

# Kreative

**– Eldre sivilingeniører er langt mer kreative enn unge kunstnere, mener psykolog Rolf Lindgren.**

Av Silje Sundt Kvadsheim

ssk@finansavisen.no

«Vi vil gjerne ha unge og kreative mennesker», sier mange bedrifter.

– Helt feil, sier psykolog og seniorrådgiver Rolf Lindgren i Dignus Rekruttering.

– Man er ikke kreativ fordi man er ung. Faktisk viser forskning at det er de eldre som er mest kreative, fordi de tør utfordre systemet, sier han.

– Det er nemlig lett å komme med en idé, men for å få gjennomslag for den må mennesker overtales, og mye arbeid må gjøres. De som har lenger erfaring vil være langt flinkere i denne prosessen, sier han.

Lindgren har flere myter han vil til livs: De såkalte kreative menneskene, som for eksempel kunstnere, er heller ikke så kreative, mener han.

– Det er de analytiske menneskene, som for eksempel ingeniørene, som er kreative. De finner opp datamaskiner, de skaper store bygninger, de tenker nytt!



Psykolog og seniorrådgiver Rolf Lindgren

## Dropp jakten

Mange bedrifter er opptatt av å rekruttere kreative personer, men Lindgren anbefaler dem å droppe jakten.

– For det første kan det i en ansettelsesprosess være vanskelig å finne ut om mennesker faktisk er kreative. Det finnes ulike tester, men de virker ikke spesielt godt. I beste fall kan de måle hvem som tør stikke seg ut, sier han.

– Men i stedet for å være så opptatt av å ansette kreative mennesker, synes jeg bedriftene burde dyrke frem og holde på kreativiteten hos de ansatte som er der.

– Hvordan gjør man det da?

– Man må lage et kreativt miljø. Da må man utfordre de ansatte med oppgaver, og gi dem stor frihet til hvordan de skal løses, sier psykologen, før

han fortsetter:

– I et kreativt miljø er ledelsen åpne, og lytter til de ansatte. Her bringer ledelsen ting videre, og de er risikovillige, og ønsker å satse på de ansatte og deres ideer. Prosjekter som til stadighet renner ut i sanden er lite motiverende.

For å holde kreativiteten oppe må den belønnes.

– Bedrifter bør for eksempel ha en idékasse, hvor man blir belønnet for hvor ofte man leverer ideer. Men belønningene må komme hyppig hvis de skal virke. Bonus en gang i året bidrar ikke til noen adferdsendring, sier Lindgren.

## Nødvendig rot

Men vil ledelsen ha kreativitet, ja da må de tåle litt rot.

– Kreative mennesker trenger rot rundt seg, de trenger noe å se på. Det bør være nye ting på pulsten hver dag, mener

han.

– Et sterilt kontorlandskap, som for eksempel Telenor har, signaliserer at her skal det produseres, mener han.

Skal man følge Lingrens tanker burde man ha to kontorer, et der man er kreativ, og et rom man skal produsere i.

– Og så burde man ha en PC til hver av aktivitetene, sier han.

## Unyttige kurs

Å sende de ansatte på kurs for å få nye impulser er det mange bedrifter som gjør. Lindgren anbefaler kurs i noe unyttig.

– Middelaldersk rørleggerkunst eller kurvfletting kan være en god ide. Takket være at Steve Jobs tilfeldigvis tok et kurs i typografi ble Machintosh så overlegne på dette området. Å sette ulike ting man kan sammen på en ny måte er en viktig del av kreativitet, mener Lindgren.

– Men trenger alle bedrifter så mye kreativitet?

– Nei, de gjør egentlig ikke det. De fleste skal bare produsere. Men noen må altså være kreative, og ingen er på langt nær så kreative som de kunne ha vært.