

# Kreativitet som hverdagslig kulturel praksis

I denne artikel vil jeg beskrive og uddybe, hvad det betyder at anskue kreativitet som en hverdagslig, kulturel praksis, der finder sted. Kreativitet kan finde sted, når undervisere f.eks. finder eller udvikler en ny metode i undervisningen eller tager en gammel metode og får den til at virke igen. Det kan ske, når studerende får ideer af hinanden og sammen laver et projekt, der ender med at blive bedre, end hvis de havde fortsat i deres eget spor. I praksis finder vi talrige eksempler på kreativitet i stor eller mindre skala. Inspireret af mit eget arbejde med situerede læringsteoretiske perspektiver (Tanggaard 2018) og med en sociomateriel forståelse af kreativitet (Tanggaard 2013) vil jeg i denne artikel anskueliggøre, at kreativitet finder sted i vores liv med hinanden. Kreativitet skal i denne optik forstås som en social, tidsligt og stedmæssigt udstrakt proces. Man kan godt lokalisere tidspunkter, hvor individer får ideer, men undersøgelsen af, om der bliver skabt noget på basis af ideerne, kræver, at vi forfølger ideerne over tid og sted i hverdagen. Dette perspektivskifte fra individ til hverdagslig, kulturel praksis har store praktiske implikationer for, hvordan man f.eks. forsker i kreativitet, tænker undervisning i kreativitet, og hvordan man kan arbejde med kreativitet i forskellige organisatoriske sammenhænge. I det følgende gives en kort begrundelse for at interessere sig for kreativitet; der gives en kort begrebsafklaring, og dernæst uddybes den hverdagslige, kulturelle forståelse af kreativitet. Til sidst vil jeg give nogle eksempler på praktiske implikationer af denne tilgang.



**LENE TANGGAARD**

Cand.psych., ph.d., professor og viceinstituteder  
Institut for Kommunikation og Psykologi  
Aalborg Universitet  
lenet@hum.aau.dk

## Vi kommer ikke uden om kreativitet

Der findes ikke noget enkelt svar på, hvorfor der er en stigende interesse for kreativitet både i offentligheden og i forskningen.

Det, vi kan konstatere, er, at der er store udfordringer i sigte for fremtidens generationer i en tiltagende globaliseret og digitaliseret verden: globale klimaforandringer, flygtninge, radikaliseret og terrorisme, en aldrende befolkning, større social ulighed, udfordringer med mediers troværdighed, politisk ustabilitet osv.

I en hastigt foranderlig verden har vi brug for ansvarlige, dygtige og kreative borgere, der er i stand til at håndtere disse udfordringer i stærke fællesskaber. I det små kan vi have brug for lidt kreativitet for at lykkes med vores arbejde. Det handler ikke altid om at skabe noget epokegørende nyt. Det kan også sagtens tælle som kreativitet, at det bare er nyt for dig eller for mig.

Kreativitet er naturligvis ikke hele svaret på ovenstående problematikker, men kan fortolkes som et moderne begreb, der søger at understrege betydningen af, at vi mennesker har muligheden for at påvirke og forme vores eget liv og vores omverden. "Kreativitet" kommer af det latinske "creare" og betyder "at skabe". Jeg har i flere sammenhænge defineret kreativitet som et spørgsmål om at bringe noget nyt og meningsfuldt til verden (Tanggaard 2008; 2016). Det fordrer ofte, at flere mennesker går sammen om at udvikle ideer og nye praksisser. Vi er naturligvis ikke altid enige om, hvad der tæller som et nyt og meningsfuldt bidrag, men det adskiller sig ofte fra det eksisterende og skaber en forskel, stor eller lille. I skrivende stund er aviserne eksempelvis fyldt med debatindlæg, der flyder med ideer til et nyt optagesystem til de videregående uddannelser. Det er et godt eksempel på en kreativ proces, hvor de enkelte bidrag låner af hinanden og lader sig inspirere, og det er tydeligt, at universiteterne i øjeblikket på kryds og tværs eksperimenterer med nye tilgange til at optage studerende.

Kreativitet er dermed ikke reserveret til bestemte fag i skolen eller bestemte brancher, men kan ses som et resultat af eksperimenter, fordybelse og frugtbar modstand (Tanggaard 2016). Der kommer med andre ord ofte noget nyt og meningsfuldt ud af at turde eksperimenter og lege med forskellige ideer inden for et emneområde. Vi har i den forbindelse brug for at fordybe os for at blive skarpe på det, vi forsøger at forny, og kreativitet kan være afhængig af, at vi møder en frugtbar modstand fra det emne eller det materiale, vi arbejder med. Det kender vi også, når vi læser en bog og får en god ide, eller

når naturens materialer som ler eller grene giver os en god ide til formen på krukken, vi laver, eller kurven, vi fletter.

