

MOTIVATION.SE

BOKSAMMANFATTNING

MOTIVATION.SE

Farliga idéer

När det opassande tänkandet är din värdefullaste resurs
(En annorlunda bok om kreativitet)

Av Alf Rehn

Innehållsförteckning

Om författaren	2
Det farliga tänkandet	3
Kreativetsproblemet	4
Att tänka annorlunda om att tänka annorlunda	4
Kreativitetens smärtpunkt	5
Släpp fram barnligheten	5
Odladina fiender	5
Kopiera mera	5
Bli mer farlig	6

Farliga idéer

När det opassande tänkandet är din värdefullaste resurs

(En annorlunda bok om kreativitet)

Av Alf Rehn

Hade ni det mysigt på senaste idékonferensen? Tyckte den externa föreläsaren att ni var sååå kreativa? Se upp. Risken är att ni inte åstadkom speciellt mycket.

Vi har en föreställning om att kreativitet är trevligt, kul och att goda idéer får alla att le igenkännande. Men det stämmer inte. Med slogans som "Alla skall vara med!" skapas ingen iPhone, ingen Twitter och inget RyanAir. Äkta kreativitet handlar om att närma sig det farliga, läskiga och obekväma. Att ge utrymme för fräna och obehagliga konfrontationer. Att lura vår lata hjärna att jobba med nya angreppssätt i stället för att bekväma sig med varianter på det den redan behärskar.

Det behövs en utpräglad avvikare från normen om det gulliga och kramgoa för att hjälpa oss förnya våra verksamheter. Det är när vi rör oss utanför vår bekvämlighetszon som vi faktiskt kan komma på radikalt nya idéer, sådana som rubbar status quo.



Om författaren

Alf Rehn är född 1972 och har kallats företagsekonomins *enfant terrible*. Den brittiska tidningen The Times har kallat honom för *a star for the future*. Han är professor i företagets organisation och ledning vid Åbo Akademi, och var tidigare professor i innovation och entreprenörskap på KTH. Han har forskat om så vitt skilda ting som projektteori, ekonomin i kulturen, gåvoekonomier, immaterialrättigheter, innovationsledning och organisationsfilosofi. Han har därtill skrivit om serietidningar, kreativitet och zombies och har ofta oförskämt roligt på jobbet.

Det farliga tänkandet

Många gånger handlar kreativitet om att våga ifrågasätta hur produkter eller branscher fungerar. Om att radikalt kunna ta tänkandet ett steg längre. Varken IKEA eller McDonalds var först på marknaden med sina produkter. Däremot svarade båda för en radikal förändring av själva marknaden. I *Farliga idéer* presenteras en modell för kreativitetsarbetet i fem steg.

Steg 1: Imitation

Att imitera ligger i vår mänskliga natur och när vi ser en god idé börjar vi omedvetet kopiera den. Men det gäller själva kreativiteten också, inte minst inom företag och litteratur om kreativitet. Man försöker vara kreativ på det sätt man känner till och imiterar tidigare lyckade resultat. Kreativitetsböcker skriver kreativitetsens historia som många imiterar – medan de riktigt radikala innovatörerna gör något helt annat.

Steg 2: Expansion

Vissa menar att för att undvika imitation bör man expandera sin konceptuella sfär, vilket är det tankeutrymme man arbetar med. Man studerar fler områden, tar in mer information, söker fler lösningar. Problemet är att även om vi expanderar vårt sätt att tänka, sker det inom existerande ramverk, med andra ord det man känner till. Det bidrar sällan till seriöst ifrågasättande av tingens ordning.

Steg 3: Provokation

Centralt är att radikalt provocera det rådande tänkandet. Att göra något som upplevs som löjligt, otäckt, opassande och omöjligt inom en rådande bransch. Se IKEA sätt att låta kunderna själva skruva ihop möblerna. Det gäller att utmana den hemliga boxen, det vi tror är det som fungerar.

Steg 4: Omvärdering

När man brutit med sitt sätt att se på omvärlden är det viktigt att omvärdera mycket av det man tagit för givet. Det farliga tänkandet är inte en enda idé, utan en kontinuerlig omtolkning av omvärlden.

Steg 5: Farligt tänkande

Det är denna sant motsträviga nivå som de riktigt framgångsrika kreatörerna uppnått. Här finns kreativiteten som är krävande och som ruskar om, men som också kan förändra världen.

