

Om kreativitet

av Trond Kristoffersen

Innledning



Barn er kreative, sier vi. De skaper, omskaper og utvikler begreper og ting rundt seg hver eneste dag. Voksne har ikke det samme behovet. Hvorfor? En naturlig grunn er at vi har så mange erfaringer med tingene rundt oss at vi "vet hvordan ting henger sammen". Barna derimot opplever ting for første gang, mye er nytt og de eksperimenterer for å lære.

Spørsmålet vi bør stille i barnehagen er:

"Hvordan påvirker voksnes manglende kreativitet ungenes læremiljø?"

Å være kreativ kan handle om å se noe på nytt, med nye øyne eller for første gang. Dersom vi som jobber med unger mister denne evnen, mister vi også evnen til å følge og veilede ungene i deres læring. Artikkelen presenterer derfor en rekke måter å jobbe med kreativitet på i barnehagen, enten i hverdagen eller på planleggingsdag. Stoffet er hentet fra "Stigs bok om kreativitet", "Kreativitet på arbeidsplassen" av John Kao og "Tenk nytt" av Tom Peters. Alle tre glimrende bøker om kreativitet og nytenkning!

Hva er kreativitet?

Kreativitet handler om å skape ideer. Det handler om menneskets evner til å skape. Denne skaperevnen uttrykkes ofte gjennom kunst, litteratur, design vitenskap og teknologi. For noen er det å være kreativ selve levebrødet, for andre er det ikke så sentralt. Således vil det naturlig nok variere hvor velutviklet denne evnen er. Du kan gjerne sammenlikne kreativitet med en muskel. Skal en muskel bli kraftig, må den trenes. Jo mer du trener, jo kraftigere blir den. Treningen består i å lære å utnytte dine kreative ressurser bedre, både individuelt og kollektivt.

Utover evnen til å skape, kan begrepet kreativitet også romme den kreative prosessen, den kreative opplevelsen og det kreative produktet. En kreativ prosess er den fasen hvor du lar deg inspirere og jobber frem ideer. Det er ofte i denne fasen at en kreativ opplevelse finner sted, en spesiell stemning eller sinnstilstand du kommer i når fokuset ditt er rettet mot å skape. Det kreative produktet er som regel resultatet av en kreativ prosess. Det kan for eksempel være et kunstverk eller løsningen på et problem.

Hva hemmer kreativitet?

Vi er et resultat av våre erfaringer. Gjennom vår oppvekst og utdanning formes vi og blir et produkt av det vi lærer oss. Når vi får tilbud om en jobb og ansvar for oppgaver, er det fordi vi har erfaring. Dukker det opp problemer underveis, løses de gjerne på bakgrunn av hva vi tidligere har erfart. Vi tenker logisk, systematisk og analytisk rundt problemet. Erfaringen vår er viktig, men jo mer erfaring vi har på et område, jo vanskelig kan det være å se nye løsninger.

Erfaring er likevel praktisk å ha i de aller fleste situasjoner. Vi slipper å lære oss hver dag hvordan vi tar på en genser, og vi slipper å prøve om kaviar smaker bra med syltetøy mer en en gang. Vi er avhengig av rutine og erfaringene våre for å fungere. Men det hemmer oss i forhold til å tenke nytt. Følgende gåte kan illustrere dette:

Mr. Jones brakk beinet en søndag formiddag. Han ble straks satt under medisinsk behandling. Tilstanden var ikke livstruende. Likevel døde han senere samme dag på grunn av skadene. Hvorfor?

Prøv å løse denne gåten. Svaret kommer senere i artikkelen.

Å skape en kreativ kultur

John Kao sammenlikner kreativitet med en jamsession mellom jazzmusikere. De improviserer rundt et tema, hver musiker lar sitt instrument ta se inn på nye veier, fritt for noteark og krav til tonal harmoni. På et eller annet tidspunkt forenes bandet i en stor musikalsk opplevelse. Jammingen har ført dem inn på veier de ikke kjente og plutselig svinger det voldsomt!

På samme måte må vi ha evnen til å ta et tema relatert til barnehagen, la spørsmålene og tankene gå på rundgang, bryte det ned til de enkelte delene, sette det sammen igjen, snu det rundt, kjøre det baklengs og fly avsted så langt som mulig., ut av syne og uten å gå tilbake...helt til det plutselig kommer tilbake igjen, nytt og forandret og med egenskaper ingen tidligere har hørt eller sett.

Kommunikasjon er det essensielle mediet i en kreativ kultur. En leder som vil skape og utvikle en kreativ kultur må mestre kommunikasjonens nyanser. Han bryter videre denne ferdigheten ned i syv faktorer.