Der er således ikke tale om modstand i negativ betydning, men om modstand forstået som det, at et materiale kan invitere os til at forme og skabe på bestemte måder. Kreativitet er derfor i denne forstand ikke alene en kognitiv aktivitet "inde i hovedet", men finder sted i arbejdet med et emne, et stof, et materiale eller en specifik problemstilling, der fordrer en løsning.

## En kort begrebsafklaring

Ordene kreativitet, opfindsomhed, innovation og entreprenørskab (jeg foretrækker det danske ord iværksætter) kan på mange måder siges at være i familie med hinanden. Jeg har på forskellig vis arbejdet med alle begreberne. Jeg har arbejdet mest med kreativitet, fordi det er et centralt psykologisk forskningsområde. Jeg har dog skrevet en bog med titlen *Opfindsomhed* (2014) i et forsøg på at finde et ord, der ikke konnoterer bestemte fag eller brancher, som ordet kreativitet tilsyneladende vedvarende gør i hverdags sproget. Jeg har været med til at udvikle en model for offentlig innovation (Tanggaard & Wegener 2016), og jeg har skrevet om undervisning i iværksætteri (Blenker, Korsgaard, Neergaard, Tanggaard & Trane 2016). Min forskningsmæssige forankring findes dog primært i den kulturpsykologiske kreativitetsforskning. Her ses kreativitet som en socialt situeret og materiel praksis (Tanggaard 2013). Mens mange psykologiske teoridannelser om kreativitet fokuserer på de intrapsykeiske aspekter som individuel genialitet, divergent tænkning, personlighedstræk, talent og individuel ekspertise, så vil et kulturpsykologisk perspektiv understrege behovet for et mere distribueret perspektiv. Her ses kreativitet som en proces, der udvikler sig i en dialog mellem selvet (den skabende), de andre (praksisfællesskabet) og forholdet mellem det skabte og det, der tidligere har været (Hvidtfeldt 2017). Hvidtfeldt skriver i øjeblikket på en ph.d.-afhandling med musik som eksempel, og vi har for nylig skrevet en artikel, hvor vi analyserer forskellen mellem analogt og digitalt produceret musik, især i konteksten af den scene, hvor musikere optræder (Hvidtfeldt & Tanggaard 2018). På et mindre, intimt spillested kan man eksempelvis typisk improvisere ganske meget med musikken i forhold til publikums reaktioner, og eventuelt digitalt forudproduceret musik skal således kunne genskabes improviserende på scenen. På en stor scene med et stort publikum er der helt andre rum for musikken og typisk lidt mindre mulighed for improvisation. Musikkens og mu-

sikernes kreativitet udvikler sig således konkret i et spændingsfelt mellem teknologi, de skabende aktører med ansvar for musikken og publikum. Individuelle ideer er med andre ord socialt, materielt og kulturelt kontingente. Vi skaber kulturen, og kulturen skaber os (Valsiner 2014). Musikere skaber scenen, og scenen skaber dem i en tæt dialog med publikum.

Når jeg skriver om kultur i denne sammenhæng, er det således ikke kultur forstået som national kultur eller andre lignende, afgrænsede kulturer. Der er tale om en forståelse af kreativitet som kulturelt infiltrerede aktiviteter. I kulturpsykologien har man traditionelt set været meget optaget af den betydning, som sproget og andre kulturelle artefakter har for eksempelvis barnets udvikling (Wertsch 1994). Antagelsen er, at barnets udvikling medieres af kulturens redskaber, hvor sproget spiller en dominerende rolle. Vi fødes så at sige ind i et rigt kulturelt landskab med masser af ressourcer for udvikling. I forhold til kreativitet er dette også en interessant pointe. Det giver anledning til en potentielt meget omsiggribende interesse i, hvordan kreativitet udvikles forskelligt i forskellige miljøer afhængigt af de tilgængelige kulturelle repertoarer. Det kan være musikernes scene og forskellen på digitalt og analogt produceret musik som i det ovenstående eksempel, men det betyder også noget, om man har lov til at kalde sig "kreativ", eller om det betragtes som et begreb forbeholdt de andre. Selve begrebet er således indimellem i sig selv en forhindring for at agere kreativt. Hvis man ikke opfatter sig selv som kreativ, så udnytter man måske heller ikke mulighederne for at være det. Grundpointen er, at det, vi opfatter som kreativitet, vil være forskelligt, afhængigt af det kulturelle landskab, vi bevæger os i, og at dette landskab i sig selv medskaber og tilbyder en række ressourcer for at kunne tilvirke noget nyt og meningsfuldt.

