

Erik Lerdahl er Norges første av sitt slag:

# Professor i kreativitet

**Fra i høst** blir Erik Lerdahl Norges første professor i kreativitet, og tar en sentral rolle i et nytt bachelorstudie i kreativ markedskommunikasjon ved Norges Kreative Fagskole. Studiet vil bestå av fagområdene strategisk kommunikasjon, visuell kommunikasjon, tekst og kreativitet.

– Min jobb blir å ta kreativitet inn i utdannelsen, som en viktig, rød tråd. Vi vil jobbe både med strategi fra et kreativt perspektiv og ha egne kurs om kreativ metode og kreativitet i team. Det siste inkluderer også noe ledelse av kreative prosesser, sier Lerdahl.

Det florerer av myter rundt emnet kreativitet. De fleste av oss har kanskje en oppfatning om at noen personer er kreative, mens andre rett og slett ikke er det. Til en viss grad er dette kanskje sant, men det betyr ikke at du ikke kan utvikle dine egne kreative evner.

– Kreativitet er som en muskel, og kan trenes. Det er et enormt fokus på fysisk trening og kosthold om dagen, men altfor lite på mental trening. Likevel har nok noen bedre forutsetninger enn andre, og det er litt som på ski; ikke alle kan bli verdensmestere, men alle kan bli bedre.

I 2007 ga Lerdahl ut boken *Slagkraft. Håndbok i idéutvikling*, en metodebok i kreativitet og idéutvikling. Professoren arbeider også med forbedring av møtekultur og møteledelse for flere norske organisasjoner og bedrifter.

– Bedrifter har ofte mye å tjene på å endre møtekulturen. Vil du ha en innovativ kultur, må du endre møteformen, der folk møtes. Det er altfor mange ineffektive møter i dag. Grove estimater antyder at dårlig møteledelse koster samfunnet milliarder av kroner hvert år, på grunn av dårlig ressursbruk og uengasjerte medarbeidere.

Blant metodene Lerdahl benytter seg av for å gjøre møtene mer effektive og hensiktsmessige, er at alle skriver sine ideer og innspill til sakene på post-it-lapper – før diskusjonen begynner. Disse lappene klistres så opp på veggen, gjerne i prefabrikerte diagrammer. Metoden utfordrer alle møtedel-



**MENTAL TRENING:** – Kreativitet er som en muskel, og kan trenes, sier Erik Lerdahl.

takerne til å forberede seg, delta aktivt og tenke igjennom sakene før de skal opp til diskusjon.

– For å skape et kreativt miljø er det også viktig å legge til rette for hyppige idedugnader – gjerne en time i uken, eller annenhver. Du blir ikke sterk hvis du er på helsestudioet én gang i halvåret, og det samme gjelder kreativitet. Det handler om å bryte ned tanken om at bare et fåtall er kreative. Kreativitet må bli allemannseie, og det må inn på den faste timeplanen i bedriftene og håndteres profesjonelt, mener Lerdahl. Et annet område hvor mange har mye å hente er ved å tenke kreativt gjennom hele prosjektet man jobber med. Altfor mange er av den oppfatningen at det bare er i begynnelsen av et prosjekt det er i behov for kreativitet, mens det i realiteten kan være vel så viktig i sluttfasen, ifølge Lerdahl.

– *Hvilke fortrinn har en kreativ bedrift?*

– Jeg tror mange av morgendagens arbeidstagere ønsker å jobbe et sted hvor de får lov til å være kreative. I tillegg står vi overfor store endringer globalt, og vinnerne blir de som kommer opp med nye konsepter og løsninger. Det gjelder ikke bare innenfor produktutvikling, men også markedsføring.

– *Er norske bedrifter kreative sammenlignet med utenlandske konkurrenter?*

– Den skandinaviske modellen er gjerne mindre hierarkisk. Det gjør det lettere for gode ideer å komme nedfra og opp. Det legges også godt til rette for team-arbeid her i landet. Men dette krever også klare beslutningstakere og effektiv iverksetting av gode ideer. Demokrati kan også være et hinder for kreativitet, om ingen skjærer gjennom og tar en avgjørelse når det trengs.

