



FOTO: AIDA MARGRETHE GRØNDAHL



FLYT & FLAGGAR: Ingeborg Flagstad (t.v.) og Trude Kristin B. Hansen gir kreative krefter bevissthet og retning i kurset «Lek og alvor: Et annerledes kurs i kreativitet».

Fra lek til alvor

Ingeborg Flagstad og Trude Kristin B. Hansen ser harmoniske ut på bildet, men skal du bli kreativ, kreves det noe helt annet enn harmoni.

AV BÅRD ANDERSSON

Harmoni skaper ikke nødvendigvis kreativitet i en gruppe. Du må bli utfordret for å kunne ta ut ditt beste. Slik skaper du resultater, og uten resultater blir du aldri kreativ, sier Ingeborg Flagstad. Hun er universitetslektor i Psykologi ved Universitetet i Oslo.

Flagstad har lenge studert kreativitet i grupper. Hun har samarbeidet med Endre Sjøvold, en kjent norsk organisasjonspsykolog som har skrevet boken *Teamet – Utvikling, effektivitet og endring i grupper*. Han har utviklet en modell for

samspill i grupper, SPGR, hvor opposisjon og kreativitet står sentralt. Dette bygger Flagstad videre på i sitt kreativitetskurs, «Lek og alvor» sammen med Trude Kristin B. Hansen.

– Jeg har den siste tiden, inspirert av Sjøvolds SPGR-tankegang og utvikling innenfor positiv psykologi, blitt opptatt av kreativitet i grupper. I motsetning til mye teori og litteratur på feltet, har vi funn som peker i retning av at harmoni ikke nødvendigvis fremmer kreativitet i en gruppe, sier Flagstad.

Hun ser på dette som interessant, og

mener det kan få konsekvenser for hvordan det bør legges til rette for kreative prosesser i team. Hennes hypotese er at vi engasjerer og anstrenger oss mer når vi blir utfordret, og at dette kan fremme nye og kreative bidrag.

Uinteressant uten resultat

Flagstad er også kritisk til mye forskning på området som måler nivåer av kreativitet underveis i prosessen. Hun ser det som uinteressant at kreativitetsnivået er høyt dersom det ikke munner ut i et kreativt resultat.

– I litteraturen er det mye som peker i retning av at konflikt eller disharmoni er negativt, og dette vekket min interesse. Noen skiller mellom relasjons- og saks-konflikt, hvor sistnevnte ses som mindre skadelig. Det er absolutt interessant å se på type konflikt. Når jeg bruker ordet konflikt i denne sammenhengen, tenker



FOTO: AIDA MARGRETHE GRØNDAHL



FOTO: AIDA MARGRETHE GRØNDAHL

Flukt og kræsje

Ingeborg Flagstad og Trude Kristin B. Hansen tok kursdeltakerne gjennom glideflukt og turbulens på kurset «Lek og alvor: Et annerledes kurs i kreativitet».

Jeg ikke kun på langvarige konflikter eller konflikter som låser samspillet i en gruppe, men også på uenigheter under et møte, en person som går inn i rollen som kritiker eller djevelens advokat og utfordrer de andre, sier Flagstad.

Hun påpeker at dette gjerne skaper høy temperatur i en gruppe, og at det nettopp er disse situasjonene som er interessante. Hennes inntrykk er at disharmoni like gjerne kan skape økt aktivering og nytenkning i en gruppe som at det kan hemme.

Verdifullt for andre

Flagstad peker på at det er mange som får gode ideer, men som aldri klarer å gjennomføre dem. Hun er usikker på om en idé har en verdi i seg selv.

– Hvilken glede kan vi ha av en idé eller et kreativt produkt som aldri blir vist fram til andre? Jeg tenker at det først er når vi involverer andre, viser fram noe vi har skapt, får tilbakemeldinger – at et kreativt produkt har verdi, sier hun. Hun legger til at hun definerer et kreativt produkt som noe som er originalt og blir vurdert som verdifullt av andre.

Kurset var utformet som en flytur. Kursholderne møtte opp som flyvertinner. Deltakerne ble delt inn i «passasjergrupper». De fikk oppgaver knyttet opp mot teori innen forskning på kreativitet og innovasjon. Målet var klart: Bevisstgjøring av kreativitet og spontanitet. Og hvordan du kan styre disse kreftene til å oppnå det du ønsker deg i livet ditt. Gründer deltok på første dagen av kurset, som ble avholdt i Oslo mellom 29. februar og 2. mars.

Rollebytte

Etter at deltakerne hadde blitt bedre kjent med hverandre, skulle de bytte identitet. Ikke bare overfor hverandre. Deres nye historie skulle også fortelles i plenum. Dette gikk forståelig nok ikke like glatt for alle. Flagstad og Hansen, som i kurssammenheng kaller seg for Flyt & Flagar, forklarer hensikten med denne øvelsen:

– Rollebytte er en sentral metode vi bruker. Den er hentet fra den kreative metoden Psykodrama, utviklet av J.L. Moreno. Ved å bytte rolle med en annen person, kan man sette seg inn i hvordan den andre tenker, se ting fra andre vinkler og øve evnen til

empati, noe som er viktig i en idéprosess, sier de.

I kursene jobbes det også med teknikker fra improvisasjonsteater, for å øve evnen til spontanitet. Dessuten kommer deltakerne inn i en flyt og en tilstand der den kritiske tenkningen er fraværende. Men harmonien skal også brytes.