Det betyder, at vi som forskere leder efter det, der gør kreativitet muligt. I en nylig artikel undersøgte man, om kreativitetstræning virker, men artiklens forfattere konkluderer, at ingen ved, hvordan det virker og på hvilke måder (Valgeirsdottir & Onarheim 2017). Forfatterne mener derfor, at der er brug for endnu mere præcise målemetoder og metodologier, når man skal teste, om kreativitetstræning virker. Der foregår en myriade af ting i sådanne kreativitetstræningsprogrammer, lige fra træning i divergent tænkning til meditation og yogaøvelser, for ingen er helt enige om, præcist hvad der fremmer kreativitet. I min optik, hvor kreativitet forstås som en hverdagslig, kulturel praksis, vil jeg hævde, at der er brug for at beskrive mere detaljeret, hvad der faktisk gør medarbejdere i en organisation eller elever/studerende på en skole mere kreative. Vi kan

træne mange ting. Vi kan øve os i at stå på hovedet, bage småkager og lave yoga, og noget af det vil utvivlsomt gøre os mere kreative, men det mest interessante er at se nærmere på de praksisser i hverdagen, der synes at gøre en forskel. I det lange stræk – fordi kreativitet er en udstrakt proces i tid og rum. Lad mig give nogle eksempler på det med afsæt i noget af det, jeg selv studerer. Først lidt om ledelse og dernæst undervisning.

## Hvordan kan ledelse understøtte kreativitet?

Den amerikanske strategiforsker Henry Mintzberg sagde på et tidspunkt<sup>1</sup>, at organisationsudvikling og -fornyelse – og altså i denne artikels optik kreativitet – fordrer, at “kaptajnen for det hele” ikke sidder og troner på øverste dæk af skibet og derfra tror, at han/hun kan kontrollere, planlægge og lave strategier for det hele. Man skal ud af kontoret og i bogstavelig forstand rundt og fornemme, hvordan det hele står til “på gulvet”, og hvad der bliver talt om. Innovationskapacitet og kreativitet i organisationer vokser ud af en form for mikroledelse, hvor det bliver muligt at agere ideopfanger. Det handler ikke om kontrol, men om nysgerrighed, nærvær og derigennem begrundet tillid til organisationens og medarbejdernes formåen og ansvarstagen for helheden. Medarbejdere, der oplever, at de bliver taget alvorligt, og at der lyttes seriøst til deres ideer, vil alt andet lige tage større ejerskab i forhold til at føre disse ideer ud i livet. Det betyder ikke, at alle ideer fra medarbejdere ukritisk skal tages for gode varer. De skal naturligvis om nødvendigt mødes med kritik, sparring og passende modstand, så de kan blive bedre, hvis der er brug for det. Den direkte sparring på den konkrete opgave forudsætter, at ledelsen ved noget om det, der foregår. Legitimiteten i ledelsesopgaven kræver, at man “kender sproget”. I bogen *I bad med Picasso* (Tanggaard & Stadil 2012) var dette en hovedpointe for Michael Christiansen, tidligere direktør for Det Kongelige Teater, som i et interview fortalte os, at han i sin første tid som leder på teatret havde måttet sande, at hans legitimitet og dermed også hans muligheder for at lede kreativt var betinget af, at han lærte teatrets sprog, jargon og praksis at kende. Det er en myte, at kreativ ledelse handler om at sætte alt fri. Det handler snarere om at sætte det rette fri på rette sted. Og at drage omsorg for, at der kan hentes støtte og gives vejledning i at lykkes. I en kulturpsykologisk optik vil man netop undersøge, hvordan noget finder sted i konkrete praksisser, hvilke kulturelle repertoarer der er involveret, og hvordan kreativitet bliver til. Det samme gælder for undervisning. Man kan naturligvis godt tage elever eller studeren-

de ud af den ordinære undervisning og træne dem i bestemte kreativitetsteknikker. Det vil uden tvivl virke inden for rammerne af det, man sætter i værk, men det vil være igennem arbejdet med fagene i skolen eller på uddannelsen, at man vil kunne registrere den største forskel. Undervisning er præcis som ledelse en relationel proces centreret om en bestemt opgave. Her vil konkret feedback, vejledning og opmuntrende kommentarer til elevernes og de studerendes arbejde med fagene gøre den største forskel i forhold til udviklingen af deres kreativitet. Her handler det om at give dem mulighed for at eksperimentere, fordybe sig og møde en frugtbar modstand. For underviseren gælder det ikke mindst om at udvikle en interesse for at følge elevernes eller de studerendes udvikling over tid og på tværs af forskellige fag og steder i skolens praksis. Vil man forstå elevernes eller de studerendes mulige udvikling af deres kreative kapacitet, så fordrer det en interesse i at følge denne tilblivelse over tid. Her vil man også analytisk kunne sortere i fornemmelser, antagelser og konkrete iagttagelser af elevernes og de studerendes arbejde (Tanggaard 2016). Tegnene på, at de studerende eller eleverne er i færd med at udvikle deres kreative kapacitet, vil være, om de eksperimenterer, fordyber sig, arbejder med modstand, øver sig, bliver mere modige fagligt og tør tage nye initiativer. Det kan selvsagt både være i undervisningen og ved siden af denne. I en kulturpsykologisk optik vil det være for begrænset alene at lede efter tegn på skæv tænkning, som man kan måle den på en test i skæv, divergent tænkning. Det vil kræve en konkret, analytisk og vedvarende undersøgelse af, hvordan elevernes eller de studerendes egen kreativitet bliver til.