Kreativitet har to trinn

En leders første prioritet er å la ideer få utvikle seg ved å holde alle muligheter åpne. Det kan godt være at det er den andre, tredje eller femtiende ideen som slår an. Derfor har det avgjørende betydning å holde prosessen åpen og unngå at den lukkes for tidlig. Kreativt arbeid er i sin natur utforskende. Derfor bør man vente med å komme med motforestillinger i den første fasen. Du kan reservere din skepsis og tvil til de nye ideene skal vurderes. Kreativitet resier et paradoks. Kommunikasjonen må være åpen og fordomsfri, men til syvende og sist må man nå frem til målbare

resultater. I en slik forstand kan vi si at kreativiteten har to trinn. Du går fremover og deretter bakover. Du opprettholder åpenhet, deretter vurderer du. Og hele tiden må du være oppmerksom på at det skal være flyt i prosessen. Peter Roth mener at målet må være "uten frykt for å si noe som andre mener er helt sprøtt. Fell ingen forhåndsdom. Tenk over saken." Særlig bør du tenke over de deler av ideen som ikke vil virke for helheten. "Vær aldri totalt fordømmende umiddelbart etter at en ide har dukket opp. Den kan ha enkelte sannhetskorn eller brukbare tanker. Hvis du godtar premissen om at alle kan finne deler av en svært god ide, bør denne holdningen spres på grasrotnivå."

Positiv omtale inspirerer til tillit

Under filmingen av "Indiana Jones and the temple of doom" kom Harrison Ford med noen forslag om hvordan han selv og en annen skuespiller kunne legge opp en bestemt scene. I en dokumentarfilm som ble laget om denne filmen virket ikke regissør Steven Spielberg særlig begeistret for Fords ide, men han var nøye med ikke å forkaste den helt. "Jeg liker forslaget godt" sa han, "men la oss først prøve en annen mulighet." Spielbergs ordvalg er viktig. Han brukte uttrykket "en annen mulighet" for å oppnå det han et annet sted i dokumentarfilmen kaller "muligheter til å doble og redoble ideer". Spielberg verken dømmer, vurderer eller kritiserer noe i hele denne prosessen. Positiv omtale beholder åpenhet for nye ideer. Dermed sårer du heller ingen, selv ikke når du velger en radikalt annen løsning enn den som ble foreslått. En leder som avfeier kommunikasjon ved å opptre kritisk eller dømmende, har bare den autoritære valgmuligheten igjen. Selskapet 3M gjør store anstrengelser for å skape et stabilt miljø. De ansatte blir belønnet av bedriften for sine prestasjoner, som 3M oppmuntrer til ved å skape en svært fri atmosfære. Den tidligere lederen av Du Pont Creativity Innovation Center, Charlie Prather, understreker hvor viktig et åpent og positivt forum er: "Du må la folk komme frem med ideene de har tatt med seg til møtene. Lytt til dem og gi dem ros før du går videre."

Finn gullkornene i ideenes grumsete strøm

Når du gir negativ feedback, bør du være nøye med å flette den inn i en positiv reaksjon på arbeidet som helhet. "Prøv å finne det positive," råder Polaroids designdirektør Jon Craine. "Selv om du synes arbeidet er slett, kan du finne positive sider ved det. Du kan holde dine egne ideer for deg selv." Visestyreformann Sheldon Buckler i Polaroid mener at ledere bør verdsette kreativitet og skape et klima som fremmer ekte kreativitet. "Vi ønsker å gjøre det så klart som mulig i bedriften at vi verdsetter kreativitet og at den har høy prioritet." Unyansert og negativ feedback er en fremragende måte å kneble kreativiteten og kvele nyskapingen på.

Dine arbeidsprogrammer bør forene ulike måter å arbeide på

Å samordne ulike oppfatninger av tid står høyt på listen over problemer i arbeidslivet. Kreative personer driver gjerne ap med planer og frister, mens lederne på sin side er nødt til å ta hensyn til tette programmer og korte tidsfrister. Når et prosjekt ligger en uke etter planen fordi lederen ikke har sørget for god nok logisk støtte, blir prosjektets skaper rasende. Når skaperen kommer en time for sent til et møte, er det lederens tur til å bli sint. Det er lederens oppgave å finne frem til en gjensidig

tilfredsstillende enighet om tiden. For ikke så lenge siden samarbeidet det kjente detaljistfirmaet CML Group i Action, Massachusetts, med designeren Richard Altuna. Designeren var beryktet for å komme for sent til møter. Av og til kom han til og med på feil dag. Altunas vaner lot seg ikke endre, men teamlederne innså at hans bidrag var viktig. De overså derfor den dårlige punktligheten. Usedvanlige mennesker trenger av og til usedvanlige vilkår.

