

Bokanmeldelse

ANMELDT AV

Gro Ellen Mathisen

PUBLISERT 27. oktober 2006



Geir Kaufmann | **Hva er kreativitet** Universitetsforlaget, 2006 Kr 149. 151 sider.

Nyskaping, innovasjon, kreativitet, entreprenørskap og gründer er ord som til stadighet gjentas i massemedia. Disse ordene blir i stor grad brukt om hverandre, og det er sannsynligvis uklart for folk flest hvilken betydning hvert av disse begrepene har. I lys av dette er det positivt at det nå foreligger en bok som gir en oversikt over et av disse begrepene: kreativitet.

Med sin flere tiår lange erfaring med forskning innenfor kreativitet og problemløsning har professor Geir Kaufmann et ypperlig grunnlag for å skrive nettopp denne oversiktsboka. Boka hører til Universitetsforlagets «hva er...»-serie, som er introduksjonsbøker innenfor ulike temaer og fagfelt. Dette er den første norske boka om kreativitet som er skrevet med utgangspunkt i forskning. Samtidig som boka er basert på empiri om kreativitet, så er den lett å lese også for personer uten relevant akademisk bakgrunn. I tillegg til å gjengi den kunnskapen som allerede finnes om kreativitet, drøfter Kaufmann svake sider ved eksisterende forskning, og områder hvor det er behov for forskning.

For å illustrere ulike fenomener bruker Kaufmann en gjennomgående kasusbeskrivelse fra den amerikanske organisasjonen 3M om hvordan utviklingen av Post It-lappene foregikk. Dette er en hyppig omtalt historie som en del lesere vil ha sett før, og det ville kanskje blitt enda mer spennende dersom Kaufmann hadde funnet et norsk eksempel.

Boka er delt inn i seks kapitler, der Kaufmann i det første kapitlet forklarer kreativitetsbegrepet og hvordan kreativ tenkning foregår. To kapitler beskriver den kreative person og hvordan oppvekstbetingelser påvirker kreativitet hos individet. Noen sentrale temaer er her betydningen av ulike personlighetsfaktorer, motivasjon og intelligens for kreativitet og hvorvidt det er en sammenheng mellom psykopatologi og kreativitet. Et kapittel omhandler kreativitet i grupper og team, og beskriver hvilke faktorer som kan virke hemmende eller fremmende for kreativitet. Kaufmann tar så for seg kreativitet i arbeidslivet og hvordan arbeidsmiljø og ledelse påvirker kreativitet. Her beskrives ulike organisasjonsklimafaktorer som fremmer kreativitet, samt teorien om transformasjonsledelse, som ser ut til å ha positiv effekt på kreativitet i organisasjoner.

Det siste kapitlet tar for seg kreativitet i et kultur- og samfunnsperspektiv og bruker den svært mye omtalte boka «The creative class» av Richard Florida som utgangspunkt. Størsteparten av boka er allikevel viet til beskrivelsen av den kreative person. Dette er naturlig av to grunner; for det første har en stor overvekt av kreativitetsforskning frem til de siste ca. 15 år handlet om individets kreativitet, og for det andre har Kaufmanns forskning i stor grad omfattet kognisjon og kreativitet.

Jeg synes kanskje boka preges vel mye av forfatterens interessefelt. Mens kapitlene om kreativ tenkning og den kreative person er svært engasjerende og skisserer spennende problemstillinger, blir de andre kapitlene mer oppsummerende og likegyldige. Jeg er enig med Kaufmann i at en grundig beskrivelse av hva som kjennetegner kreativ tenkning og det kreative individ, er viktig som et grunnlag for å forstå kreativitet i et videre perspektiv. Imidlertid tror jeg nok mange lesere vil savne mer utdypende forklaringer på hva en kan *gjøre* for selv å bli mer kreativ og ikke minst legge til rette for å *hjelp andre* til å bli mer kreative. Eksempler på spørsmål som i liten grad drøftes i boka, er «Hvordan kan jeg få innsikt i om min klient eller den jeg ansetter i min organisasjon, er kreativ; finnes det noen kartleggingsmetoder?», «Må jeg som leder være kreativ for å fremme kreativitet hos mine ansatte?», «Hvordan kan jeg gå frem for å bygge opp et kreativt team?» og «I hvilken grad har kreative teknikker, for eksempel brainstorming, noen effekt for å fremme vår kreativitet?».

I tillegg skulle jeg ønske at Kaufmann innledet boka med kort å forklare nærmere forskjellen mellom kreativitet og andre tilgrensende begreper, som dem jeg innledet denne anmeldelsen med. Til Kaufmanns forsvar taler det at boka skulle være kort, og et utvalg av temaer var nødvendig. Sett i dette perspektivet synes jeg absolutt at Kaufmann lykkes med å gi en god introduksjon til kreativitetsbegrepet!

Teksten sto på trykk første gang i Tidsskrift for Norsk psykologforening, Vol 43, nummer 11, 2006, side 1217

ANMELDT AV

Gro Ellen Mathisen, Høgskolen i Stavanger