Krossa myterna om kreativitet

Publicerad: 2010-09-30 08:57
Ändrad: 2010-09-30 09:42
Det finns seglivade myter om kreativitet som kan hindra dig från att utveckla din kreativa förmåga och börja bygga ett innovativt arbetsklimat. Ta kål på dem och få en fräsch start. Här får du hjälp med att krossa sex myter.
AKTUELLT Testa din kreativitet Råd och metoder för kreativare arbetsplatser Få snurr på innovationerna på din arbetsplats

Forskaren *Teresa M. Amabile* från Harvard Business School har under mer än 30 år studerat kreativitet. I en studie av nästan 12 000 dagboksanteckningar från 238 personer i sju företag inom konsumentprodukter, high-tech och kemiindustrin, har hon analyserat bland annat hur medarbetarnas kreativitet påverkas av arbetsklimatet.

Hon kan med stöd av studien avliva sex myter om kreativitet.

MYT 1: EN DEL ÄR KREATIVA ANDRA INTE

Det finns en myt om att vissa människor är födda kreativa och de flesta av oss har inte den förmågan. Det är bara inte sant, men myten har fått konsekvenser i arbetslivet. Många chefer på företag begränsar kreativa arbetsuppgifter till forsknings- och utvecklingsavdelningar, marknadsföring och reklam. Definitivt inte på ekonomiavdelningen. Kreativ bokföring har fått en negativ klang.

Samtidigt är det självklart en dröm att alla i organisationen producerar nya och användbara idéer, även ekonomerna. Det är fullt möjligt. I princip all forskning visar att vem som helst med normal intelligens är kapabel till kreativt arbete. Kreativiteten beror på

- erfarenhet, både kunskap och teknisk skicklighet

- talang, förmåga att tänka i nya banor

- genomförandekraft, kraft att ta sig igenom mindre kreativa perioder

Nyckelfaktorn är den inre motivationen. Människor som är passionerat intresserade av sitt jobb är ofta kreativa på jobbet.

De flesta använder inte hela sin kreativa potential. Det finns mycket mer att ge. Det beror bland annat på att arbetsmiljön hindrar deras motivation. Många företag kan göra mycket mer för att undanröja hinder för kreativiteten hos sina medarbetare.

MYT 2: PENGAR KAN LOCKA FRAM KREATIVITET

Allt går inte att köpa. Människors kreativitet är ett exempel där pengar inte spelar stor roll för vad man presterar. I det dagliga kreativa arbetet är belöningar mer eller mindre ointressanta. Den handfull medarbetare som funderade på sina bonusar i studien åstadkom väldigt lite kreativt tänkande.

Bonusar och prestationslön kan till och med vara problematiska. De kan få medarbetare ovilliga att ta risker. Självklart behöver alla känna att de blir rättvist kompenserade för sitt arbete, men arbetsmiljön är betydligt viktigare. De intervjuade satte stort värde på att deras kreativitet stöttades, värdesattes och uppmärksammades.

Människor vill få chansen att helhjärtat engagera sig i sitt arbete och göra framsteg. Att matcha medarbetare med projekt så att både deras yrkesskicklighet och deras engagemang tas tillvara är en uppgift som kräver sin ledare.

Människor är som mest kreativa när de bryr sig om sitt arbete och får tänja på sitt yrkeskunnande lagom mycket. Om utmaningen är långt över deras kunnande blir de frustrerade och om den är för liten blir de uttråkade. Ledare måste hitta rätt balans.

MYT 3: TIDSPRESS ELDAR PÅ KREATIVITET

Det är tvärtom. Människor är som minst kreativa när de tvingas arbeta under tidspress. Faktum är att perioder av stressigt arbete ger en baksmälla. Kreativiteten sjönk hos de stressade i studien inte bara samma arbetsdag utan också följande två dagar.

Tidspress kväver kreativitet eftersom man får svårt att nå en djup närvaro i uppgiften. I kreativt arbete behövs tid för att kunna ta in problemet och låta idéer bubbla upp. Idéer som kan leda till lösningar. Det är inte så mycket deadlinen utan alla störningar som stjäl tid för att nå ett kreativt genombrott. Man behöver kunna fokusera på sin arbetsuppgift.

Därför ska ledare skydda sina medarbetare mot distraktioner, visa att deras arbete är viktigt och att alla arbetar mot samma mål. Det här kan många organisationer bli mycket bättre på.

MYT 4: DET DEPRIMERANDE GENIET

Det finns en spridd myt om att sorgsenhet och rädsla sporrar kreativitet. Det deprimerade geniet som är oerhört originell i sitt tänkande. Viss psykologisk litteratur förslår att antalet depressioner är högre bland författare och artister. Ingenting i studien visar sådana samband. Studien pekar istället på att kreativitet kopplas ihop med glädje och kärlek. Människor är som gladast när de kommer på en kreativ idé och genombrotten är sannolikast dagen efter en dag då man känner sig glad. Det blir positiv spiral. Det beror på att när medarbetare är förtjusta i arbetsuppgiften är chanserna större att en kognitiv association gror under natten och resulterar i en kreativ idé nästa dag. Glädje ena dagen ger kreativitet nästa dag.

MYT 5: KONKURRENS SPORRAR KREATIVITET

Speciellt inom finansiella och högteknologiska branscher finns en stark tro på att konkurrens föder innovationer. Studien visar att kreativiteten får sig en törn om man på arbetsplatsen konkurrerar istället för samarbetar. De mest kreativa teamen var de som var så trygga att de delade och diskuterade idéer. När människor tävlar om erkännande slutar de dela med sig av information. Det är destruktivt för ingen i en organisation sitter på all information som är nödvändig för att lägga samman pusselbitarna.

MYT 6: SLIMMADE ORGANISATIONER ÄR KREATIVA

Självklart är det på motsatt sätt. Kreativitet blir mycket lidande av nedskärningar. Studier visar att människors rädsla för det okända gör att de blir oengagerade i sitt arbete. Till och med lång tid efter en nedskärning är kreativiteten låg.

Nedskärningar är tyvärr en del av verkligheten. I sådana tider sjunker kommunikation och samarbete, likaså människors känsla av frihet och självständighet. De gäller att handla snabbt i förändringsarbete för att stabilisera arbetsklimatet så att idéer kan blomstra igen.

Not: *Teresa Amabile poängterar i sin studie att hon inte förordar en mjuk ledarstil. Hon vill snarare se ett smart ledarskap. Utifrån sin gedigna kunskap slår hon fast att människor, som får arbeta med det de älskar och engagerar sig djupt i, är kreativa. Även i tuffa tider. Teresa Amabile håller på att summera resultaten av studien i en bok som också ska ge praktiska tips.*

Av: Helena Thorén, helena.thoren@axlainformation.se
Ansvarig utgivare: Terje Andersson, terje.andersson@ingenjorsamfundet.se