokus. Um die Muse zu locken, turnte Kafka beispielsweise nackt am Fenster, Beethoven sang beim Händewaschen und Schiller roch an gammeligen Äpfeln. Erlaubt ist, was funktioniert. Es sei denn, es ist verboten. Neben Alkohol, Nikotin, Koffein, Zucker und weiteren Drogen zählt schließlich auch Cannabis zum Standardrepertoire der Kreativen.

Je nach Sorte, Persönlichkeit und Konsumverhalten können Cannabinoide überbordende Fantasie, Hyperfokussierung und sogar synästhetische Wahrnehmung hervorrufen. Allesamt Zustände, die in der Lage sind, das divergente Denken zu bereichern

– jenen Modus, in dem sich Details zu Mustern, Gedanken zu Ideen und Wörter zu Sätzen entwickeln. Doch was manche im Deuten von Schäfchenwolken unschlagbar macht, lässt andere (hi!) nur noch Sterne sehen. Der Zusammenhang zwischen Cannabiskonsum und Kreativität übersteigt dabei nicht nur die Vorstellungskraft einiger, sondern anscheinend auch die Forschungskraft aller.

Um neuropsychologische Erkenntnisse im Folgenden nicht von jemandem erläutern zu lassen, der den Frontallappen vor allem für ein herausragendes Schimpfwort hält, nur soviel: Bei der Wahl der Versuchspersonen und ihres zu untersuchenden Zustandes herrscht große Uneinigkeit und die wissenschaftlichen Studien zum Thema widerlegen sich vorzugsweise gegenseitig. Zudem ist kreative Qualität sowieso nicht objektiv und empirisch messbar. Es ist also auch nicht auszuschließen, dass das fragwürdige Kreativkraut zwar mehr, aber dafür tendenziell schlechtere Einfälle hervorbringt. Und das kann ja wirklich niemand wollen. Vom Privatfernsehen einmal abgesehen.

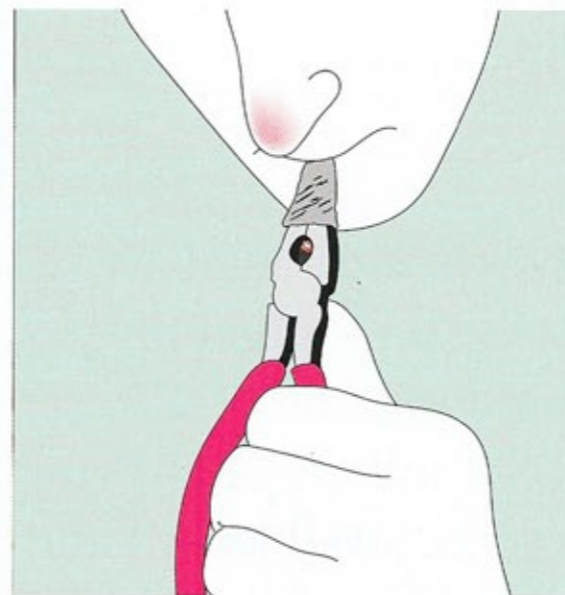
Auf den Foto- und Videoportalen des Internets hingegen stellen Kifferinnen und Kiffer die ihnen innewohnende Kreativität indes anschaulich unter Beweis. Da werden Gamepads, Staubsauger und Gasmasken macGyveresk zu Bongs umfunktioniert und selbst Kombizangen mittels Panzertape in Pfeifen verwandelt. Andere wiederum blubbern sich quer durch den Obst- und Gemüsegarten: kreativer Kopfsalat mit Apfel-Ananas-, Karotte-Paprika- oder Gurke-Melone-Erdbeer-Geschmack. Getoppt wird all dies nur von den zahlreichen Bau- und Bastelfans, die ihre Joints zur Faltkunst erklären. Doobygami? Angefangen bei Kreuzen, Herzen und Tulpen formen sie nicht nur Blitze, Peace-Zeichen und Doppelhelixstrukturen, sondern auch Eiffeltürme, Maschinengewehre und Tintenfische. Es gibt nichts, was es nicht kiff. Und da zählen spitzfindige Grasverstecke und DIY-Zubehör wie Geruchsneutralisierer noch nicht mal dazu. Falls der Wirkstoff nicht erfinderisch macht, das Drumherum tut es.

Eine andere Theorie gibt zu bedenken, dass Kreative grundsätzlich offener für Drogen, Rauschzustände und Grenzerfahrungen sein könnten. Allein der Umgang damit will gelernt sein. Auch wenn Suff und Kiff und Sonstiges im kreativen Kampf wirksame Waffen sein können, haben Waffen es eben so an sich, dass sie von Zeit zu Zeit nach hinten losgehen. Oder wie Hunter S. Thompson es sagen würde: „I hate to advocate drugs, alcohol, violence, or insanity to anyone, but they've always worked for me.“ Im Alter von 67 Jahren nahm er sich am Schreibtisch das Leben per Kopfschuss.



Iven Sohmann

entwickelt Marken für Lebens- und Genussmittel, schreibt über visuelle und verbale Sprache, ist nach zwei Zügen drei Tage dumm. Beobachtungen aus dem Weederstand.



Selbst Kombizangen werden mittels Panzertape in Pfeifen verwandelt.