## Konklusion

Jeg har i artiklen kort beskrevet perspektiverne i at arbejde med en forståelse af kreativitet som en hverdagslig, kulturel praksis. Nogle af disse pointer er uddybet i længere tekster, som jeg har refereret til undervejs. At forstå kreativitet som en hverdagslig, kulturel praksis har store implikationer for forskningen i kreativitet og for de praktisser, hvor man søger at fremme kreativitet. Her bliver det vigtigt at forfølge processer over tid og sted. Forestillingen om, at man kan lokalisere kreativitet et sted, hos et bestemt individ, bliver i denne optik fattig. Det kan være mere interessant at se på de fællesskaber eller eksempelvis de typer af ledelse og undervisning, der gør det muligt at skabe noget nyt og meningsfuldt. Selvets eller individernes kreative bidrag skal forstås i samklang med det, der sker omkring dem, og som et resultat af det, der er muligt at skabe i den konkrete

sammenhæng. Effekterne af kreativitet skal samtidig studeres med afsæt i den praksis, hvor det sker. Det er kompliceret, men ikke desto mindre vigtigt, at lede efter de konkrete betingelser, der muliggør noget kreativt. På den måde kan man blive klogere på, hvad der eksempelvis skal til for at gøre undervisning til en kreativ praksis, eller for at få et team til at "spille hinanden gode" og sammen skabe noget nyt. Kun således bliver det muligt at forstå kreativitet som en del af vores liv med hinanden i socialt konstituerede kulturelle praksisser.

## Noter

1. Dette sagde Mintzberg d. 16. maj 2016 i *Jyllandspostens* erhvervssektion.

## Litteratur

- Blenker, P., Korsgaard, S., Neergaard, H., Tanggaard, L. & Trane, C. (2016). *An entrepreneurship education resource: Experiences from the PACE project*. Aarhus: Aarhus Universitet. [http://mgmt.au.dk/fileadmin/user\\_upload/PACE\\_Final\\_16\\_02\\_16\\_til\\_online.pdf](http://mgmt.au.dk/fileadmin/user_upload/PACE_Final_16_02_16_til_online.pdf).
- Hvidtfeldt, D.L. (2017). Concerted creativity. Emergence in the socio-(im)material and intangible practice of making music. *Integrative Psychological and Behavioral Sciences*, 52(2), 228-240. <https://doi.org/10.1007/s12124-017-9406-6>.
- Hvidtfeldt, D.L. & Tanggaard, L. (2018, under udgivelse). Concerted creativity in the digital age: How do we crack the code ...? *Integrative Psychological & Behavioral Sciences*.
- Tanggaard, L. (2008). *Kreativitet skal læres – når talent bliver til innovation*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.
- Tanggaard, L. (2013). The sociomateriality of creativity in everyday life. *Culture & Psychology*, 19(1), 20-32.
- Tanggaard, L. (2014). *Opfindsomhed*. København: Gyldendal.
- Tanggaard, L. (2016). *FAQ: Kreativitet*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Tanggaard, L. (2018). Skitserne til et læringsbegreb af relevans for den empiriske dannelsesforskning. I: Oettingen, V.A. (red.), *Empirisk dannelsesforskning* (s. 157-182). København: Hans Reitzels Forlag.
- Tanggaard, L. & Stadil, C. (2012). *I bad med Picasso*. København: Gyldendal.
- Tanggaard, L. & Wegener, C. (2016). *A survival kit for doctoral students and their supervisors*. Californien: Sage Publications.
- Valgeirsdottir, D. & Onarheim, B. (2017). Studying creativity training programs. *Creativity and Innovation Management*, 26(4), 430-439.
- Valsiner, J. (2014). *An invitation to cultural psychology*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Wegener, C. & Tanggaard, L. (2012). Innovation som håndværk eller håndgreb. I: Bendixen, M. & Nickelsen, N.C.M. (red.), *Innovationspsykologi: En*

*antologi om erhvervspsykologiens  
bidrag til innovation* (s. 37-72).  
København: Dansk Psykologisk  
Forlag.

Wertsch, J.V. (1994). *Vygotsky and the  
social formation of mind*. Cambridge:  
Harvard University Press.