Kreativitetsproblemet

Kreativitet och innovation är på var mans läppar och hyllas av företagsledare, föreläsare och politiker. Det finns oändligt många böcker skrivna om ämnet, men problemet är att de flesta använder ungefär samma exempel och övningar. Alf Rehn uppmanar oss att våga vägra kreativitetslekarna som likt en religion ska få oss att – liksom alla andra – bli upplysta. Så bekvämt är det inte. Kreativitet är inte alltid trevligt, utan ibland riktigt otäckt. Kreativitet är namnet på vad ditt tänkande skulle klara av om det vore uppriktigt annorlunda – din potential att tänka annorlunda.

Kreativitet handlar om alla de olika sätt vi kan göra (eller i vissa fall, inte göra) saker på, och de lösningar som uppenbaras när tvång och begränsningar tar ifrån oss valmöjligheter. /.../ Det handlar därför om att kunna förstå sammanhangen och vad som måste raderas för att det nya skall få en chans. Med andra ord kan vi inte behandla kreativitet som något enbart bra eller trevligt och inte heller utgå från att "bara vi jobbar mer med kreativitet" så kommer saker att bli bättre.

Rhen menar att lättsamma spel och lekar inte gör vår hjärna mer kreativ, det är den alldeles för lat för. Inför sådan "lagom" kreativitet lurar hjärnan oss att känna oss smarta och kreativa. "Riktig" kreativitet är inte lika behaglig. Då måste hjärnan tvingas göra saker som är annorlunda, obekväma och tunga. Kännetecknet för den sant kreativa är att personen inte låter sig låsas, varken av själva problemet eller idén om hur kreativitet "ska vara".

Att tänka annorlunda om att tänka annorlunda

Det gäller att inte falla in i samma kreativitetstänkande som alla andra, utan istället medvetet söka alternativa möjligheter. Att sträva efter att skärskåda de begränsningar i vårt sätt att tänka och som vi normalt inte reflekterar över. Att söka identifiera de tankar vi inte har och som vi har svårt att formulera, de som är motsträviga och som tycks vara irrelevanta.

Kreativitetens smärtpunkt

Det finns ämnen som vi tycker är så obehagliga att vi inte vill ifrågasätta dem, och istället ignorerar vi dem som oviktiga. Inom företaget kan det vara att det bara finns vita, medelålders män i organisationen, eller hur verksamheten styrs, eller någon annan fråga som aldrig skulle tas upp i ledningsgruppsmötet. För att bli kreativare och bättre på att utveckla nya idéer, är en bra början att identifiera dessa kreativa tabun.

It is good taste, and good taste alone, that possesses the power to sterilize and is always the first handicap to any creative functioning.

Salvador Dali

Släpp fram barnsligheten

Kreativ produktutveckling handlar inte om att hitta ett behov, utan om att drömma om något som så småningom kan bli ett behov. Letar du efter något vettigt, seriöst och vuxet uppfinner du aldrig en Wii eller en mobiltelefon. De sanna innovatörerna har ett barns lättsinniga tänkande och vågar följa sina drömmar.

Det rationella och det kreativa är alltid i konflikt med varandra. Medan det rationella handlar om vad man vet och har erfarenhet om, så handlar kreativiteten om att bryta med invanda mönster.

Odladina fiender

Om en idé ska bli verklighet måste den möta motstånd för att ifrågasättas, testas och på så sätt utvecklas. Därför är kritiker och så kallade nejsägare som ger produktivt motstånd ovärderliga för en innovatör. Att vara omgiven av människor som alltid nickar och håller med är inte bra för kreativiteten. Kritik är konstruktivt.

Kopiera mera

All kreativitet handlar i någon form om att kopiera, för att sen introducera något nytt. De bästa konstnärerna, designers och andra kreatörer är mästare på att kopiera och influeras från alla tänkbara håll, för att sedan gå ett steg längre. Släpp skamkänslorna och inse att alla kopierar, mer eller mindre. Eller som Steve Jobs sa "We have always been shameless about stealing ideas."

Bli mer farlig

Men hur blir man då mer kreativ? Det gäller att ha ett öppet sinne för att inte missa intryck som dyker upp när vi minst anar det. En förmiddagskurs i kreativitet gör ingen skillnad menar Alf Rehn:

Se till att varje dag ta till dig något nytt, något oväntat som du inte kände till tidigare, utan att på något sätt begränsa varifrån du tar in denna nya kunskap.

Förändring är inte en behaglig, smärtfri process, och det är inte seriöst nytänkande heller. Därför är det viktigt att vi inte slutar svära i kyrkan eller slutar vara farliga. Därför världen behöver motstånd – och förändring ska göra lite ont.

Boken är utgiven av Bookhouse

MOTIVATION.SE

BOKSAMMANFATTNING

MOTIVATION.SE

Farliga idéer

När det opassande tänkandet är din värdefullaste resurs
(En annorlunda bok om kreativitet)

Av Alf Rehn