

KUNST ER KREATIV

Kunst er kommunikation. Supplerende former for kommunikation, der kan formidle budskaber sanseligt. Kommunikation, der bevæger og berører. Med eller uden ord. Kommunikation, der kan åbne, være nysgerrig, være legefuld, se nye perspektiver. Kommunikation, der lægger mere vægt på spørgsmål end på svar. Hvor alt er muligt. Hvor der ingen standarder er

Af Lene Bornemann, cand.merc. direktør i ARTSInBUSINESS.dk

Kunst er et universalt sprog, der taler til sanserne og den kreative del af hjernen. - Med kunsten har du mulighed for at nå dit publikum. Der er ingen standarder sat for, hvordan kommunikationen skal foregå, eller hvordan modtageren bør opfatte den. Du rammer modtageren helt på hans eller hendes præmisser, skriver kunstneren Monika Ritterband på sin hjemmeside.

Kunst som produkt

Vi kan opleve den kunst, kunstnere skaber – maleriet, teaterstykket, dansen – og vi kan læse digtet. Så vil vi opdage, at det er muligt at blive følelsesmæssig berørt – at vi kan opleve, at der opstår en åben og direkte kontakt mellem værket og os selv. Nogle af kunstens budskaber forstår vi med hjernen, andre med hjertet, nogle med huden, og måske er der nogle, som vi slet ikke kan forstå, men som lagrer sig i vores sind som en tavs viden, vi pludselig en dag kan få brug for.

Kunst som proces

En anden måde at blive inspireret af



Lene Bornemann vil styrke kreativiteten.

Foto: Bjørn Andersen

KOMMUNIKATION



Foto: Joachim Røthenborg

10 gode råd til at bringe kunsten ind i arbejdet med kommunikation

- Giv slip – lad emnet tage magten
- Nyd arbejdet – vær glad
- Gå med det, der kommer – vær nysgerrig
- Skriv, som var du i dialog med en god ven
- Skriv først – strukturer bagefter
- Føl efter – hvor ligger passionen?
- Fodr sanserne
- Hvor er energien, livet, fremtiden?
- Gør noget andet, end du gjorde sidst (spil noget andet musik, brug kroppen)
- Tegn/mal dit budskab – måske giver det yderligere inspiration

kunsten på er ved at arbejde på samme måde, som kunstnerne gør, når de skaber deres kunst. Spørgsmålet er: Hvordan kan vi som kommunikationstøtter tilegne os denne måde at formidle på? – ikke ved at producere kunst, men ved at arbejde anderledes med vores kommunikation, for dermed at kunne formidle vores budskaber på en anden led?

Kunst som kommunikationsredskab

I erhvervslivet er det rationelle helten. Det faktuelle, det lineære, det målbarere - det kontrollerbare. Hvad kan vi opnå, hvis kreativiteten også får en helterolle? Hvis vi går åbne, nysgerrige og begejstrede til værks? Hvis vi tillader os selv at følge de idéer, der opstår – ligegyldigt hvor tåbelige de virker? Hvis vi tænker udogmatisk?

Hvis vi arbejder målbevidst frem for målrettet? Hvis vi følger energien i det, vi arbejder med – og har mod til at følge efter og se, hvor det kan føre os hen? Når vi skaber vores kommunikation som en sanselig oplevelse, kan vi opnå en engagerende kommunikation. En kommunikation der vil være mere vedkommende for de, som vi kommunikerer med, og som derfor vil blive husket bedre, i længere tid.

Vores udfordring er, at vi ikke altid har ordene, at vi ikke altid har sproget, og at vi ikke altid evner at tænke uden for de rammer, vi normalt agerer efter. Og så er det hurtigere og nemmere at gøre, som vi plejer!

Kunst og kreativitet

Man behøver ikke være kunstner for at være kreativ – alle mennesker er kreative. Du er kreativ, jeg er kreativ.

Vi kan alle bevæge og berøre hinanden.

Det er ikke nok at læse om kreativitet. Det skal prøves. Kunstnere træner i praksis med at udvikle deres udtryk, samarbejder med andre, øver og øver. Og så opstår der pludselig noget nyt, noget der berører. Velkommen til kommunikationens kreative legestue, hvor det er kunstneriske processer, der sætter gang i sansningen og nyskabelsen.■



Vil du vide mere:

- * 'JA! Sådan frigiver du din kreativitet', Ernest Holm Svendsen, Gyldendal, 2008
- * 'Flowskrivning. Vejen til flydende skriveprocesser', Bo Skjoldborg, Dansk Psykologisk Forlag, 2008