

## Zugabe: Ein Blick auf die Preprint-Studie von Haase und Hanel

Kurz vor Abschluss des Beitrags „ChatGPT: Künstliche Intelligenz und Kreativität“ wurden wir auf eine thematisch einschlägige Preprint-Studie von Haase und Hanel (2023) aufmerksam, in der die Kreativität von Menschen und KI gegenübergestellt wird. Die fundierten Ergebnisse und Diskussionspunkte der Studie möchten wir zumindest ansatzweise aufgreifen. Gestützt auf einen standardisierten Test (Alternate Uses Test) wurden die Quantität und Qualität von Antworten von 100 Testpersonen und verschiedenen Chatbots wie ChatGPT verglichen. Haase und Hanel fanden keine qualitativen Unterschiede zwischen KI und menschengenerierter Kreativität. Dieses Hauptergebnis schlägt sich auch im Titel ihrer Studie nieder „Artificial muses: Generative Artificial Intelligence Chatbots Have Risen to Human-Level Creativity“. Interessanterweise erwiesen sich 9,4% der Testpersonen als kreativer als der kreativste Chatbot ChatGPT-4.

Die psychometrische Studie von Haase und Hanel lässt sich nicht unmittelbar mit unseren qualitativen Ergebnissen vergleichen. Ihr verwendetes Verfahren ist ein nützlicher Test zur Erfassung von Alltagskreativität. Aufgabe ist das Aufschreiben von möglichst vielen Verwendungsmöglichkeiten von fünf Gegenständen wie z. B. einem Ball oder einem Reifen. Mit der raumsparenden Konzeption von Miniapartments und der Faustschen Verjüngungsinszenierung stellen wir ChatGPT komplexere Aufgaben. Uns fehlt aber der systematische Vergleich mit den Ergebnissen von Testpersonen. Die beeindruckend guten Leistungen von ChatGPT in unseren Beispielaufgaben berechtigen aber zu der Hypothese, dass KI auch bei komplexen Kreativitätsaufgaben Leistungen erzielen kann, die an das menschliche Niveau heranreichen – optimale Prompts vorausgesetzt.

Besonders aufschlussreich finden wir die folgenden Schlussfolgerungen, die sich aus der Preprint-Studie ergeben:

(1) Dass es keine wesentlichen Unterschiede in den Ergebnissen von Mensch und Maschine gibt, Probleme des Alltags einfallsreich zu lösen, bedeutet nicht, dass den Leistungen die gleichen kreativen Prozesse zugrunde liegen. Dies gilt besonders für den motivationalen Bereich. Menschen sind intrinsisch motiviert. Einige wollen sogar unbedingt kreativ sein und die Freude im Moment des Einfalls erleben, wenn das Problem gelöst ist, wenn mit den Worten von Groeben (2013, S. 247) „auf einmal alles zusammenpasst, was vorher bohrend widersprüchlich, unzusammenhängend war“. Dagegen benötigen die Chatbots einen externen Anstoß, einen Prompt, ohne den kommt gar nichts in Gang.

(2) Unter der Anwendungsperspektive plädieren Haase und Hanel dafür die Assistentenfunktion der Chatbots zu nutzen, was sich mit unserem Vorschlag der Kokreation deckt. Chatbots sind in der Lage, einen riesigen Output an Ideen zu generieren, aber dies ist nur ein Teil des gesamten kreativen Prozesses: Das Problem, um das es geht, muss klar definiert werden, ebenso die Kriterien für die Angemessenheit einer Idee wie etwa situative Neuheit und Sinnhaftigkeit. Ihr Schlusswort: Diese Aspekte gehen über die Assistentenrolle von ChatGPT hinaus und können nur vom menschlichen Individuum beurteilt werden. Sie gehen also nicht davon aus, dass Menschen im kreativen Prozess gänzlich überflüssig werden, wie es die kritische Berichterstattung zu generativen KI-Programmen gern prophezeit. Und es unterstreicht unsere Feststellung, dass die KI genutzt werden kann und sollte, die eigene kreative Leistung zu unterstützen und im Zusammenspiel idealerweise zu steigern.