– Vi jobber med motstand, og hvor i prosessen det stopper opp for den enkelte, for å se hvordan deltakerne kan komme videre i den kritiske fasen hvor ideen kan bli lagt på is. Her går vi inn på det personlige, hva som er den enkeltes kilde til kreativitet og hvor den enkeltes styrker og utfordringer ligger.

Forventninger

Oppsummeringer underveis ga deltakerne anledning til å reflektere over hva de holdt på med. Forventningene deres ble også kartlagt. Alle deltakerne på kurset var kvinner, mange av dem med gründerplaner. Senere i kurset skulle de få testet sine overbevisningsevner. En av oppgavene er nemlig å overbevise investorer om at ideen din er den de bør spytte penger inn i. Som de fleste gründere kan skrive under på, er det ingen lett oppgave.

– Det skal ikke være lett å være kreativ, sier Ingeborg Flagstad. Men hun understreker at de ikke kaster folk ut på glattisen før de har fått på seg skøyter.

Deltakere som har vært med på kurset beskriver kurset blant annet som «en illusjon om å være på et annet sted, flyten mellom teori, praksis, lek og oppgaver, samt oppdagelsen av en klar ramme».

► Gründerdrømmer

Aida Margrethe Grøndahl (33) og Maria Layfield (27) forbereder seg på gründeralvoret gjennom kurset.

Begge tror det blir vanskelig å lykkes som gründer. De deltar på kurset «Lek og Alvor» for å lære mer om å promotere seg selv.

Grøndahl er fotograf og har startet enkeltpersonforetak. Layfield håpet å få bekreftet sin drøm på kurset

– Jeg ønsker å jobbe med det jeg er interessert i. Men det er vanskelig å få det til, sier Grøndahl.

Hun startet firmaet i 2005. I det siste har aktiviteten dalt. For tiden jobber hun mest som dagmamma.

Grøndahl håper å lære og bli tryggere på seg selv, slik at hun kan få brukt evnene sine i virksomheten sin.

– Min utfordring er å kontakte bedrifter for å presentere arbeidet mitt, sier hun.

Hun synes nåløyet er trangt. Hun tren-



FOTO: BÅRD ANDERSSON

PROMOTERING: Aida Margrethe Grøndahl (t.v.) og Maria Layfield deltar på kurset «Lek og Alvor» for å kunne lykkes bedre som gründerne.

ger å bli mer kreativ i markedsføringsarbeidet. Grøndahl forteller at hun har laget nettside, og at hun faktisk har fått flere

oppdrag gjennom den kanalen. Hun har kunstuddannelse fra Middlesex University i London, og kommer fra en kreativ familie. Hun drømmer om å ha etablert seg nok til å ha egne separatutstillinger om fem år. Men først må kundene overbevises.

Har drømmen

Maria Layfield håper å få bekreftet sin gründerdrøm på kurset. Hun mener hun har gode ideer, men at hun mangler kunnskaper om hvordan de skal realiseres.

Layfield ser for seg at det kan være krevende å starte en egen bedrift. Hun er fortsatt på tankestadiet. Hun avslører imidlertid at hun har to gode ideer, og at hun satser på å få nok bekreftelser og innvendinger til å ta en beslutning i etterkant.

– Det er omfattende å gå hele veien. Men jeg har så gode ideer at jeg ønsker å lære mer om prosessen og hvordan den gjennomføres, sier hun.

Maria Layfield beskriver seg som kreativ, men mener selv at hun har mye å gå på når det gjelder å strukturere arbeidet.

I dag jobber hun på Trygdekontoret med oppfølging av sykemeldte. Hun forteller at hun fortsatt vil jobbe med mennesker hvis hun blir gründer.

- Du må forstå investorene

Ingeborg Flagstad sier at gründerne har større sjanse for å overbevise investorene om å investere i din idé dersom du klarer å se saken fra deres side.

AV BÅRD ANDERSSON

Flagstad påpeker at mange komponenter som må være på plass for å få til en god presentasjon for investorer. Den viktigste er imidlertid at du forstår investoren.

– Vi forsøker å lære dette til alle som har en idé, sier hun. Derfor bytter deltakerne roller på kursene som Flagstad avholder. Etter å ha presentert prosjektet ditt for de øvrige kursdeltakerne, som har investorerollen, bytter du plass med dem og får et perspektiv på hvordan investorene tenker og hvorfor de er kritiske. Disse faktorene tar du med deg for å gjøre idéen eller produktet ditt bedre, sier Flagstad.

Konkretiser

For å nå frem med presentasjonen din, må du også lære deg å bli så konkret som mulig. Et vanlig problem er at ideene blir for abstrakte.

– Mange ideer blir for vanskelige å gjen-



FOTO: BÅRD ANDERSSON

ALVOR OGSÅ: Ingeborg Flagstad (t.v.) poengterer at kreativitet ikke bare er en lek. Motstand må til for å skape et resultat som har en verdi for andre.

nomføre, sier Flagstad. – De svever i en abstrakt verden. For å lykkes må du tørre å uttale det du drømmer om. Og får du det ikke til, må du ta en runde til for å få til en klarere presentasjon, legger hun til.

– Dette er tøft og vanskelig, men klarer du å forankre ballasten i deg selv, vil det også smitte over på andre, sier hun.

– Du må ha en sterk indrestyrt motivasjon for å få dette til. Den finner du bare hvis du leter godt nok. Investorer vil ha avkastning. Den tror de ikke at de får hvis du ikke viser at du tror på din egen idé. Du må forstå investorene, fastslår hun.

bard.andersson@grunder.no