Vel definerte grenser gir store muligheter

Arbeidslivet blir umulig hvis det ikke settes noen grenser. Alle organisasjoner bør justere de begrensninger som skyldes knappe ressurser, tidspress, konkurranse eller andre faktorer som begrenser den kreative innsatsen. Et mål på god ledelse er hvor dyktige lederne er til å opprette ansvarligheten overfor bedriften uten å fjerne all spruten i den kreative champagnen. Sannheten er at mange kreative mennesker liker at det er visse grenser. Noen er til og med helt avhengige av at grensene er der. Kunstnere har helt siden Michelangelos tid forstått at kunstnerisk arbeid er en balansekunst mellom kunstnerisk frihet og de tekniske og andre grenser som ligger i et gitt medium. Den udødelige jazzpianisten Bill Evans sa at jazzen er fri "bare så fremt den har referanse til den originale formens strenghet, som gir musikken styrke. Det finnes ingen frihet uten referanse til noe."

Kreativitetens retorikk kan løse kompliserte puslespill

Ledere bør utvikle en retorikk omkring bevissthet, overtalelse, diplomati og besluttsomhet. Målet er en ekte dialog som kan skape en eksplosjon av ideer. Prøv å stille spørsmål som bringer samtalen tilbake til nybegynnerens bevissthet. Toyota bruker sin anerkjente teknikk med "de fem hvorfor": Når du stiller et spørsmål og får svar, skal du spørre hvorfor. Gjør du det fem ganger vil du i følge japanerne forstå situasjonens vesen. Du vil ha brutt i gjennom en overflatisk forståelse og nådd frem til de grunnleggende spørsmålene. Dyktige kreativitetsledere vet hvordan de skal stille spørsmål for å sette et problem på spissen. En annen teknikk er å nærme seg det fra en uventet synsvinkel. En tredje er å skifte ut betegnelse som er så grunnleggende at de kan utløse en åpenbaring. Meiji Seika betrakter kunsten å stille det rette spørsmålet som en helt klar ledelseskunst.

Du har med enkeltmennesker å gjøre, ikke utbyttbare deler

Kreative ledere må være både diagnostiserende lege og detektiv. De bruker utforskende spørsmål om "store" ting for å skaffe seg best mulig kunnskap om teammedlemmenes personlighet. I sin regi av en detaljorientert designer, en emosjonell skuespiller og en entusiastisk kameramann viser Steven Spielberg seg som en sann "lingvist" innenfor den kreative psyke. Han henvender seg til hver person individuelt og snakker deres eget språk. Mesterregissøren har detaljkunnskaper om alle sider ved filmproduksjon, og det er denne ekspertisen som inspirerer de andre til å ha tillit til ham. Spielberg i aksjon illustrerer hovedprinsippet for å styre kreativitet gjennom samtaler. En person trenger kanskje detaljert instruksjon, mens en annen bare trenger et ord eller to. Noen må roses hele tiden mens andre bare har forakt til overs for slikt og arbeider best uten ros. Atter andre godtar skryt bare hvis det inneholder ærlig kritikk. Men vær på vakt. Selv om du kan putte alle medarbeiderne i en eller flere kategorier, bør du være klar over at folk vanligvis avskyr å bli satt i bås. F. Scott Fitzgeralds råd til

forfattere er gyldig for alle og enhver, inkludert ledere: Søk etter det individuelle, og du vil finne typen. Søk etter typen, og du vil finne...ingenting. Hvert individ har sin egen psykologi. Den virkelig dyktige kreativitetsleder er delvis psykolog. Han eller hun må være i stand til å snakke enkeltmenneskets personlige dialekt.

Avslutning

Nå til svaret på gåten om Mr. Jones. Du så for deg at Mr. Jones var en mann, ikke sant? Du lurte på om han plutselig fikk koldbrann eller blodforgiftning? Vel, Mr. Jones var en hest. Hva gjør vi med hester som brekker beinet? Skyter dem.

Når du stilles overfor et problem er det naturlig at du tenker på liknende situasjoner. Du lette etter løsningen ut fra antakelsen om at Mr. Jones var en mann, og ikke en hest. Navnet Mr. Jones gir assosiasjoner til menn, Det er naturlig. Alle inntrykk som hjernen har registret siden du ble født blir arkivert og sortert i såkalte skjemaer i hjernen som kobles sammen av assosiasjonsbånd. Har du et skjema som heter bryllup, er det rimelig å anta at dette skjemaet lett assosieres til nærliggende skjemaer som vielse, middag, taler gaver og kanskje til og med skilsmisse. Slike tankestrukturer er helt nødvendige for at vi skal fungere., og de hjelper oss til å forstå sammenhenger i det som skjer rundt oss. Uten denne sorteringsmekanismen ville vi opplevd et kontinuerlig kaos og blitt mer handlingslammede enn konstruktive. Men innimellom er nettopp kaoset eller utradisjonelle koblinger mellom erfaringer kilden til gode ideer. For å tenke nytt er det viktig å unngå å følge de etablerte assosiasjonsbåndene. Å fri seg fra erfaringer, å bryte logiske tankerekker og la tankene på virkes av spontane og overraskende innfall, er kjennetegn på kreativ tenkning. Utviklingsoppgaver krever både kreativ og logisk tenkning, men det er viktig at vurderingen eller den logiske tenkningen kommer først etter at du har lekt med en mengde ulike